

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berkembang pesatnya teknologi di era globalisasi saat ini sangat mempengaruhi kehidupan masyarakat. Tidak jarang interaktivitas diartikan sebagai interaksi yang bersifat dua arah antara pengirim dan penerima pesan. Dikuatkan dengan penjelasan bahwa interaktivitas adalah tingkat proses komunikasi, orang dapat mengontrol peran dan dapat bertukar peran dalam dialog timbal balik (William, Rice, dan Rogers, 1998).

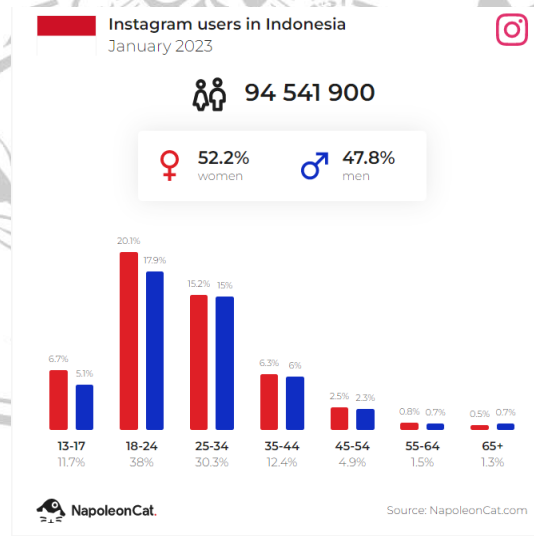
Begitupun, dengan dunia komunikasi yang ikut berkembang, komunikasi kini telah memasuki media baru, berupa komputer, atau jaringan teknologi dan komunikasi, yang biasa disebut media sosial. Media sosial adalah salah satu sarana media instan melalui jaringan internet. Hingga saat ini masyarakat memanfaatkan media sosial sebagai alat komunikasi, mendapatkan informasi, dan juga untuk saling berinteraksi satu sama lain. Adapun beberapa contoh media sosial yang mencakup diantaranya Facebook, Instagram, Twitter, dan lain sebagainya.

Instagram menjadi salah satu media sosial paling populer didunia saat ini, begitupun di Indonesia. Diketahui bahwa ada 94 juta lebih pengguna Instagram di Indonesia pada Januari 2023 (Napoleon Cat, 2023). Individu maupun organisasi atau lembaga, bahkan sekelas perusahaan sekalipun banyak yang memanfaatkan media ini sebagai sarana komunikasi berupa pesan, status, iklan, dan lain sebagainya.

Selain sebagai sarana komunikasi dan penggalangan dana, Instagram juga berfungsi sebagai ruang pembentukan opini publik (*public opinion*). Salah satunya adalah platform Kitabisa. Isu Palestina yang diangkat dalam konten Instagram Kitabisa berpotensi membentuk persepsi dan sikap audiens

terhadap konflik kemanusiaan tersebut. Ketika menggunakan media sosial, maka akan terjadi *cognitive surplus*, yaitu kondisi ketika individu secara sukarela menyumbangkan waktu, perhatian, dan energi mereka untuk tujuan kolektif (Shirky, 2010). Dalam konteks ini, partisipasi pengguna Instagram melalui komentar, tagar, dan donasi merupakan bentuk kontribusi kognitif dan sosial terhadap isu kemanusiaan.

Namun, dinamika opini publik di media sosial juga tidak terlepas dari adanya perbedaan pandangan, kritik, maupun konflik di kolom komentar. Keberagaman respons ini mencerminkan bahwa interaktivitas bukan hanya tentang dukungan positif, tetapi juga tentang bagaimana organisasi mengelola kritik dan perbedaan pendapat secara komunikatif. Oleh karena itu, interaktivitas media sosial bersifat kompleks karena melibatkan relasi kekuasaan, ideologi, serta kepentingan yang beragam di ruang digital (Boer, 2013). Sehingga, dari isu diatas dapat menjadi bahan analisis interaktivitas bagi akun Instagram Kitabisa, yang bertujuan untuk melihat bagaimana organisasi kemanusiaan merespons dinamika tersebut.



