

# **Analisis Media Richness Theory Dalam Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Laziswaf Unida Gontor Untuk Meningkatkan Filantropi Islam**

Rila Setyaningsih<sup>1</sup>, Abdul Hakim<sup>2</sup>, Syamsur Romli<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana Yogyakarta

<sup>2,3</sup>Ilmu Komunikasi, Universitas Darussalam Gontor

<sup>1</sup>Gg. Jemb. Merah No.84C, Soropadan, Condongcatur, Depok, Sleman, DI Yogyakarta 55283, Indonesia

<sup>2,3</sup>Jl. Raya Siman, Ponorogo, Jawa Timur, 63471, Indonesia

<sup>1</sup>рила.s@mercubuana-yogya.ac.id, <sup>2</sup>abdulhakim191999@gmail.com, <sup>3</sup>syamsur.romli22@gmail.com

## **ABSTRAK**

Perkembangan media digital saat ini sangat pesat, sehingga memudahkan hampir semua pekerjaan manusia, salah satunya dalam aksi kemanusiaan atau yang dikenal dengan filantropi. Filantropi adalah bentuk kepedulian seseorang atau kelompok terhadap orang lain. UNIDA Gontor memiliki LAZISWAF sebagai lembaga untuk berbagi dan memperkuat filantropi Islam, khususnya di lingkungan perguruan tinggi pesantren. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Analisis Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Laziswaf UNIDA Gontor Untuk Meningkatkan Filantropi Islam Dalam Tinjauan Media Richness Theory. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data penelitian menggunakan teknik analisis data lapangan Milles dan Huberman yang terdiri dari reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: Pertama, publikasi konten kurang produktif. Kedua, konten yang diunggah bervariasi. Ketiga, keragaman bahasa. Keempat, tersedianya kontak admin. Kelima, perekaman eksternal belum dilakukan. Keenam, interaksi dengan khalayak telah dilakukan. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam pengelolaan instagram khususnya di lingkungan perguruan tinggi pesantren.

**Keywords:** *Media Richness Theory; Filantropi; Laziswaf*

Diterima: 19-01-2024

Disetujui: 19-01-2024

Dipublikasikan: 30-01-2024

## **Analysis Of Media Richness Theory In The Use Of Instagram As A Communication Media Laziswaf Unida Gontor To Improve Islamic Philanthropy**

### **ABSTRACT**

*The development of digital media is currently very rapid, making it easier for almost all human work, one of which is in humanitarian action or known as philanthropy. Philanthropy is a form of concern for a*

*person or group towards others. UNIDA Gontor has LAZISWAF as an institution to share and strengthen Islamic philanthropy, especially in Islamic boarding schools. The purpose of this research is to find out how to analyze the use of Instagram as a communication medium for UNIDA Gontor's Laziswaf to improve Islamic philanthropy in a media richness theory review. This study used descriptive qualitative method. Data was collected through observation, interviews, and documentation. Analysis of research data using Milles and Huberman field data analysis techniques consisting of data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The results of this study indicate that: First, the content on Laziswaf UNIDA Gontor's Instagram is not published productively but the audience's comments have been responded to well. Second, Instagram Laziswaf UNIDA Gontor already has a variety of verbal and non-verbal messages in delivering messages. Third, Laziswaf UNIDA Gontor's Instagram does not use symbols such as hashtags, but in terms of language variety, it uses relaxed and everyday language. Fourth, the Laziswaf UNIDA Gontor Instagram account has listed contacts who can be contacted. Fifth, information on UNIDA Gontor's Laziswaf Instagram can be accessed by every audience. Sixth, the recording of zakat, infaq, and waqf data collection on Laziswaf UNIDA Gontor Instagram has not been realized. Seventh, Instagram Laziswaf UNIDA Gontor has had interactions with every message conveyed by the audience.*

**Keywords:** *Media Richness Theory; Philanthropy; Laziswaf*

## Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi telah mempengaruhi berbagai aspek dalam kehidupan manusia. Keberadaannya banyak mempermudah setiap aktivitas yang dilakukan oleh manusia, tak terkecuali pada kegiatan komunikasi untuk berinteraksi dengan manusia lainnya. Bermula dari keberadaan handphone yang bisa berfungsi untuk berkomunikasi jarak jauh via suara, berkembang menjadi handphone genggam yang memiliki tambahan fitur yaitu dapat mengirimkan pesan teks. Semakin berkembangnya media teknologi informasi maka muncul internet dan aplikasi-aplikasi berbasis pesan teks/messenger yang tidak hanya sekedar dapat mengirimkan pesan teks, namun juga video call dan bahkan bisa juga mengirimkan file seperti gambar, video, suara, dan dokumen. Semua hal itu tidak terlepas dengan bantuan teknologi internet.

