

ABSTRAK

PEMBENTUKAN CITRA BARU AKSI CEPAT TANGGAP DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @ACT_SUMSEL PASCA KASUS PENYELEWENGAN DANA

Oleh

Edwin Rizal Putra

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, pengumpulan data dilakukan menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pembentukan citra baru Aksi Cepat Tanggap di media sosial Instagram @Act_sumsel pasca kasus penyelewengan dana dan mengetahui pesan komunikasi pada konten Instagram @Act_sumsel pasca kasus penyelewengan dana. Setelah penetapan kasus dugaan penyalahgunaan uang donasi umat pada tanggal 25 Juli 2022, ACT melakukan manajemen krisis dengan menggunakan strategi dinamis. Melalui akun Instagramnya, @Act_sumsel berupaya untuk membentuk citra baru diantaranya menggunakan hastag #rinduact yang dibuat oleh admin Instagram @Act_sumsel. Penelitian ini melakukan observasi pada konten Instagram dan wawancara terhadap 7 informan yang merupakan karyawan dari ACT Sumsel. Dalam penelitian ini informan diberikan pertanyaan terkait 5 komponen pembentukan citra, yakni: identitas fisik, identitas non fisik, manajemen organisasi, kualitas hasil dan aktivitas pola hubungan. Peneliti juga menyuguhkan 3 pertanyaan terkait pesan komunikasi pada konten Instagram @Act_sumsel diantaranya isi pesan, kode pesan dan wujud pesan. Diperoleh simpulan, jika dikaitkan dengan hasil wawancara dan hasil observasi, pembentukan citra ACT awalnya dilakukan dengan cara melakukan kerjasama dengan media massa. Namun, setelah terjadinya kasus penyelewengan dana, ACT berupaya membentuk citra baru melalui Instagram @Act_sumsel dengan menggunakan hastag #rinduact. Hal ini bertujuan untuk membangun persepsi, sikap (pendirian) dan opini masyarakat yang baik terhadap ACT. Pada hasil wawancara dan hasil observasi pada pesan komunikasi di konten Instagram @Act_sumsel, disimpulkan pesan dalam proses komunikasi dapat berbentuk sekumpulan simbol yang dalam hal ini turut membangun interaksi melalui kolom komentar dengan tujuan mendapatkan respon positif yang membangun citra baru bagi ACT.

Kata Kunci: Citra, Instagram, Media Sosial, Strategi Komunikasi.

ABSTRACT

CREATION OF A NEW IMAGE ON INSTAGRAM SOCIAL MEDIA @ACT_SUMSEL AFTER THE CASE OF FUND MISAPPROPRIATION

By

Edwin Rizal Putra

This research is a qualitative study where data collection was conducted using observation, interviews, and documentation methods. The aim of this research is to understand the formation of a new image of Aksi Cepat Tanggap (ACT) on the Instagram social media platform @Act_sumsel following the embezzlement case, as well as to determine the communication messages in the content of Instagram @Act_sumsel after the embezzlement case. After the alleged misappropriation of donation funds was revealed on July 25, 2022, ACT engaged in crisis management using dynamic strategies. Through their Instagram account, @Act_sumsel attempted to shape a new image, including the use of the hashtag #rinduact created by the Instagram admin @Act_sumsel. This research involved observing the Instagram content and conducting interviews with 7 informants who are employees of ACT Sumsel. In this study, the informants were asked questions related to the 5 components of image formation, namely: physical identity, non-physical identity, organizational management, quality of outcomes, and relationship pattern activities. The researcher also presented 3 questions related to the communication messages in the content of Instagram @Act_sumsel, including message content, message codes, and message forms. Based on the interviews and observations, it was concluded that the initial formation of ACT's image was done through collaboration with mass media. However, after the embezzlement case, ACT made efforts to establish a new image through Instagram @Act_sumsel, using the hashtag #rinduact. This was done to build a positive perception, attitude, and opinion of the community towards ACT. From the interviews and observations of the communication messages in the content of Instagram @Act_sumsel, it can be concluded that messages in the communication process can take the form of a set of symbols, which in this case also contribute to interactions through the comment section with the aim of obtaining positive responses that shape a new image for ACT.

Keywords: Image, Instagram, Social Media, Communication Strategy. Keywords: Image, Instagram, Social Media, Communication Strategy.