

ANALISIS KOMUNITAS ONLINE “TERSALUR”: DINAMIKA MENYALURKAN AMAL DI TENGAH PANDEMI

I Ketut Agus Arta Diva Anggara¹, Hosea Richard Sutanto², Mirabelle Gracecia
Kondang³

¹²³ Universitas Atma Jaya Yogyakarta Jl. Babarsari No.44, Janti, Caturtunggal, Kec.
Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55281

¹ 190906814@students.uajy.ac.id

² 190906816@students.uajy.ac.id

³ 190906819@students.uajy.ac.id

ABSTRAK

Tersalur merupakan komunitas yang menyalurkan bantuan kemanusiaan kepada pihak yang membutuhkan. Bantuan yang diberikan berupa uang, pakaian, makanan, dan program pengajaran. Penelitian ini bertujuan untuk memahami realitas sosial yang dihadapi untuk selanjutnya dicari solusi serta memahami bagaimana dinamika komunitas yang berjalan secara online selama masa pandemi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, setiap aspek dianalisis menggunakan analisis SWOT, metode pengumpulan data menggunakan wawancara. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa setiap aspek dalam komunitas memiliki kekuatan dan kelemahan. Kelemahan terbesar yang dilihat oleh peneliti adalah terdapat gap antar anggota komunitas. Hal ini dikarenakan sebagian besar anggota komunitas adalah mahasiswa yang mempunyai kesibukan masing-masing diluar komunitas. Guna mengatasi gap antar anggota peneliti memberikan solusi yaitu dengan memperhatikan aspek geografis. Hal ini dapat dilakukan dengan meningkatkan intensitas bertemu meskipun secara virtual. Hasil penelitian ini juga menunjukkan kekuatan dalam komunitas pada setiap aspeknya dapat menjadi peluang untuk mengembangkan komunitas Tersalur di masa mendatang.

Kata kunci: Analisis Sosial; Analisis SWOT; Komunitas Tersalur

ABSTRACT

Tersalur is a community that distributes humanitarian aid to those in need. Assistance provided such as money, food, clothing, and teaching programs. This study was conducted to understand the social realities in order to find solutions to the problems and also to understand the dynamics of the online community during the pandemic. This study uses a qualitative approach, and a descriptive method, every aspect analysis by SWOT, data collection by interview. The result shows that every aspect of the community has strengths and weaknesses. The biggest weakness is the gap between the community members, because the majority of the community members are still college students that have their own schedule outside the community. To overcome this gap we offer that the community should pay more attention to the

geography. This can be done with increasing the intensity of meetings even though in a virtual way during this pandemic. The result also shows that every strength in each aspect can be used as opportunities to develop the community in the future.

Key Words : Social Analysis; SWOT Analysis; Tersalur Community

PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 yang menyerang Indonesia membawa pengaruh pada sejumlah aspek kehidupan. Tidak hanya berdampak secara kesehatan, namun dari segi ekonomi, bahkan pendidikan turut menjadi dampak. Dilansir dari (Karunia, 2020) sejak awal pandemi hingga bulan Mei 2020 jumlah tenaga kerja yang dirumahkan dan yang mengalami pemutusan kerja sepihak (PHK) berjumlah 1.722. 958 orang. Tidak hanya itu saja, dilansir dari (Akbar, 2020) pertumbuhan ekonomi di Indonesia pada kuartal II tahun 2020 dilaporkan Badan Pusat Statistik (BPS) minus hampir 5,32% hal ini dikarenakan adanya penurunan pendapatan yang signifikan. Dari dua berita ini dapat menjelaskan kepada bahwa dampak Covid-19 cukup besar tidak hanya secara kesehatan saja.

Melihat dampak pandemi Covid-19 yang sangat besar, berbagai pihak terus mengupayakan bantuan bagi

masyarakat yang terdampak Covid-19. Dilansir dari (Ihsanuddin, 2020) pemerintah telah mengupayakan serangkaian bantuan bagi masyarakat selama pandemi Covid-19 seperti memberikan bantuan sembako, uang tunai, Subsidi bantuan listrik , Kartu Prakerja, dan lain sebagainya. Pemerintah telah mengupayakan bantuan untuk membantu masyarakat yang terdampak Pandemi Covid-19. Namun perlu diketahui Indonesia memiliki luas wilayah yang terbentang dari Sabang hingga Merauke, luas wilayah ini terkadang menjadi penghambat penyaluran bantuan apalagi terdapat wilayah yang memiliki kesulitan akses. Maka dari itu perlu kontribusi dari masyarakat umum, tidak hanya dari pemerintah saja.