Gambar 1.1 Pengguna Instagram Indonesia Sumber (Napoleon cat)

Lebih dalam, Kitabisa sendiri merupakan sebuah platform sekaligus lembaga yang bergerak dibidang sosial dan kemanusiaan dalam menggalang dana dan donasi secara *online* untuk disalurkan kepada korban ataupun orang yang membutuhkan bantuan. Organisasi ini telah berdiri sejak 2013, berawal dari sebuah pergerakan yang diinisiasi oleh Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Alfatih Timur dengan menggandeng beberapa temannya. Seiring berjalannya waktu, Kitabisa berhasil meluncurkan aplikasi yang kini telah memfasilitasi jutaan kebaikan.

Sebagai platform *crowdfunding*, Kitabisa bekerja dengan prinsip penggalangan dana kolektif berbasis platform *online*, sehingga kekuatan utamanya bertumpu pada kepercayaan publik, transparansi, dan komunikasi kepada masyarakat. *Crowdfunding* sosial berkembang ketika masyarakat menaruh kepercayaan pada platform digital, dan keberhasilannya ditentukan oleh transparansi, komunikasi, serta kepercayaan publik terhadap pengelola platform. Dalam konteks ini, akun Instagram @kitabisacom berfungsi sebagai ruang komunikasi untuk memperkuat kepercayaan tersebut melalui penyampaian informasi, ajakan partisipasi, dan pembaruan kampanye yang mendorong keterlibatan publik.

Dalam perspektif strategi komunikasi, pengelolaan interaktivitas yang baik dapat meningkatkan citra dan reputasi organisasi. Dan perlu diketahui bahwa, keunggulan kompetitif tidak hanya ditentukan oleh produk atau layanan, tetapi juga oleh bagaimana organisasi membangun hubungan dengan para pemangku kepentingan (Porter, 2008). Bagi Kitabisa, hubungan yang terbangun melalui Instagram tidak hanya dengan donatur, tetapi juga dengan masyarakat luas yang menjadi bagian dari ekosistem gerakan sosial dan kemanusiaan

Kitabisa terus berusaha menjadi lembaga bantuan terpercaya dengan melakukan pendekatan terhadap masyarakat. Pendekatan hubungan ke masyarakat ini dapat dibangun melalui interaksi dan komunikasi secara

langsung (*face to face*), tetapi juga dapat dilakukan melalui interaksi dan komunikasi secara tidak langsung (melalui media sosial) untuk jangkauan yang lebih luas. Salah satu interaktivitas yang dilakukan melalui sarana media sosial akun resmi Instagram Kitabisa itu sendiri yaitu @kitabisacom. Akun yang memiliki lebih dari 900 ribu pengikut dan aktif membagikan informasi tentang bantuan kemanusiaan, penggalangan dana, dan program-program sosial. @kitabisacom juga sering bekerja sama dengan organisasi kemanusiaan lainnya untuk menggalang dukungan meningkatkan kesadaran tentang isu-isu kemanusiaan.

Dalam perspektif ilmu komunikasi, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai saluran penyampaian pesan, tetapi juga sebagai ruang publik digital yang memungkinkan terjadinya dialog, partisipasi, serta pembentukan makna secara kolektif. Media sosial memungkinkan individu membangun profil publik atau semi-publik, membangun jaringan, serta melihat dan berinteraksi dengan konten yang diproduksi oleh pengguna lain (Boyd & Ellison, 2007). Dengan demikian, interaksi yang terjadi di media sosial bersifat lebih dinamis dibandingkan media konvensional karena melibatkan peran aktif audiens sebagai produsen sekaligus konsumen pesan (*prosumer*). Hal ini sejalan dengan konsep *convergence culture*, di mana batas antara produsen dan konsumen media semakin kabur akibat keterlibatan aktif pengguna (Jenkins, 2006).

