

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Gambaran Umum Yayasan Senyum Kita

#### 1.1.1 Sejarah Yayasan Senyum Kita

Akhir tahun 2008, seorang Dwi Wahyu Arif N ingin memberikan nilai tambah ke dalam kehidupan. Dengan berbekal keinginannya tersebut ia bergerak dengan mencoba membentuk sebuah tim yang kiranya dapat membantu mewujudkan impiannya. Dikarenakan tidak semua teman yang ia ajak menyetujui gagasannya tersebut, Arif pun terpaksa melakukan metode gerilya dimana hanya satu atau dua orang saja yang ia ajak untuk melakukan brainstorming yang dilanjutkan dengan penyatuan ide (*senyumkita.com*).

Perjuangan gerilya inipun membuahkan hasil. Sebuah organisasi sosial akhirnya dibentuk oleh Arif bersama beberapa temannya. Pada tahap ini fokus kegiatan, jenis kegiatan, sasaran kegiatan bahkan nama organisasi masih belum diputuskan. Hingga seorang Yudha Rusdianto memberikan nama “Senyum” pada organisasi ini sehingga mulai 4 Januari 2009 *Senyum Community* (SC) mulai dipopulerkan oleh organisasi ini. Tidak hanya nama, *Senyum Community* juga membutuhkan sebuah konsep yang nantinya akan menjadi tulang punggung organisasi ini. Nafis Mudrika pun hadir dengan menawarkan sebuah konsep sederhana yang hingga kini menjadi pedoman bagi *Senyum Community* (*senyumkita.com*).

Pertemuan pertama sebagai *Senyum Community* diadakan pada 22 Januari 2009. Pertemuan ini dihadiri oleh seluruh anggota *Senyum Community* yang saat itu hanya terdiri dari 7 orang pemuda yang dikenal sebagai tonggak awal berdirinya *Senyum Community*. Meskipun pertemuan ini hanya diselenggarakan di sebuah kos sederhana, dari pertemuan pertama inilah diputuskan berbagai hal mendasar yang menjadikan *Senyum Community* seperti sekarang ini. Dari pertemuan ini pula diputuskan bahwa *Senyum Community* merupakan sebuah organisasi sosial yang berfokus pada pendidikan dan pemberdayaan pemuda Indonesia (*senyumkita.com*).

Namun setelah itu perjalanan tidak semulus yang diperkirakan, baru pada tanggal 13 Februari 2009 ada ide dari Danang AM S.Psi untuk mengadakan training. Pelaksanaan Pelatihan Psikologi (Pengembangan karakter) GRATIS di SMP 2 Ngaglik (28 Februari 2009). Pelatihan tersebut membuat arah SC semakin jelas dan munculah ide untuk melaksanakan Musyawarah Anggota yang pertama. Musyawarah ini diadakan pada 26 Maret 2009 bertempat di garasi rumah Danang dan dipimpin oleh Rusdi. Berdasar hasil musyawarah ini diputuskan visi, misi, dan nilai Senyum serta penetapan tim inti (*founding father*) yang berjumlah 8 orang yang dilengkapi dengan struktur dan rencana kerja. 8 Orang tersebut adalah Dwi Wahyu Arif N, Danang Arief M, Nafis Mudrika, Handri PU, Lulu SA, Sulasmi, Alfian H dan Yudha R. Mulai dari titik inilah Senyum *Community* semakin mantap menempatkan diri mereka di dalam masyarakat untuk membawa perubahan yang lebih baik (*senyumkita.com*).

Perjalanan Senyum *Community* pun terus berlanjut. Program-program yang bersifat edukatif dan menyenangkan terus digiatkan dan dikembangkan oleh Senyum *Community* untuk membuktikan eksistensi. Pada tanggal 19 September 2015 Senyum *Community* secara resmi berubah menjadi Yayasan Senyum Kita. Hal ini wujud dari keseriusan dalam mewujudkan visi misi yang telah dirancang bersama-sama demi terciptanya generasi muda Indonesia yang lebih baik (*senyumkita.com*).

Dalam pendirian dan pengesahan menjadi badan hukum ada 6 Pendiri yang terdaftar yaitu Dwi Wahyu Arif N, Asti Katrina A, (alm) Prasetyawan Ardi N, Dwi Martutiningrum, Ronny Yahya dan Akbar Waskita. Dan dalam pendiriannya keenam pendiri menunjuk R Apriliado Rustiawan sebagai Ketua Pembina, Fajar Nugroho sebagai Ketua Pengawas dan Dwi Wahyu AN sebagai Ketua Yayasan. Hal ini tertuang dalam dalam Akta No 8 Tanggal 19 September 2015 yang dibuat oleh Notaris Era Yustika Adillah, S.H., M.KN dan disahkan oleh Kemenhumham RI melalui Keputusan Menteri Hukum dan HAM RI Nomor AHU-0014467.AH.0104.Tahun 2015 (*senyumkita.com*).

