

MEDIA SOSIAL YOUTUBE DALAM MENGATASI PENGEMIS DAN ANAK JALANAN

Alila Ramadhani¹, Hasan Sazali²

^{1,2} Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Deli Serdang, Indonesia;

Email : alila0105192032@uinsu.ac.id, hasansazali@uinsu.ac.id

*Correspondence : alila0105192032@uinsu.ac.id

ABSTRAK

Media sosial adalah bentuk komunikasi virtual yang memungkinkan untuk terhubung satu sama lain. Prinsip ini bermula dari kebutuhan dasar manusia untuk tetap bersatu sebagai kelompok untuk membentuk komunitas. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan penelitian dengan objek media sosial YouTube Channel Yayasan Gosyen Terang Indonesia yaitu salah satu gerakan sosial tentang pengemis dan anak jalanan. Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan cara menganalisis secara menyeluruh terhadap media sosial YouTube yang dilakukan dengan menggunakan *Software* Netlytic. Hasil dari penelitian ini adalah terdapat beberapa komentar simpati terhadap pengemis dan anak jalanan di Kota Jakarta. Dalam penyelenggaraan informasi komunikasi yang dilakukan oleh Yayasan Gosyen Terang Indonesia memiliki tujuan yang bermanfaat untuk perolehan dan tentu sepadan dengan cara perolehan penerimanya. Biasanya masyarakat lebih menyukai penjelasan yang ringkas, kuat, dan transparan.

Kata kunci

Anak Jalanan, Media Sosial, Pengemis, Youtube

ABSTRACT

Social media is a virtual form of communication that makes it possible to connect. This principle stems from the basic human need to form a community as a group. In this study, researchers conducted research with social media objects on the YouTube Channel Yayasan Gosyen Terang Indonesia, which is a social movement about beggars and street children. The researcher used a descriptive qualitative research method by thoroughly analyzing YouTube's social media using Netlytic Software. The results of this study are that there are several comments of sympathy for beggars and street children in the city of Jakarta. The implementation of communication information carried out by the Gosyen Terang Indonesia Foundation has a valuable purpose for obtaining and commensurate with the method of obtaining recipients. Usually, people prefer explanations that are concise, strong, and transparent.

Keywords

Beggars, Social Media, Street Children, Youtube

Pendahuluan

Anak jalanan merupakan fenomena sosial yang muncul dalam kehidupan perkotaan. Kehadiran anak jalanan sering dipahami sebagai contoh kemiskinan perkotaan, atau ketidakmampuan sebagian orang dalam dinamika kehidupan kota besar. Kondisi kehidupan anak jalanan merupakan kelanjutan dari permasalahan permasalahan perkotaan, yang berakar pada situasi kemiskinan di perkotaan dan pedesaan (Dengue et al., 2013).

Ada banyak masalah sosial yang terkait dengannya, akar dari permasalahan yang saling berkaitan tersebut adalah masalah kemiskinan. Kemiskinan dapat mendorong orang untuk terlibat dalam dunia gelap seperti pencabulan, serta perdagangan, penculikan dan pemanfaatan anak-anak untuk mencari uang yang menimbulkan mereka untuk menadahkan tangan (mengemis), menjual koran di tengah kemacetan, atau bahkan menjadi gelandangan. jalanan karena tidak punya rumah. Oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwa kemiskinan adalah masalah utama masyarakat termasuk tunawisma dan pengemis.

Di era digitalisasi saat ini, semua bisa terkoneksi dengan internet. Kehadiran internet telah mengubah cara hidup dan bekerja setiap hari. Kemunculan media sebagai suatu teknologi internet secara otomatis turut pula mempengaruhi perkembangan media sosial di masyarakat. Media sosial menggunakan teknologi berbasis *website* yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Melalui media sosial setiap orang bisa membuat, menyunting, sekaligus mempublikasikan sendiri konten berita, promosi, artikel, foto.

Istilah media sosial, atau *online social networking* adalah jenis komunikasi virtual yang memungkinkan seseorang terhubung satu sama lainnya. Konsep tersebut muncul dari kebutuhan dasar manusia untuk tetap bersama dalam kelompok untuk membentuk sebuah komunitas. Menurut Korda & Itani (2011), media sosial mencakup spektrum yang luas dari alat komunikasi online dan bekerja melalui beberapa mekanisme. Media sosial menyediakan saluran untuk bersosialisasi dan memfasilitasi rasa keterhubungan antar individu. Melalui media sosial memungkinkan pemustaka berbagi untuk menjangkau khalayak ramai melalui jarak jauh. Semua fitur ini membuat media sosial menjadi populer untuk kegiatan promosi (Oktavia, 2020).

Media sosial, atau jejaring sosial adalah bentuk pertemuan *online* yang mengharuskan orang ikut terhubung bersamaan. Ide ini bermula dari kepentingan mendasar manusia untuk wajib bersatu sebagai kumpulan untuk membuat sebuah kelompok. Media sosial merupakan sebuah media daring yang digunakan satu sama lain yang para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berinteraksi, berbagi, dan menciptakan isi blog, jejaring sosial, forum dan dunia virtual tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu.

Perkembangan media sosial saat ini memang sangat pesat dan tidak lepas dari kecanggihan *handphone*. Sementara itu, *smartphone* telah menjadi alat penting bagi manusia untuk berinteraksi satu sama lain. Akses media sosial sangat mudah dan murah dibandingkan dengan media lain seperti media elektronik dan cetak. Siapa saja dapat mengakses media sosial kapan saja selama terhubung dengan internet. Di era modernitas dan globalisasi saat ini, pengelola media sosial menjadi salah satu cara mengelola informasi terpilih untuk memberikan informasi kepada khalayak (Permasih et al., 2018).