Pada tahun 2019 APJII (Asosiasi Penyelenggaraan Jasa Internet Indonesia) memeberikan data mengenai hasil survey jumlah pengguna internet di Indonesia

yaitu menunjukkan di tahun 2023 tercatat sekitar 212,9 juta orang pengguna internet di Indonesia dan memiliki angka pertumbuhan pengguna internet dari tahun sebelumnya yaitu 5,2% atau setara dengan pertumbuhan 10 juta orang dari populasi seluruh warga Indonesia (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia 2023).

Berkembangnya media teknologi memunculkan berbagai kejahatan di dalam internet seperti kasus yang saat ini tinggi ialah penyebaran Hoax, di dalam website Kominfo menyebutkan bahwasannya selama tahun 2015 hingga 2018 ada 800 ribu situs penyebar Hoax (Kominfo 2018). salah satu antisipasi pencegahan terhadap kejahatan persebaran Hoax di media sosial ialah adanya Undang-Undang Pasal 45 ayat (1) UU ITE dengan berisikan "setiap orang yang dengan sengaja dan tanpa hak penyebaran berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dala transaksi elektronik sebagaimana dimaksud dalam pasal 28 ayat (1) dipidana dengan penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau dengan paling banyak

Rp 1.000.000.000 (satu miliar) (Indonesia 2021). Di sisi lain, penggunaan internet untuk aktivitas yang positif seperti untuk berbagai atau kegiatan filantropi juga banyak bermunculan.

Kebutuhan akan berkomunikasi antar sesama dirasa sangat penting bagi seluruh segmen masyarakat, tidak memandang usia, jabatan dan status sosial, terutama bagi kelompok masyarakat. Sebuah kelompok organisasi membutuhkan media sebagai sarana komunikasi untuk bisa berinteraksi dengan anggota kelompok yang lainnya. tanpa harus berkumpul dan bertatap muka, seperti aplikasi messenger seperti Line, WhatsApp, Kakao Talk, hingga liteBIG. Berkat adanya aplikasi-aplikasi tersebut pesan komunikasi yang ingin disampaikan sampai pada waktu singkat, aplikasi tersebut biasanya disebut media sosial. Menurut Nasrullah di dalam buku manajemen komunikasi digital menjelaskan ada beberapa karakteristik media digital yaitu ; Jaringan ( *network*) antar pengguna, Informasi ( *information*), Arsip ( *archive*), Interaksi ( *interactivity*), Simulasi ( *simulation*) sosial, Konten oleh pengguna ( *user generated content* ).

Media sosial telah menjadi salah satu bagian terpenting dari kehidupan masyarakat modern. Media sosial bisa diartikan sebagai salah satu sarana di internet yang bisa dimanfaatkan untuk merepresentasikan diri ataupun berinteraksi, menjalin kerja sama, berbagi, berinteraksi dengan pengguna lainnya, dan menciptakan ikatan sosial di dalamnya (Nasrullah 2016). Media sosial telah menjadi salah satu kekuatan baru dalam ekonomi, politik maupun budaya. Secara sosial budaya media sosial mempunyai

kekuatan sebagai kontrol pada struktur yang mendefinisikan makna dan nilai-nilai moral dalam masyarakat, contohnya ialah universitas, komunitas keagamaan (Nasrullah 2016). Hadirnya media sosial telah mengubah cara berkomunikasi masyarakat di segala bidang misalnya pemasaran, komunikasi politik dan komunikasi dalam pembelajaran, media sosial juga memiliki dampak yang besar dalam komunikasi, membawa perubahan dari komunikasi yang konvensional ke komunikasi digital (Setiadi 2014). Oleh sebab itu tidak heran apabila banyak orang, kelompok atau lembaga memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi dan berbagi.

Pada tahun 2021 *datareportal.com* juga memberikan data mengenai tingkat pengguna aplikasi media sosial dari internasional hingga se-Indonesia. Dalam hal itu *datareportal.com* memberikan penjelasan bahwa di Indonesia tingkat pengguna aplikasi tertinggi ialah aplikasi Instagram dengan posisi peringkat tertinggi ke 3 setelah Youtube dan WhatsApp (Kemp 2021).

