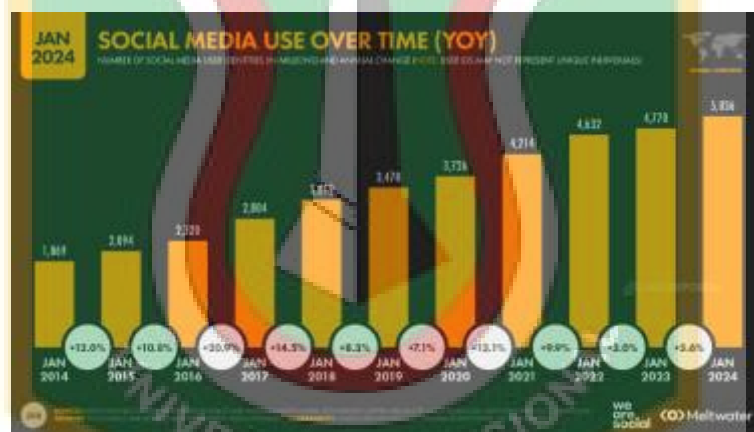


BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan pesat teknologi digital telah menyebabkan perubahan besar dalam fungsi media sosial. Dahulu, media sosial lebih dikenal sebagai alat untuk hiburan, tetapi sekarang platform tersebut berevolusi menjadi saluran penting dalam komunikasi organisasi. DataReportal melaporkan bahwa jumlah pengguna aktif media sosial di seluruh dunia telah melebihi 5 miliar pada tahun 2024. Angka ini mengindikasikan bahwa media sosial telah menjadi tempat utama bagi orang-orang untuk mendapatkan informasi, membentuk pandangan, dan menciptakan persepsi tentang berbagai entitas. Dalam hal ini, media sosial dimanfaatkan sebagai forum publik untuk menyebarkan nilai-nilai, menciptakan narasi, dan membangun citra, bukan hanya oleh perusahaan komersial, tetapi juga oleh organisasi nonprofit yang berfokus pada isu sosial dan pendidikan.



Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Aktif Media Sosial Tahun 2024

Sumber: DataReportal, Digital 2024 Global Overview Report

Berdasarkan data pada tahun 2024, DataReportal melaporkan bahwa jumlah pengguna aktif media sosial di seluruh dunia telah melebihi 5 miliar. Dalam hal ini, media sosial dimanfaatkan sebagai forum publik untuk menyebarkan nilai-nilai, menciptakan narasi, dan membangun citra, bukan hanya oleh perusahaan komersial, tetapi juga oleh organisasi nonprofit yang berfokus pada isu sosial dan pendidikan.

Keadaan serupa juga tampak di Indonesia, khususnya di kota besar seperti Jakarta. Tingginya tingkat akses internet menjadikan media sosial salah satu saluran komunikasi yang paling berpengaruh. Menurut statistik dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, tingkat akses internet di Indonesia mencapai 79,5 persen pada tahun 2024, dan meningkat menjadi 80,66 persen pada tahun 2025, dengan Jakarta sebagai salah satu daerah dengan penggunaan internet paling tinggi.



Gambar 1.2 Tingkat Akses Internet di Indonesia

Sumber: APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia), 2025

Berdasarkan data di atas tingkat akses internet di Indonesia mencapai 79,5 persen pada tahun 2024, dan meningkat menjadi 80,66 persen pada tahun 2025. Kondisi ini menjadikan media sosial sebagai alat yang efisien untuk menjangkau masyarakat secara luas, dengan cepat, interaktif, dan dengan biaya yang relatif rendah. Bagi organisasi nonprofit, situasi ini menyediakan peluang sekaligus tantangan untuk membangun citra positif, meningkatkan kepercayaan publik, serta mendorong partisipasi masyarakat dalam program-program sosial yang mereka laksanakan.

Dalam komunikasi organisasi, salah satu metode yang sering diterapkan adalah komunikasi yang bersifat persuasif. Metode ini berfungsi untuk memengaruhi sikap, pandangan, dan tindakan audiens melalui penyampaian pesan yang telah dirancang secara sistematis dan berkesinambungan. Di media sosial, komunikasi yang persuasif tidak selalu muncul dalam bentuk ajakan langsung, melainkan melalui konten yang bersifat informatif, edukatif, dan dapat menyentuh emosi para audiens. Oleh karena itu, media sosial menjadi platform yang sangat

strategis bagi organisasi untuk menjalin hubungan yang lebih erat, dialogis, dan partisipatif dengan masyarakat.