Lantas bagaimana masyarakat melakukannya? Menjadi hal yang mustahil bagi kita untuk melakukannya secara individu, terjun langsung kelapangan ditambah lagi belum

mengetahui kondisi lapangan, siapa yang akan kita bantu. Namun terdapat cara agar kita dapat menyalurkan bantuan kepada pihak yang tepat. Salah satunya adalah melalui komunitas yang bergerak dalam bidang sosial atau lebih tepatnya komunitas sosial. Komunitas atau yang berasal dari bahasa latin *communis* yang berarti “kesamaan” kemudian dapat diturunkan menjadi *communis* yang berarti “sama”, menurut Soenarno dalam (Ramadani, 2017) individu pada komunitas biasanya memiliki maksud, kepercayaan, sumber daya, preferensi, kebutuhan, resiko dan sejumlah kondisi yang serupa. Menurut Nikmah, Setyadi, & Prasetyo (2020) sebuah komunitas merupakan bagian dari lembaga sosial yang dapat berperan untuk menjalankan kewajiban menanamkan nilai-nilai karakter untuk menumbuhkan rasa kebersamaan dan peduli terhadap orang lain. Secara singkat sebuah komunitas nantinya akan membantu menumbuhkan nilai-nilai atau norma-norma sosial yang ada kepada masyarakat sekitar. Nilai yang dapat diterapkan beraneka macam salah satunya

adalah nilai sosial (membantu sesama). Salah satu komunitas yang turut berkontribusi untuk menumbuhkan nilai ini adalah komunitas sosial. Komunitas sosial yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah Komunitas Tersalur.

Komunitas Tersalur merupakan salah satu komunitas yang bergerak di bidang amal dan berbasis online. Akibat dari pandemi Covid-19 yang berdampak pada aspek kehidupan, dan masyarakat secara luas, menjadi alasan latar belakang mengapa Komunitas ini dibentuk pada tanggal 17 April 2020 yang diprakarsai oleh empat orang sahabat. Kehadiran Komunitas Tersalur diharapkan dapat menjadi narahubung bagi pihak yang ingin menyalurkan kemanusiaan. Selain itu Tersalur juga ingin menciptakan sebuah mental dan pemikiran kepada masyarakat bahwa kemanusiaan akan selalu ada dan tersalurkan selama manusia itu masih hidup.

Dalam menjalankan tugasnya, Tersalur selalu berusaha mengemban tugas dan tanggung jawab dengan baik. Agar tidak ada pihak yang merasa dirugikan.

Tersalur memiliki visi dan misi yang selama ini terus dipegang teguh dalam menjalankan tugasnya

Visi: Menghubungkan para inisiator atau pemberi solusi kepada masalah-masalah yang terjadi pada masyarakat tersebut.

Misi:

- a. Menjadi *platform* dimana semua orang dapat mengakses dan menyalurkan kemanusiaannya
- b. Menjadi garda terdepan penyaluran dana dan memberikan kepada setiap peristiwa
- c. Mengedepankan inovasi serta solidaritas untuk dapat hadir dalam membantu masyarakat luas
- d. Menyampaikan rasa kemanusiaan keseluruhan tenaga-tenaga yang juga sedang memperjuangkan kemanusiaan di luar sana.
- e. Meningkatkan solidaritas bangsa demi menolong dan mengembangkan kesejahteraan bersama

Berdasarkan visi dan misi yang dimiliki Tersalur semakin menegaskan bahwa Tersalur hadir sebagai platform yang akan

menyalurkan kemanusiaan.

