

## MEDIA SOSIAL DALAM MEMBENTUK DAN MENGGERAKAN GERAKAN SOSIAL

Lauren Kurnia Tjokro<sup>1</sup>, Pamerdi Giri Wiloso<sup>2</sup>, Seto Herwandito<sup>3</sup>  
lauren.kurnia@gmail.com

<sup>1</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Komunikasi-UKSW

<sup>2</sup>Program Studi Doktor Studi Pembangunan, Fakultas Pasca Sarjana Interdisiplin-UKSW

<sup>3</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Komunikasi-UKSW

### Abstract

*Start from concerns about social phenomena beg, community Ketimbang Ngemis Solo (Solo KN) via their accounts on social media would like to invite the community to come together in the fight against begging action. This community uses three social media, Instagram, LINE and BBM. Forms of public support ranging from being followers on Instagram account to commit anti social movements to beg for community members KN Solo. The purpose of this research study is to know how the role of the community account Instead of begging Solo in social media in shaping and mobilizing social movements anti begging and determine what factors are causing the movement. The method used is descriptive qualitative approach. As well as look at it from the standpoint of social movement theory. Social media is used by the community Instead of begging Solo namely Instagram, LINE and fuel. Of the three social media accounts owned by KN Solo community, Instagram account is the most influential in shaping and mobilizing social movements anti begging for a decision to participate the entire resource is strongly influenced by the account @ ketimbang.ngemis.soloo on Instagram.*

**Keywords:** Social Movements, Instagram, Ketimbang Ngemis Solo

### Abstrak

Mulai dari kekhawatiran masyarakat tentang fenomena social mengemis. Komunitas Ketimbang Ngemis Solo (KN Solo) melalui akun mereka di media sosial ingin mengajak masyarakat untuk bersatu dalam berjuang melawan pengemis. Komunitas ini menggunakan tiga media sosial, yaitu: Instagram, LINE dan BBM. Bentuk dukungan publik mulai dari menjadi pengikut di akun Instagram, serta melakukan gerakan sosial anti mengemis yang dilakukan oleh anggota komunitas KN Solo. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana peran akun komunitas KN Solo di media sosial dalam membentuk dan memobilisasi gerakan sosial anti mengemis dan menentukan factor-faktor apa yang menyebabkan gerakan tersebut terjadi. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif. Serta melihatnya dari sudut pandang teori gerakan sosial. Media sosial digunakan oleh komunitas "Ketimbang Ngemis Solo" yaitu Instagram, LINE dan BBM. Dari tiga media sosial yang dimiliki komunitas KN Solo, akun Instagram adalah paling berpengaruh dalam membentuk dan memobilisasi gerakan sosial anti mengemis agar keputusan untuk berpartisipasi seluruh sumber daya sangat dipengaruhi oleh akun @husus.ngemis.soloo di Instagram.

## Pendahuluan

Salah satu komunitas yang memanfaatkan media sosial Insagram adalah komunitas Ketimbang Ngemis dengan nama akun @ketimbang.ngemis. Komunitas ini memilih menyampaikan ide mereka mengenai ajakan kepada masyarakat untuk memerangi kegiatan mengemis melalui *Instagram*. Berangkat dari keprihatinan mengenai fenomena sosial mengemis, akun ini ingin mengajak masyarakat untuk bersama-sama bergerak mengatasi masalah tersebut. Bergerak dalam arti yang sebenarnya yaitu melakukan aksi nyata dan tidak berhenti pada aksi sosial di dunia maya saja karena mengemis sudah menjadi permasalahan tersendiri bagi Indonesia. Populasi gelandangan, pengemis dan pemulung secara nasional terlihat naik turun menurut Pusat data dan Informasi (Pusdatin) Kementerian Sosial lima tahun terakhir tahun 2007 berjumlah 61.090 dan pada tahun 2011 berjumlah 194.908 ada kenaikan 17%.<sup>1</sup> Bahkan Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat, jumlah penduduk miskin di Indonesia pada Maret 2015 sebanyak 28,59 juta orang, 11,22 persen dari jumlah penduduk Indonesia.<sup>2</sup> Pada awalnya, akun ini hanya terdiri dari satu akun saja, tetapi akun yang dibuat sejak tahun 2011 ini sekarang telah memiliki 47 cabang di seluruh Indonesia. Dimana masing-masing kota diwakili oleh satu akun. Artinya, ada 47 kota di Indonesia yang melakukan hal yang sama. Meskipun semuanya merupakan akun di dunia maya, tetapi aksi yang mereka lakukan berupa gerakan sosial di dunia nyata.