Hadirnya media sosial ini tentunya membawa dampak yang sangat positif karena dapat membantu masyarakat yang kesulitan berkomunikasi karena terhalang jarak. Saat ini setiap orang tidak bisa terlepas dari yang namanya *gadget* atau *smartphone*. Hampir setiap harinya manusia selalu menggunakan *smartphone* baik dalam berinteraksi, pekerjaan dan lain – lain. Semuanya jadi serba mudah dan cepat karena kehadiran media sosial. Adanya kemudahan dalam penggunaan media sosial ini menyebabkan masyarakat tertarik untuk memakai aplikasi media sosial.

Teknologi dan informasi sangat membantu masyarakat negara, karena mereka dapat bekerja lebih banyak lagi dengan menggunakan teknologi dan informasi. Oleh karena itu, komunitas membuat layanan seperti VLOG (*Video Blog*) yang dapat diunggah ke YouTube karena teknologi saat ini. dan informasi bahwa masyarakat dapat memperoleh uang tambahan selama waktu luang mereka di luar pekerjaan. Oleh sebab itu, teknologi dan informasi yang berkembang dengan baik berdampak positif bagi masyarakat dan juga mendukung akses informasi (Puguh, 2017).

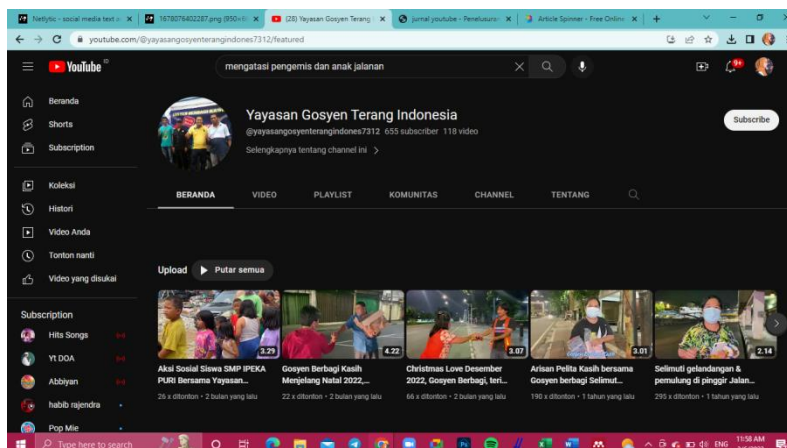
Youtube.com, merupakan salah satu situs *website* yang menggunakan internet untuk menjalankan fiturnya, dimana dengan Youtube, seorang pengguna dapat memposting atau menampilkan video maupun animasi agar dapat dilihat dan dinikmati orang banyak. Banyaknya pengguna Youtube, sangat menguntungkan sebuah promosi dengan menggunakan media tersebut (Miftahul Reski Putra Nasjum, 2020).

YouTube termasuk situs web yang membagikan video populer, tempat pelanggan bisa mengunduh, menyaksikan, dan membagikan sebuah video pendek secara gratis. Dibentuk pada Februari 2005 oleh 3 anggota bekas karyawan PayPal, yaitu Chad Hurley, Steve Chen dan Jawed Karim. Biasanya, video di YouTube adalah klip dari film, acara televisi, dan video tiruan pengguna. Aplikasi google ini memungkinkan para pengguna dapat mengunduh video di seluruh dunia dapat menontonnya secara gratis. Faktanya, YouTube merupakan basis data video paling marak di internet, ataupun bisa jadi sangat banyak dan beragam. Mulanya, YouTube tidak dibuat pada google, namun google mengakuisisinya dan mengintegrasikannya dengan layanan google lainnya (Thanissaro & Kulupana, 2015).

Youtube adalah video online dan yang utama dari kegunaan situs ini ialah sebagai media untuk mencari, melihat dan berbagi video yang asli ke dan dari segala penjuru dunia melalui suatu web. Kehadiran YouTube membawa pengaruh luar biasa kepada masyarakat, khususnya masyarakat yang memiliki gairah di bidang pembuatan video, mulai dari film pendek, dokumenter, hingga *video blog*, tetapi tidak memiliki lahan “untuk mempublikasikan karyanya”. YouTube mudah dipergunakan, tidak memerlukan biaya tinggi, dan dapat diakses dimanapun, tentunya dengan *gadget* yang kompatibel. Hal itu membuat pembuat video amatir dapat dengan bebas mengunggah konten-konten video mereka untuk dipublikasikan. Jika video mereka mendapat sambutan baik, jumlah *viewers* akan bertambah. *Viewers* banyak akan mengundang pengiklan untuk memasang iklan dalam video-video mereka selanjutnya (David et al., 2017).

Penyebarluasan YouTube Channel Yayasan Gosyen Terang Indonesia menjadikan akun ini meluas di Indonesia karena terbentuknya Komunitas Sosial di Kota Jakarta bernama Yayasan Gosyen Terang Indonesia yang telah berdiri sejak 19 Januari 2020. Saat ini jumlah subscriber Yayasan Gosyen Terang Indonesia sebanyak 655 dan total video 118.

Gambar 1. Tangkapan Layar YouTube Channel Yayasan Gosyen Terang Indonesia



Sumber: Yayasan Gosyen Terang Indonesia

Salah satu contoh akun media sosial YouTube yang peneliti analisis yaitu Yayasan Gosyen Terang Indonesia. Akun ini berisi tentang persoalan pengemis dan anak jalanan di Jakarta yang di lakukan oleh organisasi komunitas sebagai relawan yang mawadahi anak muda Jakarta untuk berkolaborasi dalam berbagai aksi kemanusiaan dan pendidikan. Penulis merasa topik penelitian ini untuk di teliti karena setelah melakukan pengamatan yang dilakukan di media sosial Instagram tentang bagaimana brand media sosial Yayasan Gosyen Terang Indonesia dalam mengatasi pengemis dan anak jalanan.