Pada tanggal 10 September 2018 terjadi perubahan Pengurus Yayasan yaitu Ani Hariani menjadi Ketua Pengawas dan Indriani Widya P sebagai Sekretaris Yayasan. Tidak sampai disitu, Yayasan Senyum Kita terdaftar sebagai Lembaga Kesejahteraan Sosial (LKS) Yayasan Senyum Kita pada Tanggal 14 Febuari 2019 melalui Surat Keputusan Kepala Dinas Perizinan dan Penanaman modal DIY (Izin Operasional) Nomor : 466/00853/P2/2019. Dan telah mendapatkan Sertifikat Akreditasi dari Menteri Sosial Republik Indonesia pada tanggal 9 November 2020 (*senyumkita.com*).

Dan untuk memperkuat kelembagaan, Pada tanggal 1 Mei 2019. Dewan Pembina mengangkat Ronny Yahya Sebagai Anggota Dewan Pembina dan Lalu Suwandi Y sebagai Anggota Dewan Pengawas. Dan pada tanggal 23 Januari 2021, Yayasan Senyum Kita kembali mengangkat M Wirawan Bayu Adi Sebagai Anggota Dewan Pembina dan Rizal Novandi sebagai Anggota Dewan Pengawas (*senyumkita.com*).

### 1.1.2 Logo Yayasan Senyum Kita



#### GAMBAR 1.1

Logo Yayasan Senyum Kita  
*Sumber : Internal Perusahaan*

### 1.1.3 Makna logo

#### 1) Gambar Mulut yang Tersenyum

Tulisan “Senyum Kita *Foundation*” Sesuai dengan nama Yayasan, yaitu Yayasan “Senyum Kita”. Gambar ini ditunjukkan sebagai senyuman dari Adik-Adik Yatim, Dhuafa, dan Difabel seluruh Indonesia sebagai titik harapan kebahagiaan mereka bersama Yayasan Senyum Kita.

## 2) Tulisan “Senyum Kita *Foundation*”

Sesuai dengan nama Yayasan, yaitu Yayasan “Senyum Kita”. Gambar ini ditunjukkan sebagai senyuman dari Adik-Adik Yatim, Dhuafa, dan Difabel seluruh Indonesia sebagai titik harapan kebahagiaan mereka bersama Yayasan Senyum Kita. Senyum Kita *Foundation* atau Yayasan Senyum Kita sebagai nama lembaga sosial yang diharapkan dapat lembaga sosial terpercaya dan berkontribusi membangun generasi muda yang peduli, mandiri, kreatif dan inovatif.

### a. Makna Warna

#### 1) Kuning (#FDBE2D)

Ceria, Menyenangkan dan Bahagia. Tegas, Profesional, dan Berkekuatan. Penggunaan warna kuning pada logo, diharapkan dapat menciptakan suasana ceria, menyenangkan, dan membahagiakan untuk adik-adik sasaran dari Yayasan Senyum Kita.

#### 2) Hitam (#000000)

Tegas, Profesional, dan Berkekuatan Penggunaan warna kuning pada logo, diharapkan dapat menciptakan suasana ceria, menyenangkan, dan membahagiakan untuk adik-adik sasaran dari Yayasan Senyum Kita. Penggunaan warna hitam pada bagian logo, diharapkan dapat mewujudkan sebagai lembaga yang tegas dan profesional dalam bergerak. Selain itu, diharapkan dapat memiliki kekuatan internal yang baik, sehingga tidak muncul ketergantungan dengan instansi / organisasi / individu lain untuk tetap berjuang.

#### **1.1.4 Visi dan Misi Yayasan Senyum Kita**

Adapun visi dan misi dari Yayasan Senyum Kita sebagai berikut :

##### **a. Visi**

Menjadi lembaga sosial terkemuka di Indonesia yang berkontribusi mengembangkan karakter generasi muda yang peduli, mandiri, kreatif, inovatif, dan berwawasan global.

