

ABSTRAK

Perkembangan teknologi saat ini seakan membuat masyarakat Indonesia beralih memanfaatkan media sosial sebagai aktifitas kesehariannya .salah satu bagian dari masyarakat itu sendiri ialah Gerakan Sosial Sedekah Rombongan juga ikut serta dalam memanfaatkan jejaring sosial terutama Twitter untuk menghimpun dana dari masyarakat . Sedekah Rombongan merupakan gerakan sosial yang berdiri sejak 2011 lalu, digagas oleh seorang pengusaha muda bernama Saptuari Sugiharto. Gerakan ini fokus pada ranah dhuafa yang memiliki keterbatasan biaya dalam berobat, dengan slogan “menyampaikan titipan dari langit, tanpa rumit, sulit dan berbelit-belit” telah banyak dhuafa yang tertolong di seluruh penjuru Indonesia.selama kurang lebih 5 tahun ini sudah terkumpul dana kurang lebih sebesar 37 Milliar .dari hal tersebut itulah yang menarik untuk diteliti bagaimana strategi komunikasi penggalangan dana sosial tersebut .

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dan Pengumpulan data dapat dilakukan dengan cara wawancara mendalam, dan observasi. Untuk analisis Teori yang digunakan adalah menggabungkan antara perencanaan strategi komunikasi menurut Robert J Lavidge and Grey A Steiler dan Strategi Komunikasi yang di gunakan secara umum menurut R waayne Pace , Brent D tersebut menghasilkan lima strategi yaitu to secure understanding ,to establish acceptance , to motivate action ,to inform dan to persuade.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi dalam memastikan pemahaman (to secure of understanding)dengan memberikan keterangan singkat pada materi unggahan , untuk membangun penerimaan (to establish acceptance)bentuk nyatanya adalah merespon atau menjawab setiap kali ada komentar pada follower .dalam mmemberikan motivasi bentuknya dengan mengunggah gambar motivasi dan qoute terbaik .dalam memberikan informasi (to inform) dengan cara memberikan informasi positif kepada komunikan dalam seluruh kegiatan sedekah rombongan .dalam mempersusi (to persuide) bentuk nyatanya adalah mengunggah foto –foto pasien yang mengandung makna human interest dan yang menumbuhkan rasa simpati followers.

Secera keseluruhan sedekah rombongan telah melakukan strategi komunikasi dengan baik .jejaring sosial Twitter media yang dipilih untuk mencapai target namun dalam pelaksanaannya masih menemui beberapa kendala yang dihadapi oleh sedekah rombongan berkait dengan sumber daya dalam mengelola tim Sosial media.

Kata kunci : Strategi komunikasi ,sosial media ,twitter

