

## **PERAN IKLAN DONASI GEMA PEDULI COVID-19 DI FACEBOOK BAZNAS TUBAN DALAM MENUMBUHKAN KEPEDULIAN SOSIAL PADA MASYARAKAT KABUPATEN TUBAN**

Bayu Andika Putra<sup>1\*</sup>, Kristin Tri Lestari<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Ilmu Komunikasi, Universitas PGRI Ronggolawe Tuban

\*Email: bayu.andikaputra17@gmail.com

### **ABSTRAK**

Kemudahan dalam mengakses akun media sosial telah membuat media sosial tidak bisa dipisahkan dari kehidupan masyarakat. Mereka dapat memainkan dimana saja, dan tentang apa saja. Penyakit dan kebutuhan manusia semakin hari semakin beragam jenisnya. Salah satu penyakit adalah Corona Virus Disease, (COVID-19). Virus ini ditemukan pertama kali di Cina pada tanggal 7 Januari 2020 dan masuk ke Indonesia pada tanggal 2 Maret 2020. Penyebaran penyakit ini berdampak pada perekonomian masyarakat di seluruh Indonesia utamanya di daerah Kabupaten Tuban. Dampak penyakit ini mengakibatkan banyak warga Tuban yang hilang mata pencarian sehari-hari. BAZNAS Kabupaten Tuban adalah lembaga pemerintah non struktural yang berada pada tingkat kabupaten yang diberi tugas untuk mengelola dana zakat, infaq dan sadaqah di Kabupaten Tuban. Selain mengelola dana zakat, infaq dan sadaqah BAZNAS Kabupaten Tuban juga ada program sosial yaitu Gema Peduli Covid-19. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Bagaimana Peran Iklan Donasi Gema Peduli Covid-19 di Facebook BAZNAS Tuban dalam Menumbuhkan Kepedulian Sosial Pada Masyarakat Kabupaten Tuban. Dari paparan latar belakang diatas peneliti tertarik untuk mengetahui lebih lanjut yang kemudian dituangkan dalam sebuah penelitian terkait Peran Iklan Donasi Gema Peduli Covid-19 di Facebook BAZNAS Tuban dalam Menumbuhkan Kepedulian Sosial Pada Masyarakat Kabupaten Tuban. adapun metode penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan melakukan penjelasan berdasarkan observasi dan wawancara yang dikumpulkan dari pihak BAZNAS Kabupaten Tuban. Penelitian ini menunjukkan bahwa Peran Iklan Donasi Gema Peduli Covid-19 di Facebook BAZNAS Tuban dengan tujuan menumbuhkan kepedulian sosial pada masyarakat Kabupaten Tuban.

**Kata Kunci:** Peran Iklan BAZNAS Tuban, dalam Menumbuhkan Kepedulian Sosial.

### **PENDAHULUAN**

Pada awal tahun 2020, Indonesia tidak hanya dihadapkan dengan bencana alam tetapi juga dengan kejadian bencana non alam seperti wabah penyakit menular salah satunya adalah wabah infeksi *Covid-19*. Pada tanggal 7 Januari 2020, Cina mencatat kasus paru-paru (pneumonia) yang tidak diketahui etiologinya tersebut sebagai jenis baru *Corona Virus Disease, (COVID-19)* [1-3]. *Covid-19* masuk ke Indonesia pada tanggal 2 Maret 2020. Dengan masuknya Covid-19 Indonesia memberlakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Diberlakukannya PSBB berdampak bagi masyarakat yang bekerja diluar rumah atau disebut dengan masyarakat terdampak *Covid-19*. Sebagai bentuk kepedulian sosial terhadap masyarakat yang terdampak *Covid-19*, BAZNAS Kabupaten Tuban menyalurkan bantuan dalam bentuk *Gema Peduli Covid-19*. *Gema Peduli Covid 19* diiklankan di media sosial facebook “Baznas Kabupaten Tuban” dengan tujuan bisa

membantu masyarakat terdampak, diantaranya; abang becak, asongan, sopir angkot/angdes dan masyarakat yang berekonomi rendah berupa sembako.

### **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian yang penulis lakukan adalah menggunakan penelitian kualitatif, maka penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif yaitu untuk menggambarkan dan menggali suatu fakta, lalu memberikan penjelasan terkait berbagai realita yang ditemukan yang bersifat naratif [4-5].

Objek dalam penelitian ini adalah Peran Iklan Donasi Gema Peduli Covid-19 di Facebook BAZNAS Tuban Dalam Menumbuhkan Kepedulian Sosial Pada Masyarakat Kabupaten Tuban. untuk informanya berjumlah 3 yaitu Pegawai BAZNAS Kabupaten Tuban, Masyarakat pengguna aktif Facebook dan donatur Gema Peduli Covid-19 BAZNAS.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Diera dewasa ini pengguna facebook cukup banyak utamanya di daerah Kabupaten Tuban. Facebook adalah untuk mencari informasi, chatting dengan teman-teman dan menghabiskan waktu untuk mencari dan menambah teman sebanyak-banyaknya. selain itu Facebook juga tempat mencari kuliner, hiburan dan tegur sapa dengan teman yang jauh. Sekarang akun Facebook BAZNAS Kabupaten Tuban mempunyai 1.908 pertemanan [6-8].

