

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara dengan jumlah umat Islam terbesar di dunia, tentunya tidak terlepas dari aktivitas keagamaan yang melekat pada masyarakat, toleransi antar umat beragama, yang mana mengatur tata cara dalam kehidupan manusia. Bagi umat Islam, ada bulan-bulan yang istimewa setelah bulan Ramadhan, yaitu bulan Dzulqa'dah, Muharram, Rajab dan bulan Dzulhijjah.

Ada ritual keagamaan yang memiliki keistimewaan, karena amalan ini hanya bisa dilakukan setahun sekali pada bulan Dzulhijjah, yaitu ibadah qurban. Momentum ini adalah kesempatan kita untuk berbuat kebaikan kepada saudara-saudara kita di bulan Dzulhijjah yang mulia. Bulan Dzulhijjah identik dengan penyembelihan hewan qurban yang sebenarnya merupakan ibadah sebagai bentuk pendekatan kita kepada Allah Ta'ala.

Menyembelih hewan qurban atau *udhiyah* merupakan amal saleh yang agung, amal ibadah yang mulia, dan bentuk pendekatan diri kepada tuhan, bahkan sering kali ibadah qurban disandingkan dengan ibadah Sholat. Keistimewaan ini membuktikan bahwa Islam adalah agama *kaffah* yang sangat peduli terhadap hubungan sosial. Qurban sebagai bentuk keta'atan kita sebagai hamba Tuhan, tetapi juga hubungan kita dengan sesama manusia. Ukuran kemampuan berqurban pada hakikatnya sama dengan sedekah, yaitu kelebihan harta yang dimiliki setelah kebutuhan pokok terpenuhi.

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS)¹ bahwa angka kemiskinan Indonesia berjumlah 26,50 juta orang atau 9,71% dari total populasi penduduk Indonesia per September 2021, menurut September 2020. Faktor kemiskinan masih menjadi penyebab utama atas banyaknya masyarakat yang belum menikmati pendidikan, kesehatan dan pangan dalam hidupnya.

¹ “Jumlah kemiskinan turun menjadi 9,71 persen pada September 2021”
<https://www.bps.go.id/>, diakses pada 29 Juni 2022, pukul 00:01 WIB.

Untuk membuktikan rasa syukur dan sabar kita kepada Allah, *An-Nahr* (Idul Adha) menjadi sarana untuk terus meningkatkan iman dan takwa serta amal saleh kita kepada Allah terus menebarkan semangat kebersamaan dan persatuan, serta menebarkan kebaikan dengan berbagi dan berlomba memberikan qurban terbaik.

Bagi masyarakat yang ingin berqurban biasanya akan membeli hewan qurban pada saat mendekati pelaksanaan, yang mana pada hal tersebut sudah terjadi kenaikan harga yang sangat melambung tinggi, ini di sebabkan pasar yang kehabisan stok hewan di tambah lagi hewan yang di beli belum tentu sesuai dengan syarat-syarat hewan yang di anjurkan untuk berqurban, hal ini di sebabkan para oknum dengan sengaja memotongkan gigi hewan atau pun umur hewan itu sendiri. Tak jarang masyarakat harus berat hati membeli hewan qurban dengan harga yang relatif lebih tinggi dengan kualitas yang rendah.

Global Qurban hadir untuk memasok hewan qurban berkualitas baik yang bersumber dari peternak lokal maupun mitra ternak terpercaya. hewan Qurban titipan dan kiriman para dermawan Indonesia akan diserahkan untuk saudara-saudara kita di berbagai negara, yang kemudian akan disembelih di negara ini. Inilah komitmen Global Qurban-ACT yang akan selalu siap mengirimkan amanah Qurban dari seluruh pelosok Indonesia ke seluruh dunia.²

Global Qurban adalah Dalam banyak program, baik lokal, nasional, regional maupun global, yang akan peneliti bahas adalah program Global Qurban. Program ini dimulai pada tahun 2011/1432 H. Global Qurban merupakan program yang berjalan berdampingan dengan Aksi Cepat Tanggap (ACT) di bawah naungan *Global Moslem Society* (GMS). Qurban sebagai salah satu ritual ibadah umat Islam di bulan Dzulhijjah.³