Komunitas sosial yang menjadi objek penelitian yang akan peneliti analisis adalah Yayasan Gosyen Terang Indonesia. Kegiatan sosial yang dilakukan Yayasan Gosyen Terang Indonesia umumnya bersifat memberi bantuan, dengan memiliki kriteria yang dibuat oleh pengurus komunitas sosial tersebut. Kegiatan yang dilakukan oleh komunitas ini selain memberikan bantuan kepada target mereka, membantu para target berjualan barang dagangannya serta membeli barang dagangan para target tersebut. Aktivitas ini kemudian dibagikan dan diunggah di akun YouTube dengan tujuan menimbulkan kesadaran masyarakat sekaligus menarik minat masyarakat untuk melakukan hal yang serupa. Hal ini kemudian menarik minat penulis untuk meneliti bagaimana peningkatan kepedulian sosial di Kota Jakarta melalui aktivitas komunitas Yayasan Gosyen Terang Indonesia di akun YouTube *Channel* mereka.

Penelitian yang dilakukan oleh Genny, Ismandianto, dan Rasyida pada tahun 2021 dengan judul "Peran Komunitas Ketimbang Ngemis Pekanbaru Dalam Meningkatkan Kepedulian Sosial Masyarakat Melalui Media Instagram". Dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif maka kesimpulan dari penelitian tersebut bahwa pesan yang dikemas oleh komunitas Ketimbang Ngemis Pekanbaru dalam melakukan kegiatan sosial yaitu dengan mengajak *followers* untuk melakukan kepedulian sosial terhadap sosok mulia. Gaya penyampaian pesan dalam kegiatan ini disesuaikan dengan bahasa yang lebih dimengerti oleh masyarakat dan khususnya *followers* sehingga pesan yang dikemas tersampaikan menjadi lebih mudah untuk dipahami dan kegiatan berjalan dengan aktif, efektif, komunikatif, dan menyenangkan (Sari et al., 2021).

Evaluasi yang dilakukan komunitas sangat memberikan efek kepada para *followers* dan para donatur dalam melakukan kegiatan sosial kepada sosok mulia.

Evaluasi ini dibuat oleh semua anggota komunitas dan ditentukan sebuah keberhasilan kegiatan yang mereka laksanakan. Evaluasi ini dilakukan dengan cara menyusun hasil akhir dari kegiatan komunitas kepada sosok mulia yang di sampaikan melalui insgtagram komunitas @Ketimbang.Ngemis.Pekanbaru. Aktivitas komunitas ketimbang ngemis mampu menarik minat masyarakat Kota Pekanbaru untuk berdonasi namun tidak mengurangi jumlah pengemis di Kota Pekanbaru justru terlihat peningkatan pengemis yang menduplikasi kegiatan dan aktivitas sosok mulia.

Penelitian yang dilakukan oleh Lauren Kurnia Tjokro pada tahun 2016 dengan judul “Peran Media Sosial dalam Membentuk dan Menggerakkan Gerakan Sosial: Studi Kasus pada Akun @ketimbang.ngemis.soloo di Instagram dalam Membentuk dan Menggerakkan Gerakan Sosial Anti Mengemis di Solo”. Dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif maka kesimpulan dari penelitian tersebut Media sosial yang digunakan oleh komunitas Ketimbang Ngemis Solo yaitu Instagram, LINE dan BBM. Ketiganya memiliki peran masing- masing. Instagram berperan sebagai media komunikasi antara komunitas dengan khalayak dan juga sebagai media publikasi komunitas. LINE berperan sebagai media komunikasi dan diskusi internal antar anggota komunitas. Sedangkan BBM tidak lagi digunakan oleh komunitas karena perangkatnya merngalami kerusakan dan kegiatan komunitas di media sosial terfokus pada LINE dan Instagram. 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 (Lauren Kurnia Tjokro, 2016).

Dari beberapa penelitian terdahulu yang sudah disampaikan di atas menunjukkan bahwa media sosial memiliki dampak yang efektif sebagai alat untuk melaksanakan aktivitas masyarakat. Jadi penelitian ini memiliki tujuan untuk melihat bagaimana upaya komunitas Yayasan Gosyen Terang Indonesia meningkatkan kepedulian dan kesadaran masyarakat tentang fenomena pengemis di kota besar melalui media sosial YouTube Channel Yayasan Gosyen Terang Indonesia dengan menghadirkan para pengemis dan anak jalanan sebagai tokoh inspiratif. Pada akhirnya, penelitian ini berusaha melihat dan menganalisa kelemahan dari program yang dilaksanakan komunitas Yayasan Gosyen Terang Indonesia dan solusi yang mungkin bisa diberikan.

Penelitian ini dilakukan untuk meneruskan atau melengkapi penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya. Perbedaan penelitian yang dilakukan saat ini dengan penelitian yang terdahulu yaitu pada penelitian kali ini peneliti melakukan analisis tidak hanya dengan cara melihat postingan atau kontennya saja seperti yang dilakukan oleh penelitian terdahulu, namun kali ini peneliti juga melihat dan menganalisis respon-respon dari para pengguna media sosial YouTube. Peneliti tertarik dengan judul ini karena Yayasan Gosyen Terang Indonesia merupakan organisasi sukarelawan yang sudah memiliki yayasan sendiri. Yayasan Gosyen Terang Indonesia salah satu organisasi yang melakukan aktivitas advokasi, memberikan informasi dan edukasi serta aktif dalam aktivitas lingkungan sosial mengenai pengemis dan anak jalanan.

Penelitian ini menggunakan teori *Uses and Gratification Theory (UGT)*, Teori ini mengemukakan pemikiran hingga konflik mengakibatkan masyarakat menelusuri, mengambil, dan merespons konten media seperti berbeda dikarenakan penyebab sosial dan mental yang berbeda di antara mereka yang mendengarkan. Kriteria penggunaan dan kepuasan berpusat pada audiens sebagai pengguna media sosial, tidak pada tulisan yang dikirim. Teori ini melihat khalayak media sebagai aktif, aktif dan

diskriminatif. Khalayak dianalisis untuk menentukan keperluan mereka dan mereka berkewajiban untuk memilih media yang bisa melengkapi keperluan mereka (Petra et al., 2011).