##### **b. Misi**

1. Membangun kerja sama antar lembaga atau instansi yang memiliki tujuan yang sama dalam pengembangan karakter generasi muda Indonesia.
2. Menyelenggarakan kegiatan sosial yang unggul berbasis generasi muda ssebagai pusat kegiatan.
3. Menyelenggarakan kegiatan pendidikan, pelatihan, dan pendampingan yang berkualitas.
4. Mewujudkan generasi muda yang peduli, mandiri, kreatif, inovatif, dan berwawasan global melalui kegiatan sosial yang berkelanjutan.
5. Mengoptimalkan penggunaan media teknologi informasi dan komunikasi untuk menunjang seluruh kegiatan

#### **1.2 Latar Belakang Penelitian**

Pada saat ini, teknologi berkembang pesat, ditandai dengan penggunaan internet dari semua kalangan baik anak-anak sampai lansia. Masyarakat mendapatkan informasi secara mudah dan cepat hanya melalui media sosial atau internet. Ditambah tuntutan bagi perusahaan terutama dibidang pemasarannya untuk mencapai target perusahaan mengharuskan penyebaran informasi bagi promosi produk atau jasa diterima oleh masyarakat mencakup pasar yang sangat luas, bahkan tidak hanya dalam negri tetapi sampai luar negri.

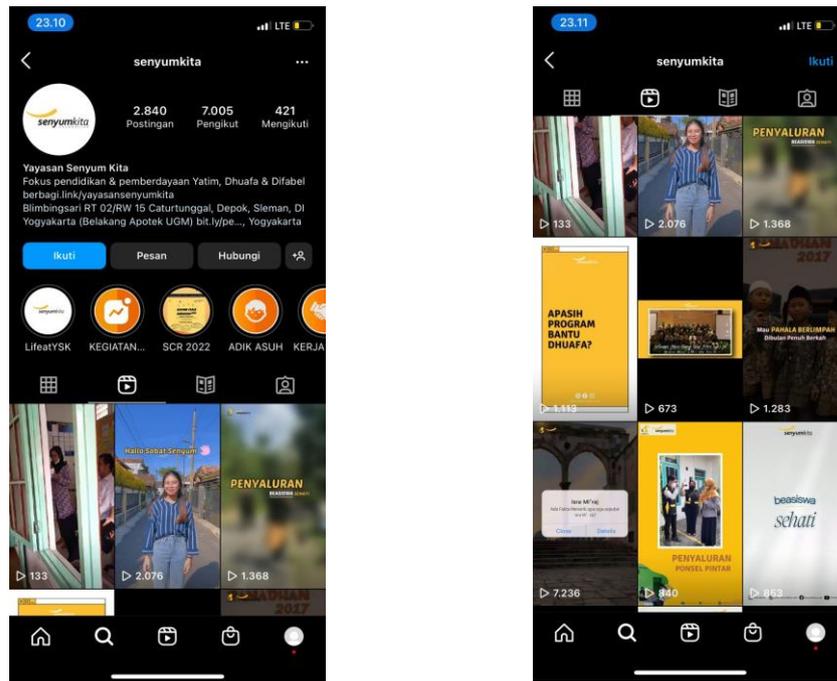
Media sosial merupakan media penunjang utama dalam keefektivitasan penjualan dan penyebarluasan informasi dikarenakan ranah media sosial sudah sangat luas. Pengguna media sosial setiap hitungan waktu selalu bertambah.

Menurut *dataindonesia.id* (2022), jumlah pengguna aktif sosial media di Indonesia mencapai 191 juta pada Januari 2022. Media sosial yang banyak diminati masyarakat sekarang adalah media sosial Instagram, Twitter, Facebook, dan lain sebagainya.

Yayasan Senyum Kita merupakan lembaga yang menaungi anak-anak yang kurang mampu atau membutuhkan biaya untuk pendidikan. Yayasan Senyum Kita mengadakan kegiatan penggalangan dana melalui *platform campaign* seperti Kita Bisa dan nantinya dana yang terkumpul disalurkan kepada adik asuh. Dalam kegiatan penggalangan dana, dibutuhkan cakupan yang luas agar seluruh masyarakat yang ingin membantu, mendapatkan wadah untuk menyalurkan bantuannya. Informasi penggalangan dana sangat penting untuk dipublikasikan, sehingga media-media yang dimiliki Yayasan Senyum Kita menjadi hal yang utama dalam kegiatan penggalangan dana.