Interaktivitas dalam media sosial menjadi elemen penting dalam menentukan efektivitas penyampaian pesan, khususnya dalam konteks isu-isu sosial dan kemanusiaan. Hal ini mencakup dimensi kontrol pengguna, responsivitas sistem, serta komunikasi dua arah (McMillan & Hwang, 2002). Pada akun Instagram organisasi kemanusiaan, interaktivitas dapat terlihat melalui fitur komentar, like, *share*, *direct message*, polling, maupun penggunaan tagar yang mengundang partisipasi publik. Interaksi ini tidak hanya memperkuat hubungan antara organisasi dan audiens, tetapi juga meningkatkan kepercayaan (*trust*) serta kredibilitas lembaga di mata

masyarakat, yang merupakan faktor krusial dalam kegiatan penggalangan dana dan donasi (Kotler & Armstrong, 2012).

Interaktivitas dalam media sosial tidak hanya dapat diukur dari frekuensi komentar atau jumlah tanda suka (*likes*), tetapi juga dari kualitas respons dan kedalaman keterlibatan pengguna terhadap pesan yang disampaikan. Diketahui bahwa komunikasi yang efektif terjadi ketika pesan tidak hanya diterima, tetapi juga dipahami dan menimbulkan respons yang diharapkan (Effendy, 1990). Dalam konteks akun Instagram organisasi kemanusiaan, respons tersebut dapat berupa komentar dukungan, pertanyaan lanjutan, penyebaran ulang konten (*repost*), hingga tindakan nyata berupa donasi. Hal ini menunjukkan bahwa interaktivitas memiliki peran strategis dalam menghubungkan pesan kemanusiaan dengan tindakan sosial.

Tak hanya dari teks, akan tetapi visual sebagai medium itu sendiri memengaruhi cara pesan dipersepsikan oleh audiens (McLuhan, 1964). Instagram sebagai media visual memiliki kekuatan besar dalam membangun persepsi dan emosi melalui gambar dan video. Konten visual yang menampilkan kondisi korban konflik, aktivitas relawan, atau distribusi bantuan dapat membangun kedekatan emosional antara audiens dan isu yang disampaikan. Kedekatan emosional inilah yang kemudian memperkuat interaktivitas, karena audiens merasa lebih terhubung secara personal dengan pesan kemanusiaan yang disajikan. Dalam kasus akun @kitabisacom, setiap visual konten yang di publikasi, memberikan efek empati dengan memperlihatkan storytelling yang sedih, atau terharu. Sehingga, secara visual saja pesan dapat tersampaikan.

Dalam praktiknya, akun @kitabisacom tidak hanya menyampaikan informasi satu arah, tetapi juga berupaya membangun komunikasi dialogis dengan para pengikutnya. Hal ini terlihat dari penggunaan *caption* yang bersifat persuasif, ajakan berdiskusi, serta respons terhadap komentar pengguna. Proses komunikasi selalu melibatkan unsur siapa mengatakan apa,

melalui saluran apa, kepada siapa, dan dengan dampak apa (Lasswell, 1948). Oleh karena itu, interaktivitas menjadi indikator penting untuk menilai dampak komunikasi yang dilakukan oleh akun Instagram Kitabisa dalam menyampaikan informasi kemanusiaan.

Dalam konteks pemasaran sosial dan kampanye kemanusiaan, media sosial juga berperan sebagai alat untuk membangun kesadaran (*awareness*) dan mendorong tindakan nyata (*action*). Dengan konten yang bersifat emosional, relevan, dan mudah dibagikan memiliki potensi besar untuk menjadi viral dan menjangkau audiens yang lebih luas (Berger, 2013). Oleh karena itu, organisasi kemanusiaan perlu memahami bagaimana menyusun pesan dan membangun interaksi agar konten yang disampaikan tidak hanya informatif, tetapi juga mampu menggerakkan empati dan solidaritas publik.