Tingginya jumlah pengguna media sosial Instagram di Indonesia mendorong lembaga-lembaga pemerintah hingga swasta untuk memanfaatkan teknologi internet tersebut dalam membantu aktivitasnya, mulai dari pemasaran, pelayanan, hingga bantuan kemanusiaan, seperti yang telah dilakukan oleh lembaga kemanusiaan Lazis Darul Hikam yang menggunakan peran media sosial Instagram dalam membangun kesadaran berdonasi (Ditha and Iwan 2021). Adanya internet memberikan kemudahan dalam mengumpulkan bantuan sosial atau aksi kemanusiaan yang disebut dengan Filantropi. Filantropi ialah suatu bentuk kepedulian seseorang atau sekelompok

orang terhadap orang lain berdasarkan kecintaan pada sesama manusia (Latief 2012).

Berdasarkan obsevasi awal Laziswaf UNIDA Gontor adalah salah satu Lembaga yang berada di perguruan tinggi UNIDA Gontor, lembaga ini merupakan lembaga yang bergerak di bidang Zakat, Infak, Sedekah, dan Wakaf. Lembaga ini media sosial untuk berbagi informasi dan edukasi sert persuasi tentang zakat, infak dan sedekah. Laziswaf UNIDA Gontor memiliki beragam media sosial yaitu Facebook, Instagram, dan Whatapp. Diantara ketiga media tersebut, media Instagram menjadi media yang paling aktif digunakan dalam berbagai informasi kepada khlayak.

Hasil penghimpunan dana LAZISWAF UNIDA Gontor juga terus mengalami kenaikan selama 4 tahun dan penurunan terjadi di tahun 1442 Hijriyah. Berdasarkan wawancara dengan pengelola, kenaikan dan penurunan ini dimungkinkan ada kaitannya dengan pengelolaan Instagram dalam aktivitas penyebaran informasi LAZISWAF UNIDA Gontor dalam meningkatkan filantropi Islam di era digital.



Sumber: Data Laziswaf UNIDA Gontor

Kajian tentang pemanfaatan media sosial dalam kegiatan komunikasi sebuah instansi juga pernah dilakukan oleh

Muhammad Rahimul Amin dengan judul *Penggunaan YouTube Sebagai Media Promosi Kawasan Wisata Mandeh di Kabupaten Pesisir Selatan*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemilihan media sosial YouTube mempunyai beberapa pertimbangan yaitu durasi, ukuran file, pengguna yang beragam, pesan visual dan audio visual, fitur pencarian, sarana interaksi, dan penggunaan yang gratis. Penggunaan YouTube dalam mempromosikan Kawasan Wisata Mandeh di Kabupaten Pesisir Selatan sangat bergantung bagaimana video yang diupload. Ketiga peng-upload video mementingkan durasi, pengambilan gambar dengan menggunakan drone, backsound, dan scene untuk mempromosikan Kawasan Objek Wisata Mandeh. Dengan menggunakan YouTube semakin banyak yang mengetahui dan datang ke Objek Kawasan Wisata Mandeh (Muhammad 2016).

Penelitian lain dilakukan oleh Maretha Nadya Rahayu, Ana Fitriana Poerana, dan Fardiah Oktariani Lubis dengan judul *Pemanfaatan Instagram dalam Menjaga Hubungan Baik PT.Pupuk Kujang dengan Stakeholders*. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *Corporate Communication* PT. Pupuk Kujang telah memanfaatkan media Instagram dengan baik. *Corporate Communication* membentuk suatu tim yang bertanggung jawab dalam mengelola media sosial, untuk mengatur dan membuat seluruh konten pada media sosial termasuk instagram. Konten-konten yang disajikan pada instagram PT. Pupuk ujang sangat beragam untuk menyesuaikan *stakeholders* nya (Maretha, Ana, and Iktariani 2020).

Penelitian berikutnya dilakukan oleh Ati Harmoni dengan judul *Media Richness*



*Theory dan Potensi Website sebagai Media Komunikasi CSR oleh Perusahaan.* Hasil penelitian menunjukkan bahwa Corporate Communication membentuk suatu tim yang bertanggung jawab dalam mengelola media sosial, untuk mengatur dan membuat seluruh konten pada media sosial termasuk instagram. Untuk menarik perhatian dan kepercayaan stakeholders, Corporate Communication selalu mempunyai inovasi baru mengikuti perkembangan zaman. Jika ditinjau dari Media Richness Theory, instagram termasuk dalam golongan media yang kaya karena memenuhi seluruh kriteria Media Richness. (Maretha, Ana, and Iktariani 2020).