Tidak hanya itu, komunitas ini juga memiliki beberapa akun di media sosial lain untuk membentuk dan menjalankan gerakan sosial mereka. Beberapa gerakan sosial yang telah dilakukan oleh Komunitas Ketimbang Ngemis di antaranya dengan memberikan apresiasi berupa donasi dan bantuan lain kepada mereka yang memiliki keterbatasan tetapi masih berusaha mencari nafkah dengan tidak mengemis.

Upaya yang dilakukan komunitas ini mendapat banyak sambutan positif dan dukungan oleh masyarakat. Bentuk dukungan oleh masyarakat bisa dalam berbagai cara, mulai dari menyalurkan donasi, terjun langsung ke lapangan menjadi relawan, hingga melakukan berbagai aksi sosial. Hal inilah yang ingin diketahui oleh penulis yaitu bagaimana peran akun komunitas Ketimbang Ngemis di media sosial

<sup>1</sup> <https://rehsos.kemsos.go.id/modules.php?name=News&file=article&sid=1496>, diakses pada 19 Juli 2016

<sup>2</sup> [http://www.rri.co.id/post/berita/90709/nasional/jumlah\\_pengemis\\_dan\\_gelandangan\\_di\\_indonesia\\_masih\\_tinggi.html](http://www.rri.co.id/post/berita/90709/nasional/jumlah_pengemis_dan_gelandangan_di_indonesia_masih_tinggi.html),



dalam membentuk gerakan sosial anti mengemis serta faktor apa saja yang menyebabkannya.

### Kajian Teori

Menurut Harper (1989: 126) secara formal gerakan sosial dapat didefinisikan sebagai kolektivitas yang tidak konvensional, dengan beragam derajat organisasinya yang berupaya mendorong atau mencegah perubahan. Sedangkan Hannigan (dalam Harper, 1989:126) memaparkan jika gerakan sosial dapat dibedakan dari bentuk-bentuk sosial lainnya karena gerakan sosial eksis diluar kerangka institusional kehidupan sehari-hari dan berorientasi padaperubahan sosial tertentu.

Jary dan Jay mendefinisikan gerakan sosial sebagai suatu aliansi sosial sejumlah besar orang yang berserikat untuk mendorong atau menghambat sebuah perubahan sosial dalam masyarakat (Sunarto, 2002: 195). Anthony Giddens menyatakan jika gerakan sosial adalah sekelompok orang yang terlibat dalam mencari penyesuaian atau untuk menghambat suatu proses perubahan sosial. Biasanya gerakan sosial ada dalam hubungan konflik yang memiliki perbedaan pandangan. Giddens juga mengungkapkan jika gerakan sosial merupakan upaya kolektif untuk mengejar kepentingan bersama atau untuk mencapai gerakan bersama yang dilakukan di luar lembaga-lembaga mapan. Benford dan Snow (2000: 108) menekankan tiga poin kunci dalam gerakan sosial. Pertama, gerakan bersifat koektif yang didalamnya terdapat kepentingan dan tujuan kolektif serta tindakan kolektif untuk mewujudkannya. Kedua, gerakan didasarkan pada kepentingan dan tujuan yang sama. Ketiga, gerakan mencari perubahan di luar institusi yang sudah mapan.

Geralch dan Hine (1970 dalam Harper 1989: 126) mengungkapkan bahwa gerakan sosial memiliki beberapa karakter. Pertama, gerakan sosial memiliki organisasi segmen yang bersaing untuk memperebutkan loyalitas pendukungnya. Kedua, gerakan sosial memiliki pola rekrutmen yang personal dalam kelompok-kelompok kecil. Ketiga, tingginya komitmen personal. Keempat, gerakan sosial memiliki idelogi yang menyampaikan segala rasionalisasi atau alasan, tujuan dan penyebab. Kelima, gerakan sosial seperti memerlukan oposisi yang akan memberikan tekanan dan membantu mereka menciptakan solidaritas di dalam gerakan.