Dengan kemajuan yang pesat dalam media sosial, Instagram telah muncul sebagai salah satu platform yang paling diminati, terutama di kalangan masyarakat perkotaan dan generasi muda. Pada tahun 2024, Instagram tercatat memiliki lebih dari 2 miliar pengguna aktif per bulan di seluruh dunia. Tingkat keterlibatan pengguna yang tinggi menjadikan Instagram bukan sekadar media untuk berbagi foto dan video, tetapi juga sebagai alat untuk membangun interaksi, menunjukkan aktivitas organisasi, serta membentuk citra publik melalui daya tarik visual dan storytelling yang disampaikan.

Dalam konteks ini, sejumlah organisasi nonprofit di Jakarta mulai menggunakan Instagram sebagai platform utama untuk berkomunikasi, termasuk kelompok yang bergerak di sektor pendidikan dan sosial. Salah satu contohnya adalah *The Umbrella Wisdom*, sebuah organisasi non-profit yang berfokus pada kegiatan pendidikan untuk anak-anak dari kalangan kurang mampu. Menurut informasi yang dirilis oleh Komunita. id, *The Umbrella Wisdom* dikenal sebagai sebuah komunitas pendidikan yang tumbuh dari semangat relawan dan kepedulian sosial, bertujuan untuk memberikan akses pembelajaran yang inklusif bagi anak-anak yang memiliki keterbatasan ekonomi.

Organisasi nonprofit dalam konteks global juga sering disebut sebagai **Non-Governmental Organization (NGO)** atau organisasi non-pemerintah. NGO merupakan organisasi yang didirikan secara independen oleh masyarakat dan tidak berada di bawah struktur pemerintahan, namun memiliki tujuan untuk memberikan kontribusi sosial, kemanusiaan, pendidikan, maupun lingkungan kepada masyarakat luas. Organisasi ini umumnya beroperasi berdasarkan prinsip sukarela, kepedulian sosial, serta partisipasi masyarakat dalam mendukung berbagai program yang dijalankan.

Di Indonesia, keberadaan NGO semakin berkembang seiring meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap berbagai isu sosial, seperti pendidikan, kemiskinan, dan pemberdayaan masyarakat. NGO berperan penting sebagai penghubung antara masyarakat dan berbagai permasalahan sosial yang membutuhkan perhatian bersama. Melalui berbagai kegiatan sosial, edukasi, dan pemberdayaan, organisasi

nonprofit atau NGO berupaya memberikan dampak positif bagi masyarakat, khususnya bagi kelompok yang memiliki keterbatasan akses terhadap pendidikan dan sumber daya.

Dalam era digital saat ini, banyak NGO memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi strategis untuk menyampaikan pesan, membangun citra positif organisasi, serta mengajak masyarakat untuk terlibat dalam kegiatan sosial. Media sosial memungkinkan NGO untuk menjangkau audiens yang lebih luas, membangun hubungan yang lebih dekat dengan masyarakat, serta meningkatkan partisipasi publik terhadap program-program sosial yang dijalankan. Salah satu komunitas yang memanfaatkan media sosial dalam menyebarkan nilai sosial dan kegiatan edukatif adalah **The Umbrella Wisdom**, yang bergerak dalam bidang pendidikan bagi anak-anak di lingkungan Kampung Dao, Jakarta.

Lebih lanjut, Komunita. id menambahkan bahwa *The Umbrella Wisdom* secara rutin melaksanakan kegiatan pendidikan informal yang berbasis pada relawan, seperti program kelas sabbat yang dilakukan setiap minggu dan aktivitas pengembangan karakter untuk anak-anak. Komunitas ini juga memberi kesempatan kepada masyarakat untuk bergabung sebagai relawan tanpa perlu membayar biaya pendaftaran. Kebijakan ini menunjukkan nilai inklusivitas dan keterbukaan yang menjadi ciri khas utama dari komunitas, sekaligus memperkuat posisinya sebagai organisasi nonprofit yang tidak hanya terfokus pada pelaksanaan program, tetapi juga pada pembentukan nilai-nilai sosial dan partisipasi sukarela.

Sejalan dengan prinsip-prinsip ini, *The Umbrella Wisdom* secara proaktif menggunakan platform media sosial, terutama Instagram, untuk berkomunikasi dengan masyarakat. Melalui saluran ini, komunitas menyebarkan informasi tentang acara, mendokumentasikan aktivitas sukarelawan, dan mengajak masyarakat untuk berpartisipasi langsung dalam berbagai program yang dilaksanakan. Konten yang diposting memiliki sifat informatif dan mendidik, termasuk dokumentasi proses belajar mengajar, kisah pengalaman relawan, dan pengenalan program sosial. Penyampaian informasi dilakukan dengan cara yang bersahabat dan terbuka, yang membantu menciptakan keterikatan emosional dengan audiens serta mencerminkan penggunaan komunikasi persuasif dalam membangun kepercayaan masyarakat.