Konsep Pendukung yang digunakan dalam penelitian ini ialah *Media Richness Theory*. Teori ini pertama di temukan oleh Daft dan Lengel yang berasumsi bahwa kekayaan suta media menentukan kegunaanya. Teori ini menjelaskan bahwa mengatasi keraguan terhadap suatu informasi ditentukan pada media media komunikasi yang paling tepat dan efektif (Harmoni 2010). Daft dan Lengel juga menyampaikan bahwa konsep ‘kekayaan media’ dimana kegunaan media disebut sebagai kekayaan. Karena itu, untuk mencapai tujaun komunikasi ‘media kaya’ dianggap lebih efisien karena tidak membutuhkan waktu lebih lama untuk menyampaikan pesan (Azeem and Toni 2018). Daft dan Lengel mengusulkan 4 kriteria yaitu : (1) Kesegaran (*immediacy*), mengacu pada keahlian media dalam menyampaikan informasi secara tepat waktu sehingga segera mendapatkan umpan balik. (2) keragaman isyarat (*multiple cues*), mengacu pada penggunaan berbagai pendekatan verbal dan non-verbal untuk menyampaikan

pesan. (3) Variasi bahasa (*language variety*), meningkatkan pemahaman terhadap pesan yang di berian dengan menggunakan kata-kata yang bervariasi melalui simbol bahasa. (4) Sumber Personal (*personal source*), ialah keahlian media untuk menyampaikan perasaan dan emosi dari pihak yang berkomunikasi (Harmoni 2010). Dalam perkembangan potensi teknologi komunikasi modern yang semakin maju. Lohian kemudian menambahkan kriteria lain untuk menilai kekayaan media ini, yaitu (1) keragaman penerima (*multiple addressibility*) ialah kemampuan untuk menyampaikan pesan, (2) perekaman eksternal (*externally recordable*) ialah berhubung dengan kemampuan media untuk menyediakan rekaman komunikasi, termasuk kemampuan untuk mendokumentasi proses komunikasi, (3) Memori terolahkan komputer (*computer processable memory*) ialah informasi dapat diorganisir dan diatur secara eletronik contoh pencarian, dan (4) konkurensi (*concurrency*) ialah kemampuan media untuk memberikan fasilitas interaksi antara banyak pengguna secara stimulan (Lodhia 2006).

Rumusan masalah dalam penelitian ini ialah bagaimana pemanfaatan instagram sebagai media komunikasi Laziswaf UNIDA Gontor untuk meningkatkan filantropi islam dalam tinjauan *Media Richness Theory*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemanfaatan instagram sebagai media komunikasi Laziswaf UNIDA Gontor untuk meningkatkan filantropi islam dalam tinjauan *Media Richness Theory*. Penelitian ini memiliki fokus penelitian pada media sosial Instagram Laziswaf UNIDA Gotor, alasan fokus penelitian itu terletak pada

media sosial Instagram ialah karena mahasiswa UNIDA Gontor (sebagai salah satu khalayak Laziswaf UNIDA Gontor) memiliki kecenderungan mengakses pada media sosial Instagram dari pada media sosial lainnya (Firmansyah 2022).

## Metode

Jenis penelitian yang dilakukan yaitu deskriptif kualitatif. Penggunaan metode ini dipilih untuk mengetahui lebih mendalam terkait latar alamiah sebuah fenomena yang dirasakan subjek penelitian. Disini penelitilah yang akan menetapkan fokus penelitian, memilih informan sebagai sumber data, melakukan pengumpulan data, menilai kualitas data, menganalisis data, dan membuat kesimpulan (Lexy 2017).

Subjek pada penelitian ini ditentukan dengan cara *purposive sampling* yaitu penentuan subjek dengan kriteria tertentu (Sugiyono 2006) an intermediate step in the shikimate pathway to aromatic amino acid biosynthesis, is induced under specific conditions of environmental stress and developmental requirements in an isoform-specific manner. Despite their important physiological role, experimental structures of plant SKs have not been determined and the biochemical nature of plant SK regulation is unknown. The Arabidopsis thaliana genome encodes two SKs, AtSK1 and AtSK2. We demonstrate that AtSK2 is highly unstable and becomes inactivated at 37[degrees]C whereas the heat-induced isoform, AtSK1, is thermostable and fully active under identical conditions at this temperature. We determined the crystal structure of AtSK2, the first SK structure from the plant kingdom, and conducted biophysical characterizations