Gerakan sosial lahir dari situasi yang dihadapi masyarakat karena adanya ketimpangan atau sikap yang bertentangan dengan norma atau aturan tertentu dalam masyarakat. Danny JA menyebutkan ada tiga kondisi yang menyebabkan lahirnya

gerakan sosial. Pertama, gerakan sosial lahir karena ada kesempatan bagi gerakan tersebut. Kedua, gerakan sosial muncul karena adanya ketidakpuasan dari situasi. Ketiga, adalah kemampuan tokoh penggerak untuk melakukan persuasif. Tokoh penggerak nantinya akan mempersuasif, menjadi inspirator, membuat jaringan dan membangun organisasi yang akan menyebabkan orang termotivasi dan bergerak untuk bergabung dan melakukan aksi bersama dengannya (Fauzi, 2005: 21).

Gerakan sosial lahir dari situasi yang dihadapi masyarakat karena adanya ketimpangan dalam tatanan sosial. Beberapa fungsi gerakan sosial adalah memberikan kontribusi dalam pembentukan opini publik dengan memberikan diskusi mengenai fenomena sosial melalui penggabungan gagasan tentang gerakan sosial dan menghasilkan perubahan (Hayens, 2000: 27).

### Tipe-tipe Gerakan Sosial

Abrele, mengklasifikasikan gerakan sosial menjadi empat kategori berdasarkan tipe dan besarnya perubahan yang diinginkan (Giddens, 2001).

		Locus of Change	
		Supra-individual	Individual
Amount of Change	Total	Transformative	Redemptive
	Partial	Reformative	Alternative

**Gambar 1 Tipe-tipe Gerakan Sosial**

Berikut penjelasan gambar di atas:

1. *Alternative movement* adalah gerakan sosial yang bertujuan mengubah sebagian perilaku perseorangan. Misalnya kampanye untuk merubah perilaku tertentu seperti kampanye anti rokok dan penyalahgunaan narkoba.
2. *Redemptive movement* adalah gerakan sosial yang ruang lingkupnya lebih luas daripada alternative movement. Tujuannya adalah perubahan menyeluruh pada perilaku perorangan. Gerakan sosial ini kebanyakan terdapat di bidang keagamaan. Misalnya adalah seseorang bisa bertobat dan mengubah cara hidupnya sesuai dengan ajaran agama.
- 3.



## Kerangka Pikir



4. *Reformative movement* adalah gerakan sosial yang bertujuan untuk mengubah masyarakat namun ruang lingkungannya hanya segi tertentu dalam masyarakat. Misalnya adalah gerakan kaum LGBT untuk memperoleh pengakuan terhadap identitas seksual mereka, atau gerakan kaum perempuan untuk memperjuangkan persamaan hak dengan laki-laki.
5. *Transformative movement* adalah gerakan sosial yang bertujuan untuk mengubah masyarakat secara menyeluruh. Contohnya adalah gerakan ISIS untuk menciptakan negara Islam di seluruh dunia.

### Metode Penelitian

Penelitian yang akan digunakan oleh peneliti adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian deskriptif adalah jenis penelitian yang memberikan gambaran atau uraian atas suatu keadaan sejelas mungkin tanpa ada perlakuan terhadap objek yang diteliti. Penelitian kualitatif dapat diartikan sebagai penelitian yang menghasilkan data deskriptif mengenai kata-kata lisan maupun tertulis, dan tingkah laku yang dapat diamati dari orang-orang yang diteliti (Taylor dan Bogdan, 1984:5).

### Obyek Penelitian

Obyek penelitian ini adalah segala hal yang berhubungan dengan penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi obyek penelitian adalah akun @ketimbang.ngemis.soloo di media sosial Instagram dalam membentuk gerakan sosial.

### **Unit Analisis dan Unit Amatan**

Unit analisis dalam penelitian ini adalah peran akun @ketimbang.ngemis. solo di media sosial Instagram dalam membentuk gerakan sosial. Sedangkan unit amatan dalam penelitian ini adalah akun *Instagram* @ketimbang.ngemis.soloo.