Dalam penggunaannya sebagai media informasi kemanusiaan, interaktivitas antara akun Instagram dan pengguna sangat penting untuk memperkuat keterlibatan pengguna dengan platform dan organisasi kemanusiaan. Dalam hal ini, interaktivitas dapat diartikan sebagai hubungan timbal balik antara akun Instagram dan pengguna yang melibatkan pengguna untuk berpartisipasi dan memberikan tanggapan terhadap informasi yang disampaikan oleh akun Instagram. Namun, konten yang berkaitan dengan Palestina juga dapat menjadi subjek sensor atau pembatasan, menimbulkan pertanyaan tentang kebebasan berekspresi di platform tersebut. Kontroversi sering muncul, dan komentar di bawah unggahan bisa mencerminkan keragaman opini serta ketegangan yang terkait dengan isu ini. Instagram juga digunakan sebagai sarana kampanye penggalangan dana dan donasi untuk membantu warga Palestina yang terdampak oleh konflik.

Isu kemanusiaan yang bersifat global, seperti konflik Israel–Palestina, memiliki kompleksitas tinggi dan sensitivitas yang kuat di ruang publik digital. Media sosial, termasuk Instagram, menjadi arena utama dalam penyebaran informasi, opini, serta ekspresi solidaritas terhadap isu tersebut.

Media sosial memberikan kesempatan bagi pengguna untuk berpartisipasi dalam diskursus global tanpa batasan geografis (Kaplan & Hanlein, 2010). Namun, pada saat yang sama, platform digital juga memiliki kebijakan dan algoritma tertentu yang dapat memengaruhi visibilitas konten, termasuk potensi sensor atau pembatasan terhadap isu-isu sensitif.

Dalam kondisi ini, organisasi kemanusiaan seperti Kitabisa menghadapi tantangan sekaligus peluang. Di satu sisi, Instagram memungkinkan Kitabisa untuk menyampaikan informasi secara cepat, visual, dan persuasif melalui foto, video, serta narasi kampanye. Di sisi lain, organisasi perlu mengelola interaktivitas dengan audiens secara strategis agar pesan kemanusiaan tetap tersampaikan dengan efektif dan tidak menimbulkan kesalahpahaman. Melalui model *CMC Interactivity* menjelaskan bahwa kualitas interaksi digital dipengaruhi oleh sejauh mana pengguna merasa dilibatkan, didengar, dan memiliki kesempatan untuk merespons pesan yang disampaikan (Mahmoud & Auter, 2009).

Penggunaan tagar dalam kampanye kemanusiaan juga menjadi salah satu bentuk interaktivitas simbolik yang penting. Tagar berfungsi sebagai alat pengelompokan isu, memperluas jangkauan pesan, serta membangun komunitas virtual yang memiliki kepedulian serupa (Nisrina, 2015). Tagar seperti *#FreePalestine* atau *#BersamaJagaPalestina* tidak hanya berfungsi sebagai penanda isu, tetapi juga sebagai sarana mobilisasi dukungan dan solidaritas digital. Dalam konteks ini, Instagram tidak lagi sekadar media informasi, melainkan ruang advokasi dan aksi kolektif.

Seperti yang sedang ramai di media sosial Instagram terkait konflik Israel-Palestina, Instagram menjadi wadah bagi kampanye kesadaran, dengan pengguna menggunakan tagar seperti *#FreePalestine* dan *#SavePalestine* untuk menyebarkan informasi dan gambar yang menyoroti penderitaan dan tantangan yang dihadapi warga Palestina. Pada platform penggalangan dana seperti Kitabisa.com, seringkali terdapat kampanye-kampanye yang berfokus

pada penyediaan bantuan kemanusiaan untuk warga Palestina yang terdampak konflik di wilayah tersebut. Kampanye-kampanye ini biasanya memiliki tujuan untuk mengumpulkan dana guna membantu memenuhi kebutuhan mendesak. Organisasi atau individu yang mendirikan kampanye semacam ini menggunakan platform Kitabisa.com untuk menyampaikan informasi tentang kondisi di Palestina, menjelaskan kebutuhan mendesak, dan mengajak orang untuk berpartisipasi dengan menyumbangkan dana. Tagar-tagat ini dapat membantu dalam mengorganisir kampanye online, membuatnya lebih mudah dicari, dan memperluas jangkauan pesan kampanye. Foto dan video diunggah untuk memberikan gambaran visual tentang keadaan di wilayah tersebut, dan konten visual ini memiliki dampak emosional yang kuat.