Konsep ini menekankan penggunaan media membawakan karakter penting dan pemilihan serta penggunaan media. Artinya pekerja media terlibat secara dinamis dalam prosedur komunikasi. Pengguna media berupaya menggali dasar media unggul demi melengkapi keperluannya. Oleh karena itu, dalam penggunaan dan kepuasan, diasumsikan maka pengguna mempunyai pemilihan lain demi melengkapi keinginannya

Metode

Metode penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode kualitatif sebagai penelitian dan metode berbasis pemahaman yang mempelajari hubungan manusia dan persoalan manusia. Dalam proses ini, peneliti menjadikan cerita yang berhubungan, menganalisis kata-kata, melaporkan informasi-informasi rinci tentang responden, dan melakukan penelitian dalam kondisi alami (Murdiyanto, 2020).

Penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau dengan cara kuantitatif lainnya (*Dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*, n.d.). Penelitian kualitatif adalah suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia. Pada pendekatan ini, peneliti menekankan sifat realitas yang terbangun secara sosial, hubungan erat antara peneliti dan subjek yang diteliti (Marfu'ah, 2021).

Dalam penelitian ini, peneliti memperoleh data dari berbagai ragam kajian penelitian terdahulu yang sudah peneliti satukan di dalam tulisan ini dan kemudian nantinya peneliti akan menggunakannya sebagai salah satu referensi dalam melakukan analisis. Penelitian ini dilakukan dengan memperoleh hasil yang semaksimal mungkin untuk menjawab permasalahan yang menjadi acuan atau dasar pada penelitian.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan menggunakan sebuah aplikasi *software* yaitu Netylic. *Software* netylic merupakan sebuah aplikasi untuk pengumpulan data penelitian kualitatif yang berbasis media sosial. Biasanya *software* ini digunakan untuk menganalisis berbagai komunitas dan percakapan online seperti komentar dari Instagram, YouTube, dan Twitter.

Aplikasi seperti Netlytic ini dapat dipakai untuk membantu metode penelitian yang mencakup pandangan pustaka. Mereka tidak mengubah perangkat lunak manual yang diucapkan di atas, karena mereka tidak mempunyai perangkat lunak manual yang bagian-bagian ini. Namun alat pencarian mereka dapat dipakai selain alat buku untuk menopang seluruh proses penelitian buku. Dari semua bagian perangkat lunak penelitian kualitatif, hanya Netlytic (sejauh ini) yang mempunyai alat yang dirancang untuk tinjauan pustaka. Dipastikan untuk menguraikan dokumen dalam bagian lain yang disebutkan (Yandari, 2021).

Selanjutnya data yang berasal dari *software* ini akan berbentuk diagram dan juga grafik dengan beberapa penjelasan yang menyertainya. Aplikasi ini memudahkan para penggunanya untuk memperoleh data penelitian yang berasal dari media sosial. Media sosial yang bisa digunakan dalam pengolahan data ini salah satunya yaitu YouTube, Twitter dan lain – lain.

Fokus penelitian ini adalah pada *platform* YouTube karena aplikasi media sosial itulah yang paling sering di gunakan pada masyarakat saat ini karena dengan mudah serta dapat menjangkau seluruh aktivitas masyarakat yang menggunakan media.

Hasil dan Pembahasan

Media sosial YouTube menjadi sebuah media sosial yang memiliki pengaruh yang kuat dan juga sebagai media untuk melakukan aktivitas komunikasi dan pergantian informasi. Didalam YouTube Channel Yayasan Gosyen Terang Indonesia, yayasan tersebut melakukan aktivitas sosial yang bertujuan agar para pengguna YouTube mengetahui tentang masalah sosial yang terjadi pada lingkungan saat ini terkhusus yang ada di Kota Jakarta. Akun Yayasan Gosyen Terang Indonesi memiliki jumlah subscriber sebanyak 655 dengan jumlah video 118 yang mana aktivitas sosial yang mereka lakukan melalui YouTube tersebut diharapkan membawa dampak yang baik.

Yayasan Gosyen Terang Indonesia adalah perkumpulan yang didirikan oleh sekelompok relawan di Jakarta pada tanggal 19 Januari 2020. Perkumpulan ini didirikan untuk menghargai dan membantu orang-orang terkenal yaitu orang tua yang selalu siap bekerja tanpa memandang apapun itu. Untuk hidup sendiri, keluarga mereka dan menolak untuk mengemis. Program yang dilaksanakan adalah memberikan informasi dan berita tentang kependudukan kepada seluruh masyarakat melalui media sosial Yayasan Gosyen Terang Indonesia, mereka mengadakan bakti sosial dengan memberikan sumbangan kepada sosok mulia setiap bulannya.

Peneliti telah melakukan pemantauan dan pengamatan pada postingan YouTube *Channel* Yayasan Gosyen Terang Indonesia pada periode 2020 hingga 2023. Saat ini peneliti akan melakukan dalam penggunaan metode kualitatif yaitu menetapkan postingan yang akan dipilih. Peneliti memilih postingan Youtube Channel Yayasan Gosyen Terang Indonesia yang berkaitan dengan pengemis dan anak jalanan, yaitu pada periode 2021.

Gambar 2. Grafik Postingan dari Waktu ke Waktu



Sumber: Analisis Peneliti dari Netlytic, 2023

Seperti yang terlihat pada grafik di atas dari tahun 2020 sampai 2023, masih ada peningkatan yang signifikan pada tanggal 29 Juli 2021 terdapat 21 postingan dapat membantu meningkat secara signifikan. Selain bertambahnya angka kemiskinan masyarakat Jakarta, meningkatnya jumlah penduduk sasaran penerima bantuan menyebabkan bertambahnya masyarakat Jakarta yang terjun dalam sumbangan tersebut, baik berupa pekerjaan maupun harta benda, hal ini memicu dengan kepedulian dan kesadaran masyarakat. Adapun jenis bantuan yang diberikan oleh masyarakat yaitu berupa uang, makanan dan sembako serta pakaian layak pakai, jangka waktu bantuan ini tidak tetap.