Tersalur selalu percaya bahwa masih ada masyarakat yang memiliki rasa kemanusiaan yang tinggi dan ingin melakukan perubahan dengan membangun komunitas yang membangkitkan rasa kemanusiaan itu kembali. Selama kurang lebih satu tahun berdiri, Tersalur telah menjalankan empat kegiatan. Pertama, April tahun 2020 ditujukan untuk tenaga kerja yang terdampak pandemi Covid-19 dengan memberikan paket sembako. Kedua, Mei tahun 2020 ditujukan pada tenaga medis dengan memberikan kantong imun yang berisi makanan sehat dan vitamin. Ketiga, Juli tahun 2020 ditujukan untuk mendukung UMKM (menghubungkan UMKM dengan para ahli, Review UMKM, serta Promosi UMKM) dan tenaga kerja yang mengalami PHK (memberikan bantuan berupa sembako). Keempat, Oktober tahun 2020 ditujukan untuk membantu anak-anak yang kesulitan mendapatkan akses pendidikan. Terakhir adalah kegiatan yang hingga saat ini masih berjalan yaitu Peduli Tunawisma, ditujukan untuk

membantu masyarakat yang belum memiliki tempat tinggal.

METODE

Penelitian ini termasuk dalam penelitian kualitatif. Vanderstoep & Johnston (2009, h. 167) mengatakan bahwa penelitian dengan pendekatan kualitatif lebih mengedepankan interpretasi dari masing-masing peneliti, setiap peneliti dapat memiliki interpretasinya masing-masing mengingat adanya latar belakang yang berbeda dari tiap peneliti. Selain menentukan pendekatan dalam penelitian ini, peneliti memilih metode deskriptif kualitatif untuk penelitian ini. Vanderstoep & Johnston (2009, h. 35) berargumen bahwa sebuah penelitian kualitatif yang menggunakan metode deskriptif kualitatif nantinya akan menjelaskan secara rinci mengenai objek yang diteliti.

Metode pengumpulan data yang dipilih adalah wawancara dengan *informal interview* sebagai data primer. Data primer adalah data yang berasal dari sumber asli atau pertama dan tidak tersedia dalam bentuk terkompilasi seperti

dalam bentuk *file* (Narimawati dalam Pratiwi, 2011, h. 211). Menurut Vanderstoep & Johnston (2009, h. 225) *informal interview allows the researcher to go with the flow and create impromptu questions as the interview progresses*. Artinya dalam jenis interview yang seperti ini peneliti dapat melontarkan pertanyaan lanjutan guna mendapatkan informasi yang lebih mendalam dari informan atau mengkritisi jawaban dari informan. Kemudian untuk mendukung data primer yang ada juga didukung dengan adanya studi dokumen sebagai data sekunder. Bagi Farida (2010, h. 55), dokumen yang dikaji bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.

Selain itu, ada juga yang disebut sebagai Metode PAR (*Participatory Action Research*). Yaumi & Damopolii (2016, h. 14) mengatakan bahwa sebuah penelitian dengan tindakan participatory ini lebih mengacu pada masalah sosial di masyarakat, secara umum ini digunakan untuk membantu menyelesaikan masalah yang ada di lingkungan sosial.

Dalam penerapan metode PAR ini perlu adanya interaksi langsung antara peneliti dan objek sosial yang diamati, karena penelitian dengan tindakan partisipatif merupakan proses sosial dari belajar kolaboratif yang didasari oleh sekelompok orang yang bekerja sama melalui interaksi dalam suatu masyarakat sosial menuju kehidupan yang lebih baik. Guna menerapkan metode ini, peneliti memiliki keterbatasan untuk turut langsung berpartisipasi dalam komunitas. Hal ini dikarenakan dari Komunitas tersebut tidak membuka pengumuman untuk *volunteer* ataupun pengurus. Jadi untuk melakukan metode PAR ini peneliti hanya melihat melalui media sosial yang mereka punya, turut melakukan wawancara untuk mendapatkan informasi yang lebih lengkap, dan peneliti pun turut membagikan beberapa unggahan dari instagram komunitas tersalur untuk kami sebarluaskan lagi.

