

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Lembaga Penanggulangan Bencana Muhammadiyah atau lebih dikenal dengan “*Muhammadiyah Disaster Management Center (MDMC)*” merupakan sebuah lembaga yang bergerak dalam bidang sosial kebencanaan di bawah naungan Persyarikatan Muhammadiyah. MDMC bertugas untuk mengelola sumber daya Muhammadiyah dalam penanggulangan bencana. Muhammadiyah sendiri merupakan salah satu organisasi kemasyarakatan tertua di Indonesia yang sudah berkembang sangat luas tidak hanya di Indonesia bahkan juga di beberapa wilayah diluar Indonesia seperti Malaysia, Arab Saudi, bahkan Jerman (Mu'ti, 2016, hal. 1).

Walaupun MDMC berada di bawah Muhammadiyah, posisinya sebagai lembaga penanggulangan bencana mengharuskan MDMC untuk menjangkau masyarakat bahkan di luar anggota MDMC ataupun Muhammadiyah, khususnya pada proses tanggap darurat suatu bencana. Itu artinya, MDMC memiliki sasaran yang sangat luas baik itu dari internal Muhammadiyah maupun juga masyarakat umum yang beraneka ragam.

Dengan luas dan beragamnya sasaran dari MDMC tersebut, MDMC tentu membutuhkan koneksi dengan masyarakat dalam menjalankan setiap program yang mereka miliki. Koneksi dengan masyarakat tersebut ditujukan baik untuk menyampaikan informasi pada masyarakat juga untuk menerima aspirasi dari masyarakat. Hal itu dibutuhkan untuk menentukan langkah selanjutnya yang akan diambil oleh lembaga tersebut. Dalam hal ini MDMC memiliki divisi khusus untuk

berhubungan dengan masyarakat maupun lembaga lain, yaitu Divisi Jaringan dan Kerjasama. Salah satu tugas dari divisi tersebut adalah mengambil peran humas atau *public relations* untuk terkoneksi dengan masyarakat atau lembaga lain.

Dengan besarnya publik yang dijangkau, MDMC diharuskan untuk memanfaatkan berbagai saluran dalam proses komunikasinya. Salah satunya dengan memanfaatkan media massa baik itu cetak atau elektronik. Karena saat ini media massa masih dianggap sebagai salah satu sumber informasi utama bagi masyarakat.

Hadirnya internet memberikan dampak yang besar dalam kehidupan masyarakat, tak terkecuali dalam cara mereka berkomunikasi dan berinteraksi. Bahkan berbagai media cetak dan elektronik juga mulai memanfaatkan internet. Dari situ hadir media-media *online* seperti Detik.com, Kompas.com, dll. Pemanfaatan internet ini juga ada pada berbagai stasiun TV dan radio yang menyediakan fitur *streaming online* yang bisa diakses oleh masyarakat dengan koneksi internet.

Internet memberi kemudahan untuk terhubung dengan banyak orang sekaligus bahkan di berbagai belahan dunia dalam waktu yang singkat (Nasrullah, Komunikasi Antar Budaya: di Era Budaya Siber, 2018, hal. 55). Kini akses internet semakin mudah dan murah, sehingga setiap orang juga dapat dengan cepat berbagi dan menerima informasi lewat internet. Akan tetapi hal ini juga menjadi salah satu dampak negatif internet yang perlu diperhatikan. Jangkauan dari internet memberi kemungkinan pada pihak yang tak bertanggung jawab untuk menyebarkan berita atau informasi yang tidak pantas atau bahkan bohong, baik itu karna dengan sengaja ataupun karna ketidaksengajaan.

كَفَى بِالْمَرْءِ كَذِبًا أَنْ يُحَدِّثَ بِكُلِّ مَا سَمِعَ

Artinya: “Cukup seseorang dikatakan berdusta bila ia menceritakan semua apa yang ia dengar.” (HR. Muslim dan Abu Hurairah RA)

Dalam hadits di atas dijelaskan bahwa sebagai muslim, kita mesti selektif untuk menerima informasi dan berhati-hati dalam menyebarkannya. Hal ini pun berlaku bagi suatu lembaga seperti MDMC. Dengan berkembangnya zaman, pemanfaatan internet menjadi sebuah hal yang perlu dilakukan. Selain memiliki banyak manfaat, adanya kemungkinan bagi oknum-oknum yang menyebarkan berita palsu atau *hoax* tentang MDMC juga menjadi hal yang perlu dicegah melalui internet. Hal tersebut juga semakin banyak ditemukan dengan kehadiran dari media sosial.