Terpenuhinya kebutuhan khalayak pengguna media massa berdasarkan motif dan tujuannya, orang-orang memiliki kesadaran dan kemampuan diri yang memadai ketika mereka memilih dan menggunakan media tertentu dalam memenuhi kebutuhan yang dicari. Kepuasan yang diperoleh seseorang dari media ditentukan oleh sikap khalayak pada suatu media, yaitu evaluasi dan kepercayaan yang diberikan dari isi media. Jika khalayak percaya bahwa suatu tayangan dapat memenuhi kebutuhannya, maka khalayak akan tetap bertahan menonton.

Gambar 3. Gambaran Tanggapan Masyarakat

DATE	USER	POSTS, N = 123
2020-02-05	Melissa Risakotta	Terharuuu 🥺🥺🥺🥺
2020-02-05	Yayasan Gosyen Terang Indonesia	Sangat sedih kalau kita lihat langsung bagaimana keseharian mereka
2020-03-11	Risma Wildaria	Terharu
2020-03-31	uwa oci	Bukan kotanya yg bikin kejam tapi manusianya yg bikin kejam kehidupan dlm kota itu.
2020-04-04	Gilang Setiawan Putra (Gisetra)	Terimakasih Banyak ❤️
2020-04-10	BEJAD MORAL	Yang kejam itu orang yang tak peduli dengan sesamanya mengacuhkan tanpa kepedulian tuk menolong sesama 🥺🥺🥺
2020-04-11	Yayasan Gosyen Terang Indonesia	Iyaaa, kasih semakin hilang, #sedih

Sumber: Analisis Peneliti dari Netlytic, 2023

Salah satu video di YouTube Channel Yayasan Gosyen Terang Indonesia terdapat beberapa komentar simpati terhadap pengemis dan anak jalanan di Kota Jakarta. Komentar-komentar publik terhadap Yayasan Gosyen Terang Indonesia memiliki makna bagi penerimanya.

Komentar yang telah dikategorikan pada unit tematik dan professional, dapat kita lihat bahwa dalam komentar yang telah dianalisis terdapat komentar yang mengandung unsur religius, dimana mengkritik dengan unsur keagamaan ataupun budaya kearifan lokal, hal ini menandakan bahwa dari banyaknya komentar netizen terdapat pula netizen yang peduli bukan hanya sekedar untuk kecerdasan dan pendidikan bangsa, namun juga pada masalah keimanan dengan tuhan, baik buruk atau *amar ma'ruf nahi munkar* dan mau mengingatkan kepada sesama untuk terus berada dalam kebaikan.

Journal Homepage : <http://jurnalilmukomunikasi.uho.ac.id/index.php/journal/index>

DOI : <http://dx.doi.org/10.52423/jikuho.v8i2.34>

Dari penelitian ini diketahui bahwa sebenarnya masyarakat itu sangat peduli pada konten YouTube, mereka mengharapkan konten yang membangun generasi muda kedepannya dengan menghadirkan konten yang mendidik namun juga menghibur, seperti yang disampaikan pada komentar klasifikasi jenis keluhan, saran dan kritik diatas. Yang mana pendapat dan keluhan tersebut dapat disampaikan melalui platform yang tersedia, salah satunya media sosial.

Setelah digabungkan semua komentar sesuai dengan kategori dari semua video ternyata komentar saling bertautan dapat dilihat dari pencapaian atau keinginan yang ingin diutarakan netizen mengenai konten Yayasan Gosyen Terang Indonesia terkait pengemis dan anak jalanan. Selain itu juga terdapat beberapa saran yang membangun dalam komentar netizen, jadi tidak semua komentar hanya mengkritik dan menggunakan kata yang tidak baik/kasar, namun juga ada netizen yang menuliskan komentar dengan sopan dan konteks isi pesan mengandung saran yang baik dan mungkin bisa diterapkan untuk perbaikan konten YouTube kedepannya seperti komentar dengan tema religius yang bisa diambil sebagai pelajaran dan peringatan jika dilihat relevansinya dari sudut pandang dakwah.

Terdapat strategi yang dapat mendukung proses penggunaan YouTube sebagai agen media sosial untuk mempromosikan statistik positif, yaitu adanya keterkaitan antara karakteristik yang digunakan dengan proses penggunaan media yang benar bagi masyarakat. Pesan adalah objek yang ditransmisikan dari komunikator atau pengirim ke komunikator atau audiens. Teks dapat dikirim secara tatap muka atau melalui media sosial. Agar masyarakat paham dengan baik, pesan yang disampaikan patut dipahami dan dipahami dengan sangat baik oleh masyarakat setempat.

Dalam kerja komunikasi Yayasan Gosyen Terang Indonesia dituntut untuk membagikan informasi dan membagikan jawaban atas kebutuhan dan keinginan masyarakat atau pengikutnya tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan Kota Jakarta, khususnya para pemimpin Kota Jakarta. Kedua, gunakan media sosial menjadi alat publisitas. Dalam Yayasan Gosyen Terang Indonesia dapat menjangkau khalayak yang lebih luas, dengan menggunakan fitur-fitur YouTube seperti video yang dapat menyampaikan isi informasi konten yang ditawarkan menjadi konten yang efektif dan efisiensi. Penggunaan YouTube sendiri sebenarnya menjadi salah satu alasan masyarakat selain Yayasan Gosyen Terang Indonesia untuk mendukung kinerja pelayanan sosial melalui YouTube tanpa mengeluarkan biaya. Hal ini terlihat dari tingkat kecemasan pada jumlah tayangan yang meningkat.