of both AtSK1 and AtSK2 towards understanding this mechanism of thermal regulation. The crystal structure of AtSK2 is generally conserved with bacterial SKs with the addition of a putative regulatory phosphorylation motif forming part of the adenosine triphosphate binding site. The heat-induced isoform, AtSK1, forms a homodimer in solution, the formation of which facilitates its relative thermostability compared to AtSK2. In silico analyses identified AtSK1 site variants that may contribute to AtSK1 stability. Our findings suggest that AtSK1 performs a unique function under heat stress conditions where AtSK2 could become inactivated. We discuss these findings in the context of regulating metabolic flux to competing downstream pathways through SK-mediated control of steady state concentrations of shikimate., PDB Code(s). Adapun kriteria yang ditetapkan pada pemilihan subjek penelitian ini adalah orang-orang yang mampu menyampaikan opini atau persepsinya tentang objek serta yang terlibat secara penuh dalam pengelolaan Instagram LAZISWAF UNIDA Gontor. Sehingga subjek pada penelitian ini terdiri dari ketua dan sekretaris yang secara langsung menangani pengelolaan Instagram LAZISWAF UNIDA Gontor.

Alasan pemilihan LAZISWAF UNIDA Gontor sebagai lokasi penelitian adalah karena lembaga ini berada di lingkungan perguruan tinggi pesantren yang memiliki khalayak yang cukup luas baik di lingkungan pesantren mulai dari dosen, tenaga kependidikan, mahasiswa, karyawan, staff, hingga wali mahasiswa yang tersebar dar seluruh penjuru Indonesia bahkan luar negeri. Khalayak

diyakini memiliki jiwa keikhlasan sebagai salah satu implementasi panca jiwa Pondok Pesantren yang merupakan basis munculnya kesadaran filantropi Islam.

Penelitian kualitatif menggunakan teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Dalam praktiknya, observasi dan wawancara dapat digunakan secara bersama-sama. Wawancara akan berlangsung baik apabila tercipta kepercayaan antara peneliti dengan yang diwawancarai (Sugiyono 2015). Selain kedua teknik pengumpulan data tersebut, peneliti juga menggunakan teknik dokumentasi untuk mengumpulkan data terkait Media Richness Theory Laziswaf UNIDA Gontor.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data yang dilakukan dengan mengacu pada teori Milles dan Hubberman, yaitu; 1). Reduksi Data, 2) Display data/ penyajian data, 3) penarikan kesimpulan. Untuk mengukur keabsahan data, dilakukan dengan melihat kredibilitas data melalui teknik triangulasi sumber dan triangulasi metode. Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber/ informan. Triangulasi teknik dalam penelitian ini dilakukan dengan cara menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yaitu wawancara, lalu dicek dengan data observasi, dan juga dokumentasi (Sugiyono 2021).

## Hasil dan Pembahasan

Hasil dari penelitian tentang Media Richness Theory Dalam Penggunaan Instagram Untuk Meningkatkan Filantropi Islam Di Era Digital menghasilkan beberapa temuan:

## Publikasi Konten Kurang Produktif

Untuk mencapai komunikasi yang efektif seorang komunikator perlu menyediakan informasi yang dibutuhkan yaitu Kesegaran (*immediacy*), mengacu pada keahlian media dalam menyampaikan informasi secara tepat waktu sehingga segera mendapatkan umpan balik secara intensif. Indikator pertama, keterbaruan konten dan respon terhadap khalayak. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan diketahui bahwa belum produktifnya informasi-informasi yang disampaikan oleh Laziswaf UNIDA Gontor, hal ini telah disampaikan oleh Humam dan Arlif :

*“karena salah satunya ya Instagram di melenial saat ini pastilah orang-orang menggunakan Instagram sarana informasi dan juga whatsapp siapa yang tidak menggunakan whatsapp” (wawancara dengan Arlif 28 september 2021)*

Informan menjelaskan bahwa media utama yang digunakan LAZISWAF UNIDA Gontor adalah Instagram dan whatsapp untuk media penyebaran informasi. Berdasarkan hasil observasi diketahui bahwa whatsapp terbatas pada civitas akademika di lingkungan UNIDA Gontor, sedangkan untuk menjangkau khalayak yang lebih luas, mereka menggunakan media sosial Instagram.

Berkaitan dengan frekuensi penyebaran informasi kepada khalayak, informan menjelaskan bahwa konsistensi dalam upload konten belum dapat dilakukan dengan baik, Hal ini sebagaimana yang disampaikan oleh informan:

*“harusnya ya, kalo harus minimal seminggu harus 1 kali feed, nah kalo untuk story, dan untuk story setiap jumat pagi itu ada story jumat berkah nah itu yang pasti, cuman*

secara utuh seminggu satu feed. dan yang berjalan cuman story nya aja, yang feed nya ini kurang ” (wawancara dengan Humam 28 Maret 2022).