### **Jenis dan Sumber Data**

#### **Data Primer**

Data primer pada penelitian ini diperoleh langsung dari wawancara yang dilakukan dan observasi. Data yang diperoleh langsung oleh peneliti dari hasil wawancara dengan pendiri dan admin akun *Instagram* @ketimbang.ngemis. solo. Selain itu data juga diperoleh dengan mewawancarai pengikut akun tersebut. Wawancara dilakukan dengan pendiri komunitas Ketimbang Ngemis Solo (KN Solo) yaitu Maria Dea Pramudita untuk mengetahui latar belakang, profil dan hal-hal yang berkaitan dengan komunitas tersebut. Selain itu wawancara juga dilakukan dengan admin yang mengelola berbagai media sosial komunitas tersebut dan pengikut akun yang menjadi anggota aktif komunitas KN Solo. Media sosial yang dikelola oleh admin KN Solo adalah Instagram dan LINE.

#### **Data Sekunder**

Data sekunder disini diperoleh oleh peneliti dari literatur-literatur, kepustakaan dan sumber-sumber tertulis lainnya. Selain dari sumber yang telah disebutkan sebelumnya, data sekunder dalam penelitian ini juga berasal dari akun *Instagram* @ketimbang.ngemis.soloo.

### **Hasil dan Pembahasan**

#### **Gerakan Sosial Anti Mengemis Komunitas Ketimbang Ngemis Solo Sosial**

Benford dan Snow (2000: 108) menekankan tiga poin kunci dalam gerakan sosial. Pertama, gerakan bersifat kolektif yang didalamnya terdapat kepentingan dan tujuan kolektif serta tindakan kolektif untuk mewujudkannya. Dalam komunitas KN Solo terdapat pergerakan kolektif yang memiliki tujuan kolektif pula yaitu melakukan kampanye anti mengemis dan melakukan gerakan sosial anti mengemis dengan memberi apresiasi pada orang-orang yang memiliki keterbatasan tetapi masih mencari nafkah dengan cara tidak mengemis. Kedua, gerakan didasarkan pada kepentingan dan tujuan yang sama yaitu komunitas memiliki tujuan untuk mengedukasi masyarakat untuk



bersama memerangi aksi mengemis. Ketiga, gerakan mencari perubahan di luar institusi yang sudah mapan. Komunitas KN Solo merupakan komunitas independen yang tidak berada di bawah naungan institusi pemerintah ataupun institusi yang sudah mapan seperti perusahaan.

Gerakan sosial anti mengemis yang dilakukan oleh komunitas KN Solo lahir karena adanya ketimpangan atau sikap yang bertentangan dengan norma atau aturan tertentu dalam masyarakat. Masyarakat umum masih menganggap memberi uang kepada mengemis adalah bentuk belas kasih dan berbagi antar sesama. Padahal sebenarnya, mengemis sudah menjadi salah satu masalah sosial yang harus diselesaikan bersama. Komunitas KN Solo yang sejak awal didirikan memiliki tujuan untuk mengedukasi masyarakat memerangi aksi mengemis melalui pemberian apresiasi berupa donasi atau bantuan kepada orang yang membutuhkan.

Jika diklasifikasikan berdasarkan tipe gerakan sosial, maka gerakan sosial anti mengemis yang dilakukan oleh komunitas KN Solo termasuk sebagai *alternative movement* karena gerakan ini bertujuan mengubah sebagian perilaku perseorangan dalam masyarakat. Selain Instagram, komunitas ini memiliki dua media sosial lain, yaitu LINE dan BBM. Berbeda dengan Instagram, akun komunitas KN Solo yang ada di LINE dan BBM berupa grup yang lebih privat. Artinya tidak semua pengguna Instagram bisa tahu apa yang diperbincangkan oleh anggota komunitas.