Gambar 4. Kata Dalam Tweet Netizen yang Sering Muncul Terkait dengan Pengemis dan Anak Jalanan



Sumber: Analisis Peneliti dari Netlytic, 2023

Telah ditemukan kata-kata yang sering muncul dalam YouTube Channel Yayasan Gosyen Terang Indonesia. Dalam pengelolaan informasi komunikasi yang dilakukan oleh Yayasan Gosyen Terang Indonesia memiliki tujuan yang bermanfaat bagi penerimanya dan harus sesuai dengan sistem nilai penerimanya. Umumnya orang lebih

Journal Homepage : <http://jurnalilmukomunikasi.uho.ac.id/index.php/journal/index>

DOI : <http://dx.doi.org/10.52423/jikuho.v8i2.34>

menyukai informasi yang singkat, padat dan jelas. Kata-kata dalam tweet netizen yang paling banyak terkait dengan pengemis dan anak jalanan, yaitu:

Dukungan

Dukungan merupakan kata yang banyak muncul di YouTube Channel Yayasan Gosyen Terang Indonesia, karena Yayasan Gosyen Terang Indonesia melakukan penyesuaian diri terhadap pengemis dan anak jalanan dengan memberikan bantuan, dukungan, dan motivasi. Hal inilah yang membuat masyarakat simpati hingga memberi apresiasi sehingga banyak muncul kata-kata dukungan. Kata dukungan merupakan suatu jenis dukungan dari orang lain yang dipersatukan karena adanya motivasi dan umpan balik, jenisnya dapat berupa informasi, tingkah laku yang baik, sesuatu yang tidak mendukung dan bantuan. Komunitas ini menetapkan pada penerimaan atau dukungan, perhatian, penghargaan atau dukungan yang diterima seseorang dari orang atau kelompok lain. Hal ini sesuai dengan pernyataan Taylor bahwa dukungan sosial bukan hanya bagian dari hubungan dan pekerjaan, tetapi juga informasi dari orang yang dicintai, diperhatikan, dihormati dan dihargai. Dukungan sosial dari orang-orang terdekat, tersayang dan dihormati lebih berharga daripada dukungan dari orang asing atau saudara jauh (Lengkana et al., 2020).

Seperti pada penelitian yang dilakukan oleh Salwa dan Hermien pada tahun 2017 dengan judul “Dukungan Sosial dan *Self-Efficacy* dengan Penyesuaian Diri Pada Santri “ bahwa dukungan sosial para santri di Pondok Pesantren Daruttaqwa Gresik tidak memiliki keterkaitan yang signifikan dengan penyesuaian diri dikarenakan para santri di Pondok Pesantren Daruttaqwa Gresik banyak yang berasal dari luar provinsi dan bahkan luar pulau yang tidak bisa setiap minggu dikunjungi oleh orang tuanya. Namun tetap bisa menyesuaikan diri karena ia memiliki *self-efficacy* yang tinggi. Sehingga ketika dukungan sosial bertemu dengan *self-efficacy* maka akan dapat mempengaruhi penyesuaian diri secara positif sedangkan apabila dukungan sosial berdiri sendiri maka tidak ada hubungan dengan penyesuaian diri (Sa'idah & Laksmiwati, 2017).

Hasil dari penelitian diatas menunjukkan bahwa dukungan sosial tidak signifikan terhadap penyesuaian diri. Sedangkan dari analisis peneliti terhadap Yayasan Gosyen Terang Indonesia melakukan penyesuaian diri dengan pengemis dan anak jalanan dengan memberikan bantuan, dukungan, dan motivasi.

Terima dan Kasih

Terima dan Kasih merupakan kata yang banyak muncul di YouTube Channel Yayasan Gosyen Terang Indonesia, karena Yayasan Gosyen Terang Indonesia melakukan konsep syukur yaitu kebahagiaan sesudah menerima berkat dari orang lain, sementara itu rasa syukur adalah perasaan mendapat keberuntungan dari perbuatan lain. Hal inilah yang membuat masyarakat bersyukur dengan keberadaan Tuhan dan tidak lupa untuk mengucapkan terima kasih atas kebahagiaan orang lain.

Ucapan terima kasih menggunakan kata terima kasih merupakan jenis sapaan baku di dalam bahasa Indonesia yang mampu ditunjukkan untuk siapapun, bukan hanya tentang umur, gender, situasi, situasi, sifat persoalan, dan lain-lain, dengan keadaan yang wajar atau normal. Jika Anda sungguh bersyukur dan mendapat keutamaan yang besar dari seseorang, kata "banyak" bisa diteruskan setelah kata "terima kasih" dan menjadi "terima kasih banyak" (Hesti Aprilia Nindia Rini, 2014).

Seperti pada penelitian yang dilakukan oleh Handrix dan Fathciah pada tahun 2016 dengan judul “Syukur Sebagai Sebuah Pemaknaan” bahwa penelitian mengenai makna syukur ini menekankan pada keberadaan Tuhan sebagai motif di dalam

memunculkan reaksi terkait dengan keberadaan syukur itu sendiri. Dalam penelitian ini juga memberikan gambaran yang cukup mendasar mengenai konsep syukur yang ada pada literature barat (Haryanto & Kertamuda, 2016).

Hasil dari penelitian diatas menunjukkan bahwa kata terima dan kasih memiliki perasamaan dengan analisis peneliti terhadap Yayasan Gosyen Terang Indonesia, yaitu memiliki makna syukur dengan keberadaan Tuhan. Kebahagiaan sesudah menerima berkat dari orang lain dan mendapat keberuntungan dari perbuatan lain.

Lupa

Lupa merupakan kata yang banyak muncul di YouTube Channel Yayasan Gosyen Terang Indonesia, karena Yayasan Gosyen Terang Indonesia tidak lupa untuk saling mengingatkan dan mengajak dalam kebaikan dan memberi serta melakukan bantuan terhadap pengemis dan anak jalanan. Hal inilah yang mengingatkan kepada masyarakat untuk tidak lupa untuk memberi. Karena dengan hal ini dapat mempererat hubungan antar sesama karena dapat menumbuhkan rasa kebersamaan. Tidak akan merasa rugi dalam hidup, karena dengan adanya nasehat kita akan mengetahui letak kekurangan dalam diri, sehingga bisa segera memperbaikinya.