Dari sisi penelitian, kajian mengenai interaktivitas akun Instagram sebagai media informasi kemanusiaan masih memiliki ruang yang luas untuk dikembangkan, khususnya dalam konteks Indonesia. Beberapa penelitian terdahulu, seperti yang dilakukan oleh Hafifah (2024) dan Wardana *et al.* (2024), menunjukkan bahwa interaktivitas akun Instagram berperan signifikan dalam meningkatkan kepercayaan dan keterlibatan audiens terhadap media informasi. Namun, penelitian yang secara khusus mengkaji bentuk interaktivitas akun penggalangan dana kemanusiaan dalam isu konflik internasional masih relatif terbatas.

Pendekatan kualitatif dinilai relevan untuk menggali makna interaksi yang terjadi antara akun @kitabisa.com dan penggunanya. Penelitian kualitatif memungkinkan peneliti memahami fenomena sosial secara mendalam berdasarkan konteks dan perspektif subjek penelitian (Sugiyono, 2018 : Machmud, 2016). Dengan menganalisis konten unggahan, komentar pengguna, serta pola interaksi yang terjadi, peneliti dapat memperoleh gambaran komprehensif mengenai peran Instagram sebagai media informasi kemanusiaan.

Ketertarikan peneliti untuk meneliti akun Instagram @kitabisacom didorong oleh tingginya keterlibatan pengguna (engagement) terhadap konten kemanusiaan yang diunggah. Berdasarkan hasil perhitungan peneliti, akun @kitabisacom memiliki *engagement rate (ER)* sebesar 1,48% dengan jumlah pengikut sekitar 1,3 juta. Nilai ini menunjukkan bahwa meskipun memiliki basis pengikut yang besar, konten kemanusiaan @kitabisacom tetap mampu mendorong respons aktif berupa *like*, komentar, dan *views* dari pengguna. Keterlibatan ini penting bagi platform crowdfunding karena keberhasilan penggalangan dana sangat bergantung pada kepercayaan publik, transparansi, dan komunikasi yang intensif kepada masyarakat. Kitabisa, sebagai platform *crowdfunding* terbesar di Indonesia, memiliki peran strategis dalam menjembatani kepedulian masyarakat dengan kebutuhan nyata di lapangan.

Tak hanya itu, penelitian ini dapat memperjelas melalui analisis bagaimana bentuk empati publik terhadap Palestina diekspresikan, dan makna akan interaktivitas antar akun @kitabisacom dengan audiens, oleh sistem media sosial melalui akun Instagram @kitabisacom

Crowdfunding sosial hanya dapat berjalan secara optimal apabila didukung oleh transparansi, akuntabilitas, serta komunikasi yang efektif dengan para donatur. Instagram menjadi salah satu media utama bagi Kitabisa untuk menyampaikan laporan, update kampanye, serta dampak dari donasi yang telah diberikan (Alfatih, 2013).

Dari sudut pandang metodologis, penelitian mengenai interaktivitas akun Instagram sebagai media informasi kemanusiaan menjadi penting untuk memahami bagaimana proses komunikasi digital berlangsung dan bagaimana audiens merespons pesan-pesan tersebut. Analisis terhadap konten media dan interaksi audiens dapat memberikan gambaran mendalam mengenai pola komunikasi, makna pesan, serta dinamika hubungan antara komunikator dan komunikan (Krippendorff, 2018 : Bungin, 2010). Dengan meneliti interaktivitas akun @kitabisacom, peneliti dapat mengidentifikasi bentuk-

bentuk interaksi yang dominan, respons pengguna terhadap isu Palestina, serta efektivitas strategi komunikasi yang digunakan.