Sumber : Instagram @laziswaf.unida gontor

Meskipun konten kurang produktif, tetapi respon terhadap chat khalayak ditanggapi dengan baik, meskipun tidak secara cepat. Pertanyaan dan aduan yang masuk dalam direct message selalu diberikan respon dengan baik.

Dari hasil observasi dan wawancara dapat diketahui bahwa kesegaran media Instagram Laziswaf UNIDA Gontor belum berjalan produktif dari feed Instagram terakhir pada tanggal 16 Desember 2021, sedangkan instgram story di publikasikan seminggu sekali. Selain itu setiap komentar telah di respon oleh admin Instagram Laziswaf UNIDA Gontor. Penelitian ini belum sejalan dengan indikator teori yaitu kesegaran seperti pada penelitian dengan judul analisis ruang publik Instagram BEMP Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta sebagai transformasi informasi, dimana temuan penelitian tersebut menunjukkan adanya produktivitas konten yang diunggah secara berkala (Nabilla et al. 2021), tetapi pada sisi respon komentar

pada kolom Instagram sudah dilakukan. Indikator ini menyatakan *keahlian media dalam menyampaikan informasi secara tepat waktu sehingga segera mendapatkan umpan balik secara intensif.*

### Pengunggahan konten yang bervariasi

*Keragaman isyarat (multiple cues), mengacu pada penggunaan berbagai pendekatan bentuk pesan. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan diketahui bahwa Laziswaf UNIDA Gontor telah memberikan informasi atau konten dengan beragam, hal ini telah disampaikan oleh Humam :*

*”kontennya disama ratakan jadi ada konten yang berbetuk vidio dan poster yang bersifat edukasi tentang laziswaf dan ada konten yang memang ajakan gitu jadi secara umum rata” (wawancara dengan Humam 28 Maret 2022)*

Keragaman konten ditunjukkan dengan adanya variasi jenis konten yang diupload pada Instagram Laziswaf UNIDA Gontor. Terdapat beberapa konten yang berbentuk video dan poster untuk memberikan informasi maupun edukasi tentang zakat, infak, sedekah dan wakaf.



Sumber : Instagram @laziswaf.unida gontor



Dari hasil observasi dan wawancara diketahui bahwa Instagram Laziswaf UNIDA Gontor memiliki variasi pesan, hal ini dibuktikan dengan contoh gambar konten Instagram Laziswaf UNIDA Gontor. Penelitian ini telah sejalan dengan indikator *media richness theory* yaitu keragaman isyarat seperti pada penelitian dengan judul pemanfaatan media sosial Instagram sebagai komunikasi dan informasi Pemerintah Kota Malang yang menggunakan berbagai jenis konten seperti audio visual dan tulisan (Maharani and Djuwita 2020). Indikator ini menyatakan bahwa keragaman isyarat mengacu pada penggunaan berbagai pendekatan verbal dan non-verbal untuk menyampaikan pesan.

#### Keragaman bahasa

Variasi bahasa (*language variety*), meningkatkan pemahaman terhadap pesan yang di berikan dengan menggunakan kata-kata yang bervariasi melalui simbol bahasa. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan diketahui bahwa variasi bahasa yang disampaikan oleh Laziswaf UNIDA Gontor telah menggunakan variasi bahasa yang baik, hal ini telah disampaikan oleh Humam :

*“Pada simbol-simbol seperti hastag mungkin akan digunakan kedepannya, kan ada research hastag dan beberapa kali belajar Insyaallah kedepan nya kita pakai hastag dan untuk penggunaan bahasa menggunakan bahasa yang sehari-hari dan santai” (wawancara dengan Humam 28 Maret 2022).*

Variasi Bahasa yang digunakan media sosial Instagram Laziswaf UNIDA Gontor terbatas, hal ini karena belum sepenuhnya menggunakan simbol-simbol

seperti *hastag*. Bahasa yang digunakan adalah Bahasa sehari-hari dan santai menyesuaikan dengan target khlayak yang cukup beragam dari sisi demografi. Penelitian ini berbeda dengan temuan variasi bahasa pada penelitian dengan judul penggunaan sosial media twitter dan Instagram sebagai media penyebaran kegiatan traveling and teaching oleh komunitas 1000 guru yang menggunakan berbagai variasi bahasa (Fajrinaldi 2016). Indikator ini menyatakan bahwa variasi bahasa dapat meningkatkan pemahaman terhadap pesan yang diberikan dengan menggunakan kata-kata yang bervariasi melalui simbol bahasa.