Lupa adalah masalah popularitas di kalangan umum. Dari hari ke hari justru setiap kali ada saja orang yang lupa; apakah itu suatu peristiwa atau sesuatu yang terjadi di masa lalu ataupun subjek yang akan dilakukan, bisa jadi sesuatu yang telah dilakukan. Lupa bisa dialami pada siapapun itu. Tidak memperhatikan apakah mereka anak-anak, remaja, orang tua, guru, PNS, profesional, petani, dll (Brier & lia dwi jayanti, 2020).

Seperti pada penelitian yang dilakukan oleh Elok Yumna dan Primi Rohimi pada tahun 2020 dengan judul "Analisis Pesan Dakwah dalam Film Lorong Waktu". Saling menasehati atau mengingatkan dalam kebaikan ditampilkan dalam dialog ketika Zidan menanyakan pada Kakeknya mengapa tidak pernah datang bermain kerumahnya. Dari situlah Kakek Zidan menasehati Zidan bahwa seharusnya Papa Zidan selaku Anaknyalah yang harus sering berkunjung menjenguk orangtuanya, dan bukan malah sebaliknya. Kakek Zidan memberi tahu tentang cara bersikap yang baik pada orang tua ketika Zidan dan Kakeknya sedang berbincang di teras depan Rumah Kakek. Sebagai sesama umat muslim sudah seharusnya kita saling mengingatkan dalam kebaikan jika kita tidak peduli dan tidak mengingatkan pada sesama berarti kita berda pada golongan orang yang merugi (Nadhira & Rohimi, 2020).

Hasil dari penelitian diatas menunjukkan bahwa kata lupa memiliki perasamaan dengan analisis peneliti terhadap Yayasan Gosyen Terang Indonesia, yaitu memiliki makna lupa dengan saling mengingatkan dalam kebaikan. Bahwa manusia adalah mahluk sosial yang saling berinteraksi dan ketergantungan satu dengan yang lainnya oleh sebab itu sebagai mahluk sosial harus saling mengingatkan.

Dalam Al Quran, banyak ayat yang menganjurkan manusia untuk selalu mengingat Allah. Beberapa ayat mengatakan "*afala tatadzakkarun*" (mereka tidak ingat), "*la'allahum yatadzakkarun*" (jadi mereka ingat), "*qalilan ma tatadzakkarun*" (mereka ingat sedikit), "*afala yadzdzakkarun*" (mereka ingat). jangan lupa). ingat), "*la'allahum yadzdzakkarun*" (yang mereka ingat), "*qalilan ma tadzakkarun*" (beberapa dari kalian belajar), "*wa liyatadzakkara ulul albab* (dan yang tahu apa yang keluar), "*Innama . yatadzakkaru ulul albab*. (Sesungguhnya hanya orang yang bertakwa yang mengingat, "*wa ma yadzdzakkaru illa ulul albab*" (dan tidak ada yang mengingatnya kecuali orang bijak) (Kosim, 2015).

Setelah melakukan analisis yang dilaksanakan oleh peneliti, maka tahap selanjutnya yang akan peneliti lakukan yaitu mengambil kesimpulan pada postingan yang diposting oleh akun YouTube Channel Yayasan Gosyen Terang Indonesia. Kesimpulan ini terkhusus sebagai tujuan pemecahan masalah judul penelitian ini.

Hasil dan pembahasan pada penelitian terdahulu yaitu pada penelitian yang dilakukan oleh Genny, Ismandianto, dan Rasyida pada tahun 2021 dengan judul “Peran Komunitas Ketimbang Ngemis Pekanbaru Dalam Meningkatkan Kepedulian Sosial Masyarakat Melalui Media Instagram”. Terdapat gambar atau data serta penjelasan mengenai postingan yang di posting oleh akun yang menjadi objek penelitian mereka. Dalam penelitian lain yaitu pada penelitian yang dilakukan oleh Lauren Kurnia Tjokro pada tahun 2016 dengan judul “Peran Media Sosial dalam Membentuk dan Menggerakkan Gerakan Sosial: Studi Kasus pada Akun @ketimbang.ngemis.soloo di Instagram dalam Membentuk dan Menggerakkan Gerakan Sosial Anti Mengemis di Solo”. Memiliki hasil yaitu akun Instagram @ketimbang.ngemis.soloo terdapat gambar yang lengkap serta penjelasan mengenai objek penelitian merka tetapi tidak terdapat sumber datanya.

Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil dan analisis dari bukti pengkajian yang peneliti peroleh dari YouTube Channel Yayasan Gosyen Terang Indonesia, maka dapat disimpulkan yaitu, kita masih perlu mengembangkan efisiensi aparatur pemerintah, sehingga penanganan masalah penyambutan anak jalanan akan terangkat. Permasalahan sosial seperti anak jalanan tidak bisa dihilangkan sama sekali, namun dengan meningkatkan efektifitas pelayanan sosial diharapkan dapat mengurangi atau mengurangi jumlah anak jalanan terutama dengan meningkatkan kepedulian terhadap anak jalanan.

Masih ada peningkatan yang signifikan pada tanggal 29 Juli 2021 terdapat 21 postingan dapat membantu meningkat secara signifikan. Selain bertambahnya angka kemiskinan masyarakat Jakarta, meningkatnya jumlah penduduk sasaran penerima bantuan. Adapula macam-macam bantuan yang dibagikan oleh masyarakat yaitu berupa uang, makanan dan sembako serta pakaian layak pakai.