Meskipun akun @kitabisacom menunjukkan tingkat interaksi yang tinggi melalui *like*, komentar, dan *views*, hingga saat ini belum diketahui secara jelas apa makna sosial dari interaksi tersebut. Apakah bentuk interaksi ini mencerminkan kepedulian yang mendalam, atau hanya bentuk solidaritas simbolik yang bersifat emosional sesaat. Sebagian besar penelitian terdahulu masih berfokus pada jumlah interaksi, bukan pada makna di balik respons publik terhadap isu kemanusiaan. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk melihat lebih dalam bagaimana publik memaknai pesan kemanusiaan melalui interaksi digital di akun Instagram @kitabisacom, khususnya pada isu Palestina

Selain kontribusi akademik, penelitian ini juga memiliki manfaat praktis bagi organisasi kemanusiaan. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan rekomendasi dalam pengelolaan media sosial, khususnya dalam meningkatkan keterlibatan pengguna dan efektivitas kampanye kemanusiaan. Keberhasilan media sosial tidak hanya diukur dari jumlah pengikut, tetapi dari kualitas interaksi dan hubungan yang terbangun (Solis, 2011). Oleh karena itu, kajian mengenai interaktivitas akun Instagram Kitabisa sebagai media informasi kemanusiaan menjadi relevan dan signifikan untuk dilakukan dalam konteks perkembangan komunikasi digital saat ini.

Dengan demikian, penelitian ini dapat memberikan kontribusi pada pengembangan pengetahuan tentang penggunaan media sosial Instagram sebagai media informasi kemanusiaan, dan memberikan manfaat bagi organisasi kemanusiaan dan individu yang ingin memanfaatkan media sosial Instagram untuk kegiatan kemanusiaan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana bentuk interaktivitas *user to system* antara pengguna dengan fitur dan sistem Instagram pada akun @kitabisacom sebagai media informasi kemanusiaan?
2. Bagaimana bentuk interaktivitas *user to user* antara pengguna dengan admin/host serta antarpengguna dalam kolom komentar akun @kitabisacom?
3. Bagaimana bentuk interaktivitas *user to document* antara pengguna dengan konten (foto, video, dan caption) yang diunggah akun @kitabisacom?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji interaktivitas penggunaan media sosial Instagram, khususnya pada akun @kitabisacom, sebagai media informasi kemanusiaan. Penelitian ini juga bertujuan untuk menganalisis bentuk-bentuk interaktivitas yang dilakukan oleh akun Instagram @kitabisacom dan pengaruhnya pada keterlibatan pengguna dengan platform dan dukungan yang diberikan kepada program-program kemanusiaan.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian tentang interaktivitas penggunaan media sosial Instagram @kitabisacom sebagai media informasi kemanusiaan memiliki manfaat penting bagi berbagai pihak, diantaranya:

1. Sebagai sumber informasi untuk organisasi kemanusiaan dan akun-akun individu yang ingin memanfaatkan media sosial Instagram sebagai media informasi kemanusiaan.

2. Sebagai sumber referensi bagi penelitian atau akademisi yang tertarik dengan penggunaan media sosial Instagram sebagai media informasi.
3. Sebagai kontribusi terhadap pengembangan pengetahuan tentang interaktivitas penggunaan media sosial Instagram sebagai media informasi kemanusiaan. Dalam hal ini, hasil penelitian dapat menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan penggunaan media sosial sebagai media informasi kemanusiaan atau penggunaan media sosial sebagai alat komunikasi sosial dalam berbagai konteks.
4. Penelitian ini juga dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi di Indonesia. Dengan memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang penggunaan media sosial Instagram sebagai media informasi kemanusiaan, maka akan mendorong para peneliti untuk mengembangkan aplikasi atau teknologi yang dapat membantu organisasi kemanusiaan dalam memanfaatkan media sosial untuk kegiatan kemanusiaan.
5. Hasil penelitian ini dapat menjadi sumbangsih bagi pemerintah dalam memperkuat kebijakan atau regulasi yang terkait dengan penggunaan media sosial dalam mendukung kegiatan kemanusiaan. Dengan memahami bagaimana interaktivitas antara akun Instagram dan pengguna dapat mempengaruhi keterlibatan pengguna dalam program-program kemanusiaan, maka pemerintah dapat mengoptimalkan kebijakan atau regulasi yang mendukung penggunaan media sosial sebagai media informasi kemanusiaan.