#### **Gerakan Sosial Anti Mengemis Komunitas Ketimbang Ngemis Solo di BBM**

Jumlah anggota yang tergabung di grup BBM KN Solo sebanyak 426 orang. Tetapi komunikasi melalui grup BBM mengalami hambatan karena perangkat yang dipanaskan oleh admin rusak sejak Mei 2016. Hingga penulis melakukan penelitian ini, perangkat tersebut belum berhasil diperbaiki. Maka seluruh komunikasi anggota dialihkan dan lebih intens di grup LINE. Dengan demikian, penulis tidak menggunakan data yang berasal dari media sosial BBM dalam penelitian ini.

#### **Gerakan Sosial Anti Mengemis Komunitas Ketimbang Ngemis Solo di LINE**

Selain BBM, media sosial yang digunakan oleh komunitas KN Solo adalah LINE. Meskipun komunitas ini memiliki beberapa media sosial yang berbeda-beda, tetapi penggunaannya tidak bisa dipisahkan karena antara media sosial yang satu dengan lainnya saling berkaitan. Cara yang digunakan admin KN Solo untuk mengaitkan

ketiganya adalah dengan mencantumkan kontak BBM dan LINE komunitas di halaman Instagram komunitas KN Solo.

Tujuan pencantuman kontak selain memudahkan siapapun yang ingin bergabung dengan komunitas juga mengarahkan mereka untuk menjadi anggota komunitas KN Solo. Jumlah anggota aktif yang tergabung di grup LINE sebanyak 40 orang. Sebenarnya ada banyak anggota lain yang tergabung di grup LINE, tetapi admin menyeleksi ulang anggota yang tidak aktif dalam kegiatan komunitas untuk dikeluarkan dari grup. Maka 40 orang yang tergabung di grup LINE adalah anggota komunitas KN Solo yang aktif baik dalam kegiatan diskusi di grup maupun ketika komunitas ini melakukan kegiatan di lapangan.

Fungsi utama dibentuknya grup LINE KN Solo adalah sebagai media diskusi internal antar anggota komunitas. Beragam hal yang didiskusikan oleh komunitas ini di grup LINE, tetapi lebih sering biasanya membahas kegiatan yang akan dilakukan oleh komunitas.

Awalnya, sosialisasi program bakti sosial yang direncanakan oleh admin dilakukan di grup LINE sehingga bisa dibaca oleh seluruh anggota komunitas yang tergabung di grup. Setelah admin mengunggah aturan apa saja yang harus diikuti anggota, diskusi dan tanya jawab terjadi di dalam grup LINE. Setelah menemukan satu target yang layak diberi bantuan, anggota harus mendokumentasikan target tersebut dan melaporkannya kepada ketua melalui LINE. Jika admin menyetujui target tersebut, maka anggota diperbolehkan untuk menyalurkan bantuan.



Sumber: Dokumentasi admin akun KN Solo



di halaman

bergabung  
s KN Solo.  
narnya ada  
eksi ulang  
p. Maka 40  
g aktif baik  
kegiatan di

dia diskusi  
nitas ini di  
kukan oleh

oleh admin  
nitas yang  
uti anggota,  
target yang  
rsebut dan  
sebut, maka

### Gambar 1 Diskusi anggota dengan admin di grup LINE KN Solo

Gambar diatas menunjukkan diskusi yang melibatkan beberapa anggota komunitas di grup LINE KN Solo. Anggota dengan nama akun LINE Idha bertanya di grup mengenai program bakti sosial yang akan dilakukan oleh anggota komunitas dan dijawab oleh admin Dita. Selain itu ada juga anggota lain yang menggunakan nama akun Salma, tetapi ia tidak menanyakan sesuatu melainkan hanya mengamini apa yang sudah dijelaskan oleh admin. Sedangkan akun dengan nama yyk menanyakan siapa saja anggota yang sudah mendapatkan target dan hal tersebut dijelaskan oleh ketua komunitas.

### Gerakan Sosial Anti Mengemis Komunitas Ketimbang Ngemis Solo di Instagram

Admin komunitas KN Solo memanfaatkan kekhususan yang dimiliki oleh masing-masing media sosial untuk mengampanyekan dan membentuk gerakan sosial anti mengemis. Ardi, salah satu admin komunitas KN Solo yang juga berperan sebagai tim survei komunitas menjelaskan jika Instagram digunakan oleh komunitas untuk mempublikasikan kegiatan dan informasi yang berkaitan dengan komunitas Ketimbang Ngemis. Bentuk publikasi kegiatan komunitas KN Solo di Instagram berupa foto beserta caption yang diunggah melalui akun @ketimbang.ngemis.soloo.