Media sosial yang hadir pada awal abad 21 berkembang pesat baik itu dari jenis dan juga fitur yang ditawarkan. Media sosial menawarkan cara berkomunikasi dan berinteraksi yang lebih mudah, murah dan juga interaktif. Penggunaan media sosial juga memungkinkan penggunanya untuk mendapat umpan balik yang cepat dengan jangkauan yang luas. Hal itu menyebabkan jumlah pengguna dari media sosial meningkat drastis tak terkecuali di Indonesia. Sebuah survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menyatakan bahwa penggunaan sosial media menempati urutan kedua di bawah komunikasi lewat pesan sebagai alasan masyarakat Indonesia untuk memanfaatkan internet. Dari jumlah pengguna aktif internet di Indonesia yaitu sekitar 88,1 juta orang, pengguna aktif dari media sosial mencapai 74 juta orang (Hasil Survei APJII, 2018). Dari berbagai fakta tersebut, media sosial merupakan salah satu hal yang pantas untuk dimanfaatkan oleh suatu lembaga untuk terkoneksi dengan masyarakat.

Dalam pemanfaatan media sosial, khususnya untuk sebuah lembaga tidak boleh dilakukan secara asal-asalan dan dengan tujuan yang tidak dengan visi dan misi lembaga tersebut. Seperti sekedar untuk eksis di media sosial, dll. Hal ini dikarenakan saat suatu lembaga sudah memutuskan apalagi sudah mulai melakukan kegiatan di media sosial, itu artinya semua postingan dan proses interaksi yang ada pada akun tersebut menjadi pertanggungjawaban dari lembaga tersebut. Sebuah akun media sosial yang mengatasnamakan suatu lembaga akan menjadi salah satu “wajah” dari lembaga tersebut dan apabila tidak dikelola dengan baik, maka akan berdampak pada citra dan elektabilitas dari lembaga tersebut. Alasan lain perlunya pengelolaan media sosial yang baik bagi suatu lembaga adalah hadirnya akun-akun palsu yang mengatasnamakan lembaga tersebut. Hal itu dapat menimbulkan kemungkinan tersebarnya informasi *hoax* dari lembaga tersebut. Apabila pengelolaan media sosial lembaga tersebut kurang maksimal, maka elektabilitas akun resmi dari lembaga tersebut akan rendah dan mengakibatkan semakin sulitnya mengatasi berita-berita *hoax* tentang lembaga tersebut. Hal ini berlaku baik bagi lembaga dengan skala besar maupun kecil, tak terkecuali MDMC.

Saat ini MDMC sudah memiliki akun di berbagai media sosial. Dari berbagai aplikasi media sosial yang tersedia, MDMC menggunakan akun media sosial seperti *Facebook*, *Instagram*, dan *Twitter* sebagai sumber informasi yang dapat diakses oleh masyarakat.

**Tabel 1.1 Media Sosial MDMC**

<b>Media Sosial</b>	<b>Nama Akun</b>	<b>Pengikut</b>
<i>Facebook</i>	MDMC Indonesia	8.536
<i>Instagram</i>	mdmcindonesia	9.157

<i>Twitter</i>	@mdmcindonesia	>11.100
----------------	----------------	---------

*Sumber : Media Sosial MDMC*

Akun-akun media sosial tersebut aktif mengunggah berbagai konten yang berhubungan dengan kebencanaan. Selain itu sebagai lembaga yang berada di bawah naungan Muhammadiyah, akun-akun media sosial MDMC juga aktif mengunggah konten yang berkaitan dengan Muhammadiyah.

**Tabel 1.2 Keaktifan Media Sosial MDMC**

<b>Media Sosial</b>	<b>Rentang Waktu Postingan Terakhir</b>
<i>Facebook</i>	8 Nov 2019, 5 Nov 2019, 4 Nov 2019, 25 Okt 2019
<i>Instagram</i>	7 Nov 2019, 5 Nov 2019, 4 Nov 2019, 25 Okt 2019
<i>Twitter</i>	18 Nov 2019, 18 Nov 2019, 18 Nov 2019, 18 Nov 2019

*Sumber : Media Sosial MDMC (data terakhir diakses 19 November 2019)*

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa *Twitter* merupakan akun media sosial MDMC yang paling aktif bahkan memposting beberapa *tweet* dalam sehari. Sedangkan *Instagram* dan *Facebook* masih tetap *update* beberapa postingan walaupun tidak setiap hari.