Gambar 1.3 Akun Instagram *The Umbrella Wisdom*

Sumber: https://www.instagram.com/theumbrellawisdom?utm_source=ig_web_button_share_sheet&igsh=ZDNlZDc0MzIxNw==

Berdasarkan gambar diatas dari pengamatan terhadap akun Instagram @theumbrellawisdom, komunitas ini memiliki sebanyak 824 pengikut yang menunjukkan potensi pertumbuhan yang terus meningkat seiring dengan bertambahnya ketertarikan publik terhadap konten yang mendidik dan memberi inspirasi. Aktivitas akun tersebut tidak hanya dapat dilihat dari jumlah postingan yang ada, tetapi juga dari interaksi yang terjadi melalui suka dan komentar, yang juga berperan dalam membentuk citra positif komunitas nonprofit di mata masyarakat.

Kehadiran akun Instagram @theumbrellawisdom menarik perhatian karena memiliki ciri khas yang berbeda dari komunitas pendidikan nonprofit lainnya. *The Umbrella Wisdom* mengundang tambahan relawan tanpa memungut biaya pendaftaran, sementara kebanyakan komunitas serupa di Jakarta biasanya menerapkan sejumlah biaya. Informasi tersebut disebarluaskan secara terus-menerus melalui platform media sosial, sehingga menciptakan citra positif terkait

nilai-nilai keikhlasan, kepedulian sosial, dan transparansi. Melalui metode komunikasi yang autentik dan berkesinambungan, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sumber informasi, tetapi juga sebagai alat untuk mendorong partisipasi sukarela dari Masyarakat.



Gambar 1.4 Postingan Akun Instagram *The Umbrella Wisdom*

Sumber: https://www.instagram.com/theumbrellawisdom?utm_source=ig_web_button_share_sheet&igsh=zdnizdc0mzixnw==

Berdasarkan data di atas, akun Instagram @theumbrellawisdom menampilkan berbagai unggahan yang mampu menarik perhatian khalayak. Penerapan strategi komunikasi yang persuasif tersebut terlihat dalam berbagai kiriman yang menunjukkan aktivitas positif, kontennya seperti relawan mengajar dalam Kelas Sabtu, peringatan hari-hari besar, serta acara khusus seperti TUV Fest setiap tahunnya dan TUV Goes to Ragunan. Selain itu, akun ini juga aktif menyampaikan informasi mengenai kesempatan bagi masyarakat untuk bergabung sebagai relawan, salah satunya melalui program “Calling for Volunteers” untuk Relawan Ajar Sabtu.

Selanjutnya, pada unggahan tanggal 24 Oktober 2024, akun Instagram @theumbrellawisdom menayangkan video berjudul “Kesan dan Pesan Menjadi Volunteer di *The Umbrella Wisdom*.” Dalam video tersebut, seorang relawan

bernama Caca membagikan pengalamannya mengajar di kelas B untuk anak-anak berusia di atas 11 tahun. Ia mengatakan bahwa kegiatan tersebut sangat menyenangkan dan mengajak masyarakat untuk ikut bergabung menjadi relawan, karena kegiatan di *The Umbrella Wisdom* dinilai sangat edukatif bagi anak-anak yang terlibat.

Selanjutnya, pada unggahan tanggal 24 Oktober 2024, akun Instagram @theumbrellawisdom menayangkan video berjudul “Kesan dan Pesan Menjadi Volunteer di *The Umbrella Wisdom*.” Dalam video tersebut, seorang relawan bernama Caca membagikan pengalamannya mengajar di kelas B untuk anak-anak berusia di atas 11 tahun. Ia mengatakan bahwa “kegiatan tersebut sangat menyenangkan dan mengajak masyarakat untuk ikut bergabung menjadi relawan, karena kegiatan di *The Umbrella Wisdom* dinilai sangat edukatif bagi anak-anak yang terlibat” (Caca Relawan *The Umbrella Wisdom*). Testimoni ini menunjukkan bagaimana konten yang dibagikan melalui media sosial mampu menyampaikan pengalaman nyata relawan secara persuasif.

Pada akhirnya, platform media sosial telah berperan krusial bagi lembaga nonprofit dalam menciptakan interaksi yang lebih mendalam dan dinamis dengan masyarakat. Tindakan sederhana seperti memberikan tanda suka, berkomentar, dan membagikan konten dapat mempengaruhi persepsi publik terhadap sebuah organisasi. Dalam konteks *The Umbrella Wisdom*, kegiatan di media sosial tidak hanya menarik perhatian masyarakat, tetapi juga memperkuat rasa percaya dan keterhubungan emosional dengan misi sosial yang diusung.