Selain itu, Instagram juga difungsikan sebagai galeri virtual bagi komunitas yang bisa diakses siapa saja terutama oleh pengguna Instagram. Tetapi lebih dari itu, Ardi menjelaskan jika Instagram digunakan sebagai salah satu media yang digunakan oleh komunitas untuk melakukan kampanye anti mengemis. Hal ini sejalan dengan fungsi gerakan sosial menurut Hayens (2000: 27) yaitu memberikan kontribusi dalam pembertukan opini publik dengan memberikan diskusi mengenai fenomena sosial melalui penggabungan gagasan tentang gerakan sosial dan menghasilkan perubahan. Kampanye anti mengemis yang dilakukan oleh komunitas KN Solo diharapkan bisa menghasilkan perubahan dalam masyarakat yaitu adanya perubahan cara pandang masyarakat terhadap mengemis dan sikap masyarakat dalam yang ambil bagian dalam kampanye tersebut. Maka sebagian besar foto yang diunggah oleh akun ini terdiri dari foto dokumentasi kegiatan, foto target yang diunggah oleh admin, foto *followers* yang di-*report* oleh admin akun KN Solo, dan foto lain yang berkaitan dengan aktivitas komunitas memerangi aktifitas mengemis.

Dalam bakti sosial tersebut tidak semua foto foto dokumentasi yang dikirim anggota komunitas kepada admin bisa diunggah di Instagram karena ada beberapa foto yang kualitasnya kurang baik. Selain itu, menurut admin jika semua foto diunggah akan mengganggu pengguna Instagram yang lain dan hal itu dirasa kurang bijak. Dari 40 target yang berhasil diperoleh anggota komunitas KN Solo, hanya 7 yang diunggah fotonya di Instagram.

Gambar berikut adalah foto target yang telah disurvei oleh tim survei komunitas KN Solo dan diunggah di Instagram. Dalam *caption* foto tersebut dijelaskan jika admin membuka donasi melalui rekening yang telah disebutkan diunggah sebelumnya. Selain itu, *caption* foto tersebut juga menyertakan informasi lengkap mengenai target yang akan dibantu. Menurut Yogi, ketua komunitas, tidak lama berselang sejak admin membuka donasi untuk target tersebut dan mengunggahnya di Instagram donasi pun terkumpul dan nilainya melebihi yang dibutuhkan target.



Sumber: <http://instagram.com/ketimbang.ngemis.soloo>

**Gambar 3**  
Dokumentasi penyaluran donasi kepada target yang diunggah di Instagram



### Peran Akun @ketimbang.ngemis.soloo dalam Membentuk dan Menggerakkan Gerakan Sosial Anti Mengemis di Solo

Data yang berhasil penulis himpun per September 2016, jumlah pengikut akun ini adalah 11.700 pengikut. Ada 5 orang anggota komunitas yang penulis wawancarai yaitu anggota KN Solo dengan akun Instagram @epintisna, @alvindianwardhana, @heri\_pujianto, @intan\_riyani, dan @yayukanggrahini. 5 Akun tersebut merupakan followers dan juga anggota komunitas KN Solo.

Dalam wawancara yang penulis lakukan, pemilik akun @epintisna mengetahui akun @ketimbang.ngemis.soloo dari foto yang ada di halaman *explore* di Instagram. Ia kemudian membuka halaman akun tersebut dan tertarik untuk berpartisipasi. Awalnya ia menghubungi kontak yang tertera di halaman Instagram akun @ketimbang.ngemis.soloo. Setelah mendapatkan informasi dari admin melalui LINE, ia akhirnya memutuskan untuk bergabung dengan komunitas KN Solo.