Media utama yang digunakan oleh Yayasan Senyum Kita adalah media sosial Instagram. Menurut Utami et al. (2015) dalam Sinatrya dan Aji (2020:82), Instagram merupakan aplikasi media sosial pada ponsel pintar yang berfungsi untuk mengambil foto atau mengabadikan foto maupun video di akun pengguna, menggunkan filter pada foto, dan berbagi foto ke berbagai media sosial, termasuk Instagram sendiri. Instagram merupakan media yang memberikan wadah bagi penggunanya untuk menuangkan inspirasi dan kreatifitas karena Instagram memiliki fitur yang lengkap, contohnya seperti *reels*.

Konten-konten yang menarik dapat meningkatkan *insight* postingan konten maupun *insight* akun. Sehingga konten yang diposting di akun Instagram diharapkan dapat memenuhi kebutuhan informasi bagi masyarakat. Media sosial yang efektif adalah media sosial yang memberikan informasi secara jelas dan akurat bagi pembacanya sehingga pembaca mendapatkan informasi yang dicari.



**Gambar 1.2**

Instagram Yayasan Senyum Kita

Sumber: Instagram @senyumkita

Yayasan Senyum Kita merupakan lembaga yang telah memanfaatkan media sosial dan internet dalam aktivitasnya. Yayasan Senyum Kita memiliki beberapa akun media sosial seperti Instagram, Tiktok, dan Facebook. Penelitian dilakukan pada media sosial Yayasan Senyum Kita karena pada akun media sosial tersebut merupakan salah satu *jobdesk* penulis saat melakukan magang di Yayasan Senyum Kita sehingga memudahkan dalam penelitian dan pengambilan data. Sosial media yang peneliti gunakan adalah akun Instagram @senyumkita karena pada media sosial tersebut segala aktivitas yang dilakukan Yayasan Senyum Kita disebarluaskan dan merupakan media paling aktif diantara media lainnya ditandai dengan akun yang sudah memiliki 2.839 postingan.

Dari uraian diatas, penulis dapat membuat penelitian dengan tema efektivitas media sosial Instagram @senyumkita dalam penyebarluasan informasi.

### **1.3 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti merumuskan rumusan masalah yang menjadi landasan dalam penelitian ini, yaitu melihat seberapa efektif media sosial Instagram @senyumkita dalam penyebarluasan informasi?

### **1.4 Batasan Masalah**

Pembatasan Masalah dilakukan supaya penelitian lebih efektif, efisien, terarah dan dapat dikaji lebih mendalam maka diperlukan pembatasan masalah. Adapun pembatasan masalah yang dikaji dalam penelitian ini adalah masalah yang diteliti terbatas pada keefektifan media sosial @senyumkita dalam penyebarluasan informasi.

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian penulis adalah untuk mengetahui seberapa efektif media sosial Instagram @senyumkita dalam penyebarluasan informasi.

### **1.6 Kegunaan Penelitian**

#### **1.6.1 Kegunaan Bagi penulis**

Bagi penulis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana yang bermanfaat dalam mengimplementasikan pengetahuan penulis dalam tingkat efektivitas melalui *insight* akun dimana penelitian ini merupakan wadah dari implementasi pengetahuan penulis yang didapat dari bangku perkuliahan, Manajemen Pemasaran Fakultas Ilmu Terapan.

#### **1.6.2 Kegunaan Bagi Perusahaan**

Bagi perusahaan, penelitian diharapkan dapat menjadi evaluasi bagi perusahaan dalam meningkatkan efektivitas media sosialnya dalam penyebarluasan informasi.

### **1.6.3 Kegunaan Bagi Pembaca**

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan menambah wawasan serta memberikan manfaat bagi pembaca mengenai efektivitas media sosial dalam penyebarluasan informasi.

### **1.7 Sistematika Penulisan**

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab I berisi tentang latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian bagi penulis, bagi perusahaan, dan bagi pembaca, batasan penelitian, dan sistematika penulisan laporan akhir.

#### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab II berisi tentang teori-teori dasar berupa tinjauan pustaka, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

#### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab III berisi tentang penjelasan mengenai pendekatan, metode penelitian, dan bagaimana penulis melakukan pengumpulan data dan menganalisis data.

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab IV berisi bahasan mengenai kesesuaian antara teori terhadap aktivitas observasi yang dilakukan serta pembahasan hasil observasi sehingga dapat mencapai tujuan yaitu menjawab permasalahan permasalahan yang diangkat.

#### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab V berisi kesimpulan dan saran dari hasil observasi yang telah dilakukan sehingga dapat memberikan penilaian dan evaluasi bagi perusahaan