#### Telah Tersedianya Kontak

Sumber Personal (*personal source*) ialah keahlian media untuk menyampaikan perasaan dan emosi dari pihak yang berkomunikasi. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara diketahui bahwa telah tersedianya kontak yang bisa dihubungi oleh khlayak Laziswaf UNIDA Gontor untuk mendapatkan informasi lanjutan yang belum diperoleh melalui feed maupun story Instagram. Kontak tersebut tersedia pada link bio Instagram Laziswaf UNIDA Gontor berupa nomor telepon maupun alamat email. Selain itu khlayak dapat memberikan komentar pada setiap postingan maupun dapat menghubungi admin melalui *direct message* Instagram. Temuan penelitian ini sudah sejalan dengan indikator *media richness theory* yaitu sumber personal seperti pada penelitian potensi website sebagai media komunikasi CSR oleh perusahaan yang menyediakan nomor kontak yang dapat dihubungi oleh

khalayak (Harmoni 2010). Indikator ini menyatakan bahwa sumber personal yaitu keahlian media untuk menyampaikan perasaan dan emosi dari pihak yang berkomunikasi.

#### Perekaman eksternal belum dilakukan

Perekaman eksternal (*externally recordable*) ialah berhubung dengan kemampuan media untuk menyediakan rekaman komunikasi, termasuk kemampuan untuk mendokumentasi proses komunikasi. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan diketahui bahwa belum adanya rekaman keuangan zakat, wakaf, sedekah yang disampaikan oleh Laziswaf UNIDA Gontor, hal ini telah disampaikan oleh Humam :

*“kedepannya itu akan disampaikan ntah itu penghimpunan bulan ini berapa itu seharusnya setiap bulannya dilaporin cuman karena kita kekurangan SDM, dan jika ada SDM itu triple doble seperti wildan cios TI, Arsip, Laziswaf, Syamsur ketua HMP, Laziswaf juga “*

Dari hasil observasi dan wawancara diatas dapat diketahui bahwa perekaman eksternal Instagram UNIDA Gontor belum terlaksana dan akan dilaksanakan di program kedepan dikarenakan adanya kendala pada aspek SDM. Indikator ini menyatakan bahwa perekaman eksternal ialah berhubung dengan kemampuan media untuk menyediakan rekaman komunikasi, termasuk kemampuan untuk mendokumentasi proses komunikasi

#### Telah Memiliki Interaksi

konkurensi (*concurrency*) ialah kemampuan media untuk memberikan fasilitas interaksi antara banyak pengguna

secara stimulan. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan diketahui bahwa telah adanya interaksi kepada khalayak yang disampaikan oleh Laziswaf UNIDA Gontor.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa telah adanya interaksi kepada khalayak secara simultan melalui kontak-kontak yang telah tersedia yang bisa di hubungi. Penelitian ini telah sejalan dengan indikator *media richness theory* yaitu perekaman eksternal seperti pada penelitian pemanfaatan instagram dalam menjaga hubungan baik pt. pupuk kujang dengan stakeholders (Maretha, Ana, and Iktariani 2020). Indikator ini menyatakan bahwa konkurensi ialah kemampuan media untuk memberikan fasilitas interaksi antara banyak pengguna secara stimulant.

Penelitian ini telah menggunakan semua indikator dari teori Media Richness Theory namun hanya satu yang tidak digunakan yaitu indikator memori terolahkan, sebab peneliti tidak menggunakan indikator tersebut ialah indikaotor ini lebih bersifat pada media *website* karena menyantumkan kolom pencarian terhadap pesan yang tersedia di *webite* atau pesan yang ingin dicari khalayak.

#### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang Analisis Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Laziswaf UNIDA Gontor Untuk Meningkatkan Filantropi Islam Dalam Tinjauan *Media Richness Theory* dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut : *Pertama*, publikasi konten LAZISWAF UNIDA Gontor kurang

produktif. *Kedua*, konten yang diunggah cukup bervariasi. *Ketiga*, adanya keragaman Bahasa dalam konten yang diunggah. *Keempat*, tersedianya kontak admin yang dapat dihubungi oleh khalayak. *Kelima*, perekaman eksternal berupa zakat, infak sedekah dan wakaf di Instagram belum dilakukan dengan baik. *Keenam*, interaksi dengan khalayak telah dilakukan meskipun masih terbatas. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam pengelolaan Instagram khususnya di lingkungan perguruan tinggi pesantren.