Hal yang serupa juga terjadi dengan akun Instagram @heri\_pujianto yang bergabung menjadi anggota komunitas KN Solo setelah menemukan foto unggahan akun @ketimbang.ngemis.soloo di halaman *explore* di Instagram. Ia tertarik dengan kegiatan akun ini karena ketika awal tahun 2016 (narasumber lupa tepatnya kapan), komunitas ini viral di dunia maya. Ia akhirnya mencari info mengenai komunitas Ketimbang Ngemis di regional Solo dengan cara menelusuri foto yang ia temukan di halaman *explore* Instagram dan menghubungi kontak yang ada di halaman akun @ ketimbang.ngemis.soloo.

Berbeda dengan anggota KN Solo dengan akun bernama @alvindianwardhana. Mahasiswa UNS Solo ini tertarik menjadi anggota komunitas KN Solo karena tayangan di salah satu stasiun televisi swasta yang ketika itu menayangkan profil komunitas Ketimbang Ngemis. Meskipun bukan komunitas KN regional Solo yang diwawancarai, tetapi tayangan di televisi tersebut membuatnya tertarik untuk mencari informasi lebih mengenai komunitas ini di media sosial Instagram. Hasilnya, ia menemukan akun @ketimbang.ngemis.soloo dan melihat semua foto yang diunggah oleh akun tersebut. Ia kemudian menghubungi kontak yang tersedia di halaman profil akun @ketimbang.ngemis.soloo dan bergabung menjadi anggota.

Narasumber lain yaitu akun Instagram @intan\_riyani dan @yayukanggrahini yang kini menjadi anggota komunitas KN Solo pertama kali tahu akun @ketimbang.ngemis.soloo melalui foto unggahan teman kuliahnya. Dalam foto tersebut,

diberi tanda (*tag*) ke akun @ketimbang.ngemis.soloo. Setelah beberapa kali menjumpai sosok yang dimaksud dalam foto unggahan akun @ketimbang.ngemis.soloo dan membeli barang dagangannya, keduanya lantas menghubungi kontak LINE yang dicantumkan di halaman profil akun dan bergabung dengan komunitas KN Solo.

Selain mewawancarai 5 anggota komunitas, penulis juga melakukan wawancara dengan 2 orang donatur yang rutin menyumbangkan donasi melalui rekening ketua komunitas. 2 Narasumber tersebut enggan disebutkan identitas dan jumlah uang yang mereka sumbangkan ke komunitas. Tetapi keduanya sama-sama tergerak untuk membantu karena foto-foto yang diunggah oleh admin komunitas KN Solo melalui akun @ketimbang.ngemis.soloo. Menurut mereka, masyarakat perlu diedukasi tentang fenomena sosial mengemis karena dengan memberi uang kepada pengemis sama saja dengan mendukung berbagai tindakan kejahatan yang bisa ditimbulkan dari aktifitas mengemis..

Dari ketiga akun di media sosial yang dimiliki oleh komunitas KN Solo, akun @ketimbang.ngemis.soloo di Instagram adalah akun yang memiliki pengaruh paling besar bagi komunitas diantara akun lainnya. Peran utama akun Instagram komunitas KN Solo adalah sebagai media komunikasi komunitas dengan khalayak di luar komunitas. Melalui akun @ketimbang.ngemis.soloo di Instagram, komunitas menyampaikan berbagai informasi kepada khalayak misalnya informasi mengenai donasi, target yang akan dibantu, dan publikasi kegiatan yang dilakukan.

Selain itu akun @ketimbang.ngemis.soloo di Instagram juga menjadi media komunikasi khalayak dengan komunitas. Artinya, khalayak bisa melakukan interaksi dengan komunitas melalui berbagai fasilitas atau fitur yang tersedia pada media sosial Instagram misalnya yang paling sering terjadi adalah melalui fasilitas *tagging* (menandai), khalayak bisa mengunggah foto target di akun pribadi mereka kemudian di-*tag* ke akun @ketimbang.ngemis.soloo. Jika foto tersebut memenuhi kriteria yang ditetapkan komunitas, maka foto akan di-*repost* oleh admin @ketimbang.ngemis.soloo.