Global Qurban (GQ) memberikan kemudahan dalam proses jual beli, dan kemudahan dalam menentukan hewan Qurban. jejaring distribusi yang luas,

² <https://globalqurban.com/about-us> Tanggal 13 Juli 2022 pukul 20:25 WIB

³ Azhari Setiawan, "Peran Global Qurban Aksi Cepat Tanggap Indonesia Dalam Menyalurkan Bantuan Kemanusiaan Transnasional", dalam Jurnal *Dinamika Pemerintahan*, Vol.3 No.1 (2020), <http://jurnal.univrab.ac.id/index.php/jdp/article/view/1178/735>, di unduh pada 22 Juni 2022, h. 44.

dari penjurur Indonesia hingga jejaring mancanegara.⁴ Oleh karena itu, agar program global qurban dapat berjalan, diperlukan strategi komunikasi untuk mempromosikan program global qurban dapat dikenal masyarakat secara luas. Dengan perkembangan jejaring sosial yang semakin maju Aksi Cepat Tanggap (ACT) Serang Raya menggunakan media sosial dalam rangka penyebaran informasi terkait program global qurban.

Aksi Cepat Tanggap (ACT) Serang Raya merupakan salah kantor cabang yang saat ini aktif dalam program kemanusiaan hadir dengan selalu konsisten dalam memberikan informasi yang bermanfaat terkait penghimpunan dana dari masyarakat. Global Qurban (GQ) hadir dengan memberikan program-program yang memudahkan kepada masyarakat dengan harga yang relatif lebih murah dan hewan dengan kualitas yang terjamin.

Media sosial adalah media *online* yang mendukung komunikasi antara individu dan kelompok dengan menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi satu arah menjadi dialog interaktif. Selain itu media sosial yang dapat di jadikan sebuah alat bagi para pelaku bisnis untuk mempromosikan produknya, media periklanan, tidak hanya dengan memposting foto atau video di *homepage*, Instagram Stories dan IGTV, tetapi Instagram juga semakin eksis.⁵

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk meneliti karya ilmiah yang berjudul **“STRATEGI KOMUNIKASI AKSI CEPAT TANGGAP (ACT) SERANG RAYA DALAM MESOSIALISASIKAN PROGRAM GLOBAL QURBAN MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM”**

⁴“Tentang Kami” <https://globalqurban.com/about-us> diakses pada 20 Juni 2022, pukul 16:59 WIB

⁵ Difa Nabila dkk., *Peradaban Media Sosial di Era Industri 4.0*, (Malang: Pt Cita Intrans Selaras) h. 31

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi komunikasi Aksi Cepat Tanggap (ACT) Serang Raya dalam mempromosikan program global qurban melalui media sosial Instagram?
2. Apa saja faktor pendukung dan penghambat strategi komunikasi Aksi Cepat Tanggap (ACT) Serang Raya dalam mempromosikan program global qurban melalui media sosial Instagram?

C. Tujuan Penelitian

Setiap penelitian yang dilakukan memiliki tujuan yang harus dicapai oleh setiap peneliti, yaitu:

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi Aksi Cepat Tanggap (ACT) Serang Raya dalam mempromosikan program global qurban melalui media sosial Instagram.
2. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Apa saja faktor pendukung dan penghambat strategi komunikasi Aksi Cepat Tanggap (ACT) Serang Raya dalam mempromosikan program global qurban melalui media sosial Instagram.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademik

Penelitian ini bertujuan untuk menambah informasi dan pengetahuan baru, serta melengkapi penelitian sebelumnya tentang strategi komunikasi, khususnya yang berkaitan dengan ilmu komunikasi.

2. Manfaat Praktis

Kajian ini diharapkan dapat menjadi wahana berbagi ilmu bagi mahasiswa, masyarakat, dan pihak terkait tentang cara mengkomunikasikan strategi komunikasi Aksi Cepat Tanggap (ACT) Serang Raya dalam program global qurban melalui media sosial instagram.