Fenomena tersebut menegaskan bahwa efektivitas komunikasi digital tidak hanya ditentukan oleh jumlah maupun intensitas unggahan, tetapi lebih bergantung pada kualitas hubungan yang terjalin dengan audiens, kesinambungan pesan yang disampaikan, serta tingkat keterbukaan informasi. Penyajian konten edukatif dan sosial di media sosial mampu mendorong partisipasi masyarakat, terutama di kawasan perkotaan seperti Jakarta. Meski demikian, penelitian yang secara khusus mengkaji peran komunikasi persuasif melalui media sosial dalam membangun citra positif komunitas nonprofit di bidang pendidikan masih tergolong terbatas.

Dengan pertimbangan tersebut, penelitian ini berupaya untuk meneliti secara mendalam peran komunikasi persuasif melalui media sosial *The Umbrella*

Wisdom dalam membentuk citra positif komunitas nonprofit di Jakarta. Diharapkan hasil dari studi ini dapat memberikan sumbangsih pada pengembangan ilmu komunikasi digital dan lembaga nonprofit, serta dapat menjadi referensi praktis bagi komunitas yang serupa dalam merancang strategi komunikasi persuasif yang efisien di waktu digital ini.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah di jabarkan di atas, maka peneliti membuat suatu rumusan masalah sebagai fokus penelitian ini, yaitu :
Bagaimana peran komunikasi persuasif melalui media sosial yang dilakukan oleh komunitas *The Umbrella Wisdom* dalam membentuk citra positif sebagai komunitas nonprofit di Jakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dirumuskan di atas maka tujuan penulis melakukan penelitian ini adalah Untuk mengetahui dan mendeskripsikan secara mendalam peran komunikasi persuasif melalui media sosial yang diterapkan oleh komunitas *The Umbrella Wisdom* dalam membentuk citra positif sebagai komunitas nonprofit di Jakarta.



1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan dan rumusan masalah serta tujuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Akademis

Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian ilmu komunikasi, khususnya dalam bidang komunikasi persuasif dan komunikasi digital. Penelitian ini juga dapat memperkaya referensi ilmiah mengenai pemanfaatan media sosial sebagai sarana pembentukan citra positif pada organisasi nonprofit, serta menjadi rujukan bagi penelitian selanjutnya yang membahas tema serupa.

1.4.2 Manfaat Teoritis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan masukan bagi komunitas nonprofit, khususnya *The Umbrella Wisdom*, dalam mengembangkan strategi komunikasi persuasif melalui media sosial. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi komunitas atau organisasi nonprofit lain di Jakarta dalam merancang konten media sosial yang efektif untuk meningkatkan citra positif, kepercayaan publik, dan partisipasi masyarakat.

1.5 Sistematika Penulisan

Penulisan sistematis ini dirancang dengan tujuan untuk membantu penulis meningkatkan efektivitas serta efisiensi langkah proses penulisan, disusun secara terstruktur dan mendetail. Sistem penulisan dalam konteks penelitian ini adalah sebagai berikut:

a) BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini, akan diuraikan latar belakang dan inti dari fenomena yang mendasari penelitian ini. Selain itu, akan dijelaskan juga formulasi masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan klasifikasi penelitian.

b) BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini, akan dibahas penelitian-penelitian sebelumnya, serta teori dan konsep yang relevan. Dalam BAB II juga terdapat penelitian terdahulu yang akan digunakan sebagai acuan untuk menilai kesamaan dan perbedaan antara

karya penulis dan penelitian yang sudah ada sekaligus terdapat kerangka pemikiran.

c) BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menguraikan metode penelitian serta langkah-langkah yang harus diikuti selama proses penelitian. Metode penelitian meliputi pendekatan, jenis penelitian, penemuan pengetahuan, teknik pengumpulan data, karakteristik data, serta teknik pengolahan dan analisis data, termasuk keabsahan data. Selain itu, pembahasan ini juga mencakup lokasi dan jadwal pelaksanaan penelitian.

d) BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini, penulis menjelaskan temuan dari penelitian yang diperoleh melalui wawancara langsung dengan informan di lapangan, serta melalui studi kepustakaan. Hasil penelitian ini merupakan hasil analisis data yang dikumpulkan selama proses tersebut. Bagian hasil penelitian mencakup gambaran umum tentang *The Umbrella Wisdom* sebagai komunitas nonprofit dan dilanjutkan dengan pembahasan mengenai komunikasi persuasif dalam membentuk citra positif komunitas.

e) BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Sebagai penutup dari bab-bab sebelumnya yang mengandung rangkuman seluruh penelitian, simpulan tersebut memberikan jawaban terhadap pertanyaan yang diajukan. Dalam bab ini, peneliti juga dapat menyajikan rekomendasi akademis dan praktis untuk penelitian serupa yang mungkin dilakukan di masa mendata