Peran akun @ketimbang.ngemis.soloo di Instagram sebagai media publikasi komunitas juga sangat penting seperti yang telah dipaparkan dalam bagian sebelumnya jika keputusan untuk berpartisipasi seluruh narasumber (5 pengikut akun dan 2 donatur) sangat dipengaruhi oleh akun @ketimbang.ngemis.soloo di Instagram. Hal ini juga berlaku bagi seluruh admin dan anggota komunitas KN Solo. Keputusan mereka untuk



menjumpai  
 an membeli  
 ntumkan di

berpartisipasi dengan komunitas KN Solo sangat dipengaruhi oleh akun  
 @ketimbang.ngemis.soloo.

wawancara  
 ning ketua  
 uang yang  
 erak untuk  
 elalui akun  
 isi tentang  
 sama saja  
 ri aktifitas

Solo, akun  
 aruh paling  
 nunitas KN  
 komunitas.  
 yampaikan  
 target yang

jadi media  
 an interaksi  
 media sosial  
 as *tagging*  
 emudian di-  
 riteria yang  
 emis.soloo.

a publikasi  
 sebelumnya  
 n 2 donatur)  
 hal ini juga  
 ereka untuk

### Daftar Pustaka

- Ardianto, Evinaro dkk. 2004. Komunikasi Massa : Suatu Pengantar. Bandung : Simbiosis Rekatama Media
- Arikunto, Suharsimi. 2005. Manajemen Penelitian. Jakarta: Rineka Cipta
- Bungin, Burhan. 2003. Analisis Data Penelitian Kualitatif . Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Evans, Dave, 2010. *Social Media Marketing: The Next Generation of Business Engagement*. United States: Sybex Publisher
- Effendy, Onong. 2000. Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi. Bandung : PT.Rosdakarya.
- Faoni, Noer. 2005. Memahami Gerakan-gerakan Rakyat Dunia Ketiga. Yogyakarta: Insist Press
- Giddens, Anthony. 2001. Sociology 4th Edition. London: Blackwell Publisher Ltd.
- Gamble, T. Kwal. 2005. Communication Work. New York: The McGraw-Hill Companies.
- Hymes, Jef. 2000. Demokrasi dan Masyarakat Sipil Dunia Ketiga, Gerakan Politik Baru Kaum Terpinggir. Jakrta: Yayasan Obor Indonesia.
- Herring, C Susan. 1996. Computer Mediated Communication., Linguistic, Social and Cross Cultural Perspective. Philadelpia: John Benjamins Publishing Company.
- Hine, Christine. 2005. Virtual Methods: Issue In Social Research ON The Internet. New York: Berg Publishers.
- Buttaw, John. 2003. Bangunan Teori. Salatiga: Satya Wacana Christian University Press.
- Indriantoro, dan Supomo, 2002. Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen, Edisi Pertama, BPFE-Yogyakarta, Yogyakarta.
- Johnson, David & Johnson, Roger T. 2007. Cooperative Learning and Moral Education, The Newsletter of Cooperative Learning Institute. Vol 22 Issue 1, March 2007. Tersedia online di [www.co-operation.org](http://www.co-operation.org)
- Kusumono, Rachmat. 2006. Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta: Kencana Prenada Media
- Wulung, Lexy J. 2004. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

- Mulyana, Deddy. 2007. Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Nurudin. 2007. Pengantar Komunikasi Massa. Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada.
- Roger, E.M. 1989. Komunikasi dan Pembangunan: Perspektif Kritis. Jakarta: LP3S.
- Shimp, Terence A. 1986. *Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Terpadu, Edisi ke-5, Jilid 1. Trans.* Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Sunarto, Kamanto. 2002. Pengantar Sosiologi Edisi Revisi. Depok: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia
- Smith, Matthew J. dan Andrew F. Wood. 2005. Online Communication: Linking Technology, Identity and Culture. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Snow, David A., Robert D. Benford dan Scott A. 2000. Hunt, Identity Fields; Framing Processes and the Social Contruction of Movement Identities. Philadelphia; Temple Univ. Press.
- Taylor dan Bogdan, 1984. Pengantar Penelitian Ilmiah. Bandung: Tarsito.
- Thurlow, Crispin, Laura Lengel and Alice Tomic. 2004. Computer Mediated Communication : Social Interaction and The Internet. London : SAGE Publications Ltd.
- Wright, Kevin B., Lynne., M. Webb. 2011. Computer-Mediated Communication In Personal Relationship. New York: Peter Lang Publishing.