Efek iklan sangat terasa manfaatnya terbukti jumlah pertemanan akun Facebook BAZNAS Kabupaten Tuban sebelum membuat iklan hanya 1.500 dan sekarang mencapai 1.908 pertemanan. Iklan Gema Peduli Covid-19 dapat dilihat oleh warga yang berdomisili di Kabupaten Tuban. Iklan ini dapat dijangkau 14.236 orang dengan interaksi postingan 1.480 kali untuk biaya penayangan Rp. 100.111,-.

Pandemi Covid-19 menjadi penyakit yang menakutkan dan banyak yang terkena dampak utamanya warga Tuban. Namun adanya Iklan Gema Peduli Covid-19 pesan disampaikan dapat dipahami oleh masyarakat yang melihatnya.

Masyarakat perlu diingatkan secara berulang-ulang tentang kepedulian sesama manusia. Iklan Gema Peduli Covid-19 BAZNAS Kabupaten Tuban mengedukasi dan menarik masyarakat untuk ikut serta dalam membantu meringankan beban masyarakat Tuban yang terkena dampak Covid-19.

Untuk iklan Gema Peduli Covid-19 masyarakat Tuban tidak banyak yang berkomentar karena iklan yang dipasang sudah cukup jelas akan maksud dan tujuannya.

Tanggapan berbeda dengan TAG masyarakat Tuban suka menetag akun BAZNAS Kabupaten Tuban dan diharapkan masyarakat bisa berdonasi di BAZNAS Kabupaten Tuban. Sehingga banyak warga yang dibantu oleh BAZNAS Kabupaten Tuban.

Sama halnya dengan *Share* iklan BAZNAS Kabupaten Tuban perlu untuk disebarakan mengingat pada era dewasa ini banyak sekali masyarakat yang membutuhkan bantuan karena susah untuk mencari kebutuhan pangan.

## KESIMPULAN

### Kesimpulan

BAZNAS Kabupaten Tuban adalah lembaga pemerintah non struktural yang berada pada tingkat kabupaten yang diberi tugas untuk mengelola dana zakat, infaq dan sadaqah di Kabupaten Tuban. Selain mengelola dana zakat, infaq dan sadaqah BAZNAS Kabupaten Tuban juga ada program sosial yaitu Gema Peduli Covid-19. BAZNAS Kabupaten Tuban berada di Jalan Pramuka Kelurahan Sidorejo Kecamatan Tuban Kabupaten Tuban. Dari hasil penelitian pada tanggal 12 Agustus 2020 didapatkan suatu kesimpulan bahwa iklan melalui media sosial yakni Facebook yang dilakukan oleh pihak BAZNAS Kabupaten Tuban cukup evesien. Dikarenakan masyarakat di Kabupaten Tuban sudah cukup banyak yang mengetahui iklan tersebut.

Dari data yang sudah diperoleh peneliti melalui wawancara, dokumentasi dan observasi merumuskan Albert Bandura dalam Social Learning Theory atau biasa di kenal dengan Teori Belajar Sosial menganggap bahwa media massa sebagai agen sosialisasi yang utama disamping sahabat, guru dan keluarga. Hal ini menunjukkan bahwa proses interaksi dalam sosialisasi yang terjadi memerlukan sikap kepribadian yang terbaik di masyarakat. Kekurangan Iklan Donasi Gema Peduli Covid-19.

### Saran

- a. BAZNAS Kabupaten Tuban hendaknya memprogramkan kegiatan promosi selain Iklan perlu mengadakan kegiatan yang mengenalkan BAZNAS Kabupaten Tuban agar lebih efektif. Seperti membagikan brosur, ikut membuka lapak di car free day dan acara keramaian lainnya.
- b. BAZNAS Kabupaten Tuban seharusnya membentuk tim kreatif sendiri untuk memudahkan kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan pihak dari luar. Sehingga ada bagian tersendiri yang bertugas untuk melakukan strategi penerimaan untuk memperkenalkan dan mensosialisasikan kegiatan BAZNAS Kabupaten Tuban.
- c. Dengan memilih strategi melalui media online tentu menggunakan jaringan internet, baik wifi maupun paket data. Jadi sebaiknya

jaringan internet selalu dicek agar proses pemasaran lancar.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Jaya, M.A. 2014. program studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- [2] Lesilolo H.J. 2018. *Jurnal Penerapan Teori Belajar Sosial Albert Bandura Dalam Proses Belajar Mengajar Di Sekolah*. Vol. 4 No. 2.
- [3] Sarlito Wirawan Sarwono, 2015. *Teori-Teori Psikologi Sosial*, Jakarta: Rajawali Pers. Hlm.215
- [4] Mulyana, Deddy. 2014. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Rosdakarya.
- [5] Mc-Quail, Denis.2011. *Teori komunikasi massa McQuail Buku 1*. Jakarta: Penerbit Salemba Humanika..
- [6] Prasetyo, D, D., Yulianto,E & Sunarti. 2016. *Pengaruh Iklan Secara Online Terhadap Keputusan Pembelian : Survey Pada Mahasiswa Pengguna Produk Telkomsel Internet 4G Lte*. Vol. 41 No. 1
- [7] *Petunjuk Teknis Pelaksanaan BAZNAS Tanggap Bencana Goes To School Tema Khusus: Edukasi Kesiapsiagaan Covid-19 Dan Perilaku Hidup Bersih dan Sehat*.2020. BAZNAS Tanggap Bencana Gedung BAZNAS Tanggap Bencana
- [8] Santoso, E.D & Larasati, E. 2019. *Benarkah Iklan Online Efektif untuk Digunakan Dalam Promosi Perusahaan*. Vol. 13 No. 1: 28-36