

ABSTRAKSI

Pemanfaatan Media Baru oleh Sedekah Rombongan

Kegiatan donasi oleh individu telah menjadi fenomena normal ketika keadaan darurat atau bencana alam menimpa seseorang atau kalangan. Organisasi-organisasi baik yang permanen ataupun sementara lahir dan tumbuh dengan tujuan mengorganisir kegiatan donasi ini. Di era digital, organisasi mulai memanfaatkan media baru sebagai penunjang kegiatan sekaligus sarana komunikasi kepada donatur dengan segala kemudahan serta rintangannya.

Sedekah Rombongan, salah satu organisasi yang bergerak di bidang sosial dan memiliki target donasi utama dhuafa, menarik perhatian penulis dalam hubungannya dengan media baru. Penelitian ini dilakukan penulis untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan media baru oleh Sedekah Rombongan untuk mempersuasi dan membangun kredibilitas kegiatan donasi.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk mendapatkan keterangan yang tepat mengenai fenomena dalam Sedekah Rombongan. Peneliti berharap penelitian ini dapat memberi manfaat bagi pembaca, mulai dari individu umum, akademisi, agensi iklan, dan organisasi sosial yang menggunakan media baru dalam kegiatan serupa.

Kata kunci: Donasi, New Media

ABSTRACT

Utilization of New Media by Sedekah Rombongan

Event donations by individuals has become a normal phenomenon when emergencies or natural disasters befall a person, or circles. Organizations of both permanent and temporary born and grow up with the aim of organizing activities this donation. In the digital era, organizations are beginning to take advantage of new media as well as a means of communication to support activities to donors with all the ease and obstacles.

Sedekah Rombongan, one of the organizations engaged in social causes and primarily targets orphans, attracted the attention of the author in relation to new media. This study was conducted by the author to determine utilization of new media by Sedekah Rombongan to persuade and establish credibility on donation activities.

This study used descriptive qualitative method to obtain precise information about the phenomenon in the Sedekah Rombongan. Researchers hope this study may provide benefits to the readers, ranging from common people, academics, advertising agencies, and social organizations who use new media in similar activities.

Keyword: Donation, New Media