#### Daftar Pustaka

- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. 2020. "Laporan Survei Internet APJII 2019 – 2020." Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. 2020. <https://apjii.or.id/survei>.
- Azeem, Mohammad Ribhul, and Ahmad Toni. 2018. "Strategi Humas Kementerian Koperasi Dan Usaha Kecil Dan Menengah Dalam Pengelolaan Jejaring Sosial." *Jurnal Komunikasi* 10 (2): 115. <https://doi.org/10.24912/jk.v10i2.2562>.
- Ditha, Fazrin Nurul, and Sukoco Iwan. 2021. "Peran Media Sosial Instagram Dalam Membangun Kesadaran Berdonasi Di Lazis Darul Hikam." *Jurnal Sosiologi* 15 (1): 22–41.
- Fajrinaldi. 2016. "Penggunaan Social Media Twitter Dan Instagram Sebagai Media Penyebaran Kegiatan Traveling And Teaching Oleh Komunitas 1000 Guru." Universitas Andalas.
- Firmansyah, Ade Bayu. 2022. "Motif Dan Kepuasan Mahasiswa Dalam Mengakses Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Kuantitatif Tingkat Motif Dan Tingkat Kepuasan Mahasiswa Universitas Darussalam Gontor Kampus Siman Dalam Mengakses Media Sosial Instagram)." Universitas Darussalam Gontor.
- Harmoni, A. 2010. "Media Richness Theory Dan Potensi Website Sebagai Media Komunikasi CSR Oleh Perusahaan." *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 9–17.
- Indonesia, Mahkamah Agung Republik. 2021. "Bermedia Sosial Dengan Bijak, Yuk Sama – Sama Fahami UU ITE." Mahkamah Agung Republik Indonesia. 2021. <https://www.pn-curup.go.id/artikel/artikel-bermedia-sosial-dengan-bijak-yuk-sama-sama-fahami-uu-ite>.
- Kemp, Simon. 2021. "Digital 2021: Indonesia." Datareportal.Com. 2021. <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia?rq=indonesia>.
- Kominfo. 2018. "Polri: Indonesia Tertinggi Kedua Kejahatan Siber Di Dunia." 2018. [https://kominfo.go.id/content/detail/13487/polri-indonesia-tertinggi-kedua-kejahatan-siber-didunia/0/sorotan\\_media](https://kominfo.go.id/content/detail/13487/polri-indonesia-tertinggi-kedua-kejahatan-siber-didunia/0/sorotan_media).
- Latief, Hilman. 2012. "Filantropi Islam Dan Aktivisme." *Jurnal Muamalah* 8 (2): 167–87. <https://doi.org/10.18196/AIJIS.2012>.
- Lexy, Meolong. 2017. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Lodhia. 2006. "The World Wide Web and Its Potential for Corporate

- Environmental Communication: A Study into Present Practices in the Australian Minerals Industry." *The International Journal of Digital Accounting Research* 6 (May): 65–94. [https://doi.org/10.4192/1577-8517-v6\\_3](https://doi.org/10.4192/1577-8517-v6_3).
- Maharani, Verisha Erina, and Amalia Djuwita. 2020. "Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi Dan Informasi Pemerintah Kota Semarang." *Telkom University* 7 (2): 4566–74.
- Maretha, Rahayu Nadya, Poerana Fitriana Ana, and Lubis Fardiah Iktariani. 2020. "Pemanfaatan Instagram Dalam Menjaga Hubungan Baik Pt. Pupuk Kujang Dengan Stakeholders." *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi* 19 (2): 186–201.
- Muhammad, Amin Rahimul. 2016. "Penggunaan YouTube Sebagai Media Promosi Kawasan Wisata Mandeh Di Kabupaten Pesisir Selatan."
- Nabilla, Febrizka, Kiki Dwi Arviani, Rizka Herlina, and Dini Safitri. 2021. "Analisis Ruang Publik Instagram Bemp Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta Sebagai Transformasi Informasi." *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi* 20 (1): 129–43. <https://doi.org/10.32509/wacana.v20i1.1444>.
- Nasrullah, Rulli. 2016a. *Media Sosial*. 2nd ed. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- — —. 2016b. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Setiadi, Ahmad. 2014. "Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi." *Jurnal Ilmiah Matrik* 16 (1).
- Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Alfabeta. Bandung: Alfabeta.
- — —. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Edited by Alfabeta. Bandung.
- — —. 2021. "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D." *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, 241.