E. Penelitian Sebelumnya yang Relevan

Dalam penelitian ini, penulis melakukan pengamatan yang *valid* dan spesifik pada penelitian sebelumnya untuk menemukan jalan diskusi untuk memfasilitasi penelitian masa depan, termasuk:

Pertama, Skripsi karya Widi Aries Triyanto yang berjudul *Strategi Public Relations Aksi Cepat Tanggap (ACT) Dalam Membangun Citra Positif Program Global Qurban*, Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.⁶ Dalam penelitian ini membahas mengenai strategi yang di terapkan oleh Public Relations Aksi Cepat Tanggap dalam membangun citra positif program global Qur'an. Strategi yang dilakukannya dengan melakukan kerja sama dengan media massa nasional, pemasangan spanduk, selain itu juga pembahasan meliputi kegiatan yang dilakukan public relations Aksi Cepat Tanggap. Perbedaan dengan penulis yaitu terletak pada strateginya, dimana penulis membahas strategi komunikasi sedangkan skripsi Widi Aries ini membahas Strategi yang dilakukan public relations, persamaannya terdapat pada subjek yaitu Aksi Cepat Tanggap dan program global qurban.

Kedua, Skripsi karya Yuwanda Pratiwi berjudul *Strategi Pemasaran Aksi Cepat Tanggap (ACT) Jambi dalam Menumbuhkan Minat Masyarakat pada Program Global Qurban*. Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sultan Thaha Saifuddin.⁷ Strategi yang digunakan melalui pemasaran 5P yaitu, Product yang sesuai, Price atau harga yang terjangkau, Place atau lokasi yang mudah dijangkau, promosi yang dilakukan meliputi talkshow qurban, penyebaran brosur, sosial media dan lain-lain. Terakhir yaitu people atau orang yang di berikan seleksi, pelatihan dan motivasi. Perbedaan dengan penulis yaitu terletak pada strateginya, dimana penulis membahas strategi komunikasi sedangkan skripsi ini membahas Strategi pemasaran, persamaannya terdapat pada subjek yaitu Aksi Cepat Tanggap dan program global qurban.

Ketiga, skripsi Khairunnisa Permata Sari tentang "Strategi Komunikasi Aksi Cepat Tanggap (ACT) dalam mempromosikan program kapal kemanusiaan

⁶ Widi Aries Triyanto, *Strategi Public Relations Aksi Cepat Tanggap (ACT) Dalam Membangun Citra Positif Program Global Qurban*, (Skripsi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2013)

⁷ Yuwanda Pratiwi, *Strategi Pemasaran Aksi Cepat Tanggap (ACT) Jambi dalam Menumbuhkan Minat Masyarakat pada Program Global Qurban*, (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, 2021)

melalui media sosial". Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Banding dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.⁸ Strategi yang diterapkan meliputi merumuskan, mengimplementasikan dan mengevaluasi strategi. Perbedaan dengan penulis terletak pada program dan media, kesamaan terletak pada pembahasan strategi komunikasi Aksi Cepat Tanggap.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika dalam membahas penelitian ini mengacu pada pedoman penulisan karya ilmiah dari fakultas dakwah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten tahun anggaran 2021. Untuk mempermudah pembahasan penulsi membagi pembahasan menjadi lima bab, dan setiap bab berisi sub pembahasan sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penelitian terdahulu yang relevan, dan sistematika pembahasan.

BAB II Tinjauan Pustaka Dan Kerangka Teoritis

Bab ini membahas tentang teori-teori yang digunakan dalam penelitian. Yang akan diuraikan menyangkut pembahasan mengenai makna strategi, komunikasi, strategi komunikasi, sosialisasi, media sosial instagram dan global qurban.

BAB III Metodologi Penelitian

Bab ini membahas tentang metode penelitian, jenis penelitian, lokasi penelitian, nahasumber, metode pengumpulan data, dan metode analisis data.

BAB IV Analisis Dan Pembahasan Data

Bab ini kemudian menganalisis hasil strategi komunikasi Aksi Cepat Tanggap (ACT) Serang Raya dalam mempromosikan program global qurban melalui media sosial Instagram.

⁸ Khairunnisa Permata Sari, *Strategi Komunikasi Aksi Cepat Tanggap (ACT) Dalam Sosialisasi Program Kapal Kemanusiaan Melalui Media Sosial* (Skripsi, Fakultas Banding dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2017)

BAB V Penutup

Bab ini adalah yang terakhir, yang saya harap penulis dapat menggambarkan dengan baik. Setiap deskripsi penting akan diringkas dalam kesimpulan