Dalam salah satu *tweet* yang diposting oleh akun MDMC menyatakan bahwa saat ini sudah ada 34 MDMC di tingkat Pimpinan Wilayah Muhammadiyah. Itu berarti 100% provinsi di Indonesia sudah berhasil dijangkau oleh MDMC. Hal itu juga menandakan perkembangan MDMC di level nasional. Pada tahun 2018 MDMC juga berhasil meraih beberapa penghargaan. Diantaranya: Penghargaan Institusi yang Berjasa dalam Pembangunan Bidang Kesehatan oleh Kementerian Kesehatan RI dan

Penghargaan Ormas 2018 Bidang Penanggulangan Bencana yang diberikan langsung oleh Mendagri saat itu Tjahjo Kumolo. Dalam kancah internasional MDMC juga telah berhasil mencatatkan beberapa prestasi, yaitu: *Emergency Medical Team* (EMT) MDMC yang menjadi satu-satunya lembaga Indonesia yang terdaftar di WHO. Kemudian Wakil Ketua MDMC Rahmawati Husein terpilih sebagai salah satu dari 5 anggota baru *Adversory Group* dari *The Central Emergency Response Fund* (CERF) di bawah PBB.

Dengan berbagai prestasi dan capaian MDMC sebagai Lembaga Penanggulangan Bencana Muhammadiyah, penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut bagaimana pengelolaan media sosial yang dijalankan oleh MDMC sebagai media komunikasi lembaga untuk bisa terhubung dengan publik dan pihak lain. Seperti yang kita ketahui dengan posisinya di bawah naungan persyarikatan Muhammadiyah, MDMC sudah memiliki *audience* yang sangat beragam. Kemudian ditambah masyarakat umum yang juga masuk dalam ranah MDMC yang bergerak di bidang sosial kebencanaan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi evaluasi bagi MDMC sendiri dalam menjalankan program-programnya, khususnya yang berhubungan dengan media. Untuk itu penulis tertarik untuk meneliti tentang pengelolaan media MDMC dengan melakukan penelitian analisis deskriptif kualitatif melalui sebuah karya tulis yang berjudul **“MODEL PENGELOLAAN MEDIA ONLINE DI BAWAH LEMBAGA PERSYARIKATAN MUHAMMADIYAH: STUDI KASUS PENGELOLAAN FACEBOOK, INSTAGRAM, DAN TWITTER MDMC TAHUN 2019”**.

## **B. Pokok dan Rumusan Masalah**

### **1. Pokok Masalah**

Berdasarkan pada latar belakang masalah di atas, maka pertanyaan penelitian yang akan dijawab dalam penelitian ini adalah, bagaimana pengelolaan media (*Facebook, Instagram, dan Twitter*) yang dilakukan oleh MDMC?

### **2. Rumusan Masalah**

- 1) Bagaimana pengelolaan media (*Facebook, Instagram dan Twitter*) yang dilakukan oleh MDMC?
- 2) Apa faktor pendukung dan penghambat dalam pengelolaan media (*Facebook, Instagram dan Twitter*) yang dilakukan oleh MDMC?

## **C. Tujuan**

- 1) Menjelaskan pengelolaan media (*Facebook, Instagram dan Twitter*) yang dilakukan oleh MDMC.
- 2) Menjelaskan faktor pendukung dan penghambat dalam pengelolaan media (*Facebook, Instagram, dan Twitter*) yang dilakukan oleh MDMC.

## **D. Manfaat**

### **1. Manfaat Teoritik**

Penelitian ini dapat bermanfaat sebagai sumbangan terhadap pengembangan wawasan dan pengetahuan dalam ranah Ilmu Komunikasi tentang pengelolaan media dalam suatu lembaga atau lembaga.

## **2. Manfaat Praktis**

Secara praktis, penelitian ini dapat bermanfaat bagi MDMC sebagai salah satu alat pengkajian dan perumusan dalam melaksanakan pengelolaan media (*Facebook, Instagram, dan Twitter*) MDMC.