Terdapat beberapa komentar simpati terhadap pengemis dan anak jalanan di Kota Jakarta. Komentar-koementar publik terhadap Yayasan Gosyen Terang Indonesia memiliki makna bagi penerimanya. Dalam penyelenggaraan informasi komunikasi yang dilakukan oleh Yayasan Gosyen Terang Indonesia memiliki tujuan yang bermanfaat untuk perolehan dan tentu sepadan dengan cara perolehan penerimanya. Biasanya masyarakat lebih menyukai penjelasan yang ringkas, kuat, dan transparan. Terdapat kata dalam tweet netizen yang sering muncul terkait dengan anak jalanan yaitu kata dukungan, terima, kasih, dan lupa.

Dalam penelitian ini masih terdapat keterbatasan dalam penelitian, penelitian yang baik adalah penelitian yang bisa dilakukan pengembangan terhadap penelitian selanjutnya. Setelah melakukan penelitian tentang Brand Media Sosial YouTube dalam Mengatasi Pengemis dan Anak Jalanan, maka peneliti dapat memberikan saran kepada peneli selanjutnya, agar penelitian dapat melakukan peran atau strategi yang dilakukan dengan konteks judul dan pembahasan yang lain dan lebih dalam lagi dengan catatan sumber kajian yang dibahas lebih banyak lagi.

Referensi

- Brier, J., & lia dwi jayanti. (2020). *No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析* Title. 21(1), 1-9. <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/JKM/article/view/2203>
dalam Penelitian Pendidikan Bahasa. (n.d.).
- David, E., Sondakh, M., & Harilama, S. (2017). Pengaruh Konten Vlog dalam Youtube terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi. *Acta Diurna*, 6(1). <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/index/index>
- Dengue, B., Di, D. B. D., & Utara, S. (2013). *Artikel artikel*. 10(Ii), 1-6.
- Haryanto, H. C., & Kertamuda, F. E. (2016). Syukur Sebagai Sebuah Pemaknaan. *Insight: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 18(2), 109. <https://doi.org/10.26486/psikologi.v18i2.395>
- Hesti Aprilia Nindia Rini, E. I. (2014). Perbandingan Konsep Persalaman "Terima Kasih" Dalam Bahasa Indonesia Dan Bahasa Jepang. *Izumi*, 3(2), 85. <https://doi.org/10.14710/izumi.3.2.85-92>
- Kosim, M. (2015). Prinsip dan Strategi Pembelajaran Mengatasi Lupa Perspektif Psikologi Pendidikan Islam. *At-Tarbiyah*, VI(1), 69-86.
- Lauren Kurnia Tjokro. (2016). *alternative movement* [UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA SALATIGA]. <http://repository.uksw.edu/handle/123456789/14780>
- Lengkana, A. S., Suherman, A., Saptani, E., & Nugraha, R. G. (2020). Dukungan Sosial Orang Tua dan Self-Esteem (Penelitian Terhadap Tim Kabupaten Sumedang di Ajang O2SN Jawa Barat). *JOSSAE: Journal of Sport Science and Education*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.26740/jossae.v5n1.p1-11>
- Marfu'ah, ikrma hasni. (2021). *Fakultas dakwah dan komunikasi universitas islam negeri walisongo semarang 2021*. 2019, 18.
- MIFTAHUL RESKI PUTRA NASJUM. (2020). *No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析* Title. In *Kaos GL Dergisi* (Vol. 8, Issue 75). <https://doi.org/10.1016/j.jnc.2020.125798%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.smr.2020.02.002%0Ahttp://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/810049%0Ahttp://doi.wiley.com/10.1002/anie.197505391%0Ahttp://www.sciencedirect.com/science/article/pii/B9780857090409500205%0Ahttp://>
- Murdiyanto, E. (2020). *Metode penelitian kualitatif*.
- Nadhira, E. Y., & Rohimi, P. (2020). Analisis Pesan Dakwah dalam Film Lorong Waktu. *At Tabsyir, Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, Vol. 7(2), 370-396.
- Oktavia, A. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Untuk Meningkatkan Layanan Referensi Di Perpustakaan Perguruan Tinggi. *Shaut Al-Maktabah: Jurnal Perpustakaan, Arsip Dan Dokumentasi*, 11(2), 111-123. <https://doi.org/10.37108/shaut.v11i2.223>
- Permasih, I., Abidin, Y. Z., & Ma'arif, A. A. (2018). Pengelolaan Media Sosial Instagram Humas Pemerintah Provinsi Jawa Barat. *Jurnal Ilmu Hubungan Masyarakat*, 3(1), 25-46. <https://jurnal.fdk.uinsgd.ac.id/index.php/reputation/article/view/584/98>
- Petra, U. K., Yuwono, E., Komunikasi, P. I., & Petra, U. K. (2011). *KEPUASAN MASYARAKAT SURABAYA DALAM MENONTON PROGRAM VARIETY SHOW " DAHSYAT " DI RCTI Pendahuluan*.
- Puguh, K. (2017). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pemasaran Modern Pada Batik Burneh Puguh Kurniawan Universitas Trunojoyo Madura. *Kompetensi*, 11(2), 217-225. <http://journal.trunojoyo.ac.id/kompetensi/article/view/3533>
- Sa'idah, S., & Laksmiwati, H. (2017). Dukungan Sosial dan Self-Efficacy dengan Penyesuaian Diri Pada Santri Tingkat Pertama di Pondok Pesantren. *Jurnal Psikologi Teori Dan Terapan*, 7(2), 116. <https://doi.org/10.26740/jptt.v7n2.p116-122>
- Sari, G. G., Ismandianto, & Darman, R. (2021). Peran Komunitas Ketimbang Ngemis Pekanbaru Dalam Meningkatkan Kepedulian Sosial Masyarakat Melalui Media Instagram. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(1), 20-29. <https://doi.org/10.30656/lontar.v9i1.2820>

- Thanissaro, P. N., & Kulupana, S. (2015). Buddhist teen worldview: Some normative background for health professionals. *Contemporary Buddhism*, 16(1), 28–42. <https://doi.org/10.1080/14639947.2015.1006801>
- Yandari, A. D. (2021). *Training Penulisan Systematic Literature Review dengan Nvivo 12 Plus*. 2(1), 60–69.