Guna memperdalam analisis setiap aspek, peneliti juga menggunakan analisis SWOT. Dikutip dari (Mindtools, n.d.) dalam analisis SWOT terdapat

empat aspek yaitu *strength*, *weakness*, *opportunity*, and *threat*. *Strength* yang berarti kekuatan, *weakness* berarti kelemahan, *opportunity* berarti peluang, dan *threat* yang berarti ancaman. Dengan analisis SWOT ini nantinya dapat digunakan untuk mengetahui kekuatan, melihat peluang, meminimalkan kegagalan dan bahaya yang mengancam dari kegiatan yang akan dilakukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Aspek Geografis

Secara keseluruhan, tidak ada tempat fisik yang dikhususkan sebagai wadah bagi para anggota untuk melakukan pertemuan dalam komunitas ini. Dilihat dari aspek geografisnya, Tersalur memang berdasar pada lingkungan virtual. Mereka memanfaatkan *platform* yang ada di dunia digital untuk melaksanakan dinamika kegiatan termasuk koordinasi dan pertemuan daring (dalam jaringan). Lalu bagaimana dengan aspek sosial budaya

lingkungan daring di dalamnya? Bahasa umum yang digunakan untuk berkomunikasi menggunakan bahasa Indonesia karena anggota dari Tersalur tidak hanya berasal dari satu daerah saja yaitu Jakarta, tempat asal para pendiri berada. Selain itu, tidak ada tradisi khusus yang memang dilakukan rutin oleh seluruh anggota. Akan tetapi, pengurus inti selalu menanamkan nilai-nilai dari tersalur sebelum menjalankan tugas yaitu memulai sebuah *batch*. Akses terhadap informasi di komunitas tersebut sebagian besar berasal dari pertemuan yang mereka lakukan secara virtual. Maka dari itu, arus komunikasi internal diatur dengan grup Whatsapp yang dipimpin oleh pengurus inti. Nantinya, akan ada grup kecil berisikan masing-masing divisi. Dinamika kegiatan yang didominasi di ruang lingkup virtual, membuat

ikatan sosial anggota Tersalur selama pandemi menjadi dipertanyakan, khususnya komunikasi antar anggota. Kegiatan daring membuat sebagian anggota tersalur belum pernah bertemu secara langsung, sehingga muncul rasa canggung ketika akan memulai komunikasi saat membicarakan topik seputar program kerja atau kegiatan lain. Rasa canggung dalam sebuah komunikasi sangat membatasi seseorang untuk menyatakan pendapat secara lepas. Ikatan sosial yang dibangun selama pandemi belum terlalu dekat antar sesama anggota komunitas karena jarang atau bahkan tidak pernah bertemu secara langsung. Dalam keseharian diskusi, bisa dikatakan kalau komunitas ini jarang mengadakan rapat rutin. Mereka cenderung lebih memilih mengadakan rapat dengan aplikasi Zoom ketika memang diperlukan

seperti ada masalah atau mendekati pelaksanaan acara. Perihal diskusi atau *follow up* jalannya kegiatan, Tersalur lebih memilih menggunakan aplikasi Notion untuk saling melacak dan mengamati perkembangan di setiap divisi.

Saluran komunikasi yang Tersalur gunakan dalam lingkup internal biasanya melalui grup Whatsapp dan juga rapat secara daring. Akan tetapi, ada momen di mana para pengurus inti pernah bertemu langsung secara tatap muka. Topik pembahasan yang terjadi dalam lingkup internal komunitas terlihat dari agenda yang mereka bawaan selama rapat ataupun pertemuan virtual. Selain membahas mengenai kegiatan donasi, mereka juga membahas bagaimana progres antar divisi dan proyek apa yang menjadi target selanjutnya. Tidak hanya itu, visi dan misi dari

Tersalur selalu diulang kembali untuk disampaikan kepada anggota agar mereka memahami nilai-nilai apa yang harus dianut selama berada di komunitas ini. Sedangkan untuk eksternal, mereka menggunakan media sosial Instagram dan Twitter sebagai bentuk perluasan jangkauan komunikasi. Tidak hanya itu saja, Tersalur juga memiliki Facebook dan LinkedIn walaupun media sosial yang paling kerap digunakan adalah Instagram. Saat ini, komunitas sedang aktif menggunakan *website*, yaitu www.tersalur.com sebagai usaha untuk memperluas jaringan komunikasi mereka dengan pihak eksternal. Data primer adalah data yang berasal dari sumber asli atau pertama dan tidak tersedia dalam bentuk terkompilasi seperti dalam bentuk *file* (Narimawati dalam Pratiwi, 2011, h. 211). Jika ada pihak luar

yang ingin melakukan kerja sama, Tersalur sudah menyediakan *contact person* khusus admin. Topik pembahasan di ruang eksternal sangat beragam, mulai dari pembahasan seputar pendidikan, informasi seputar rendahnya minat baca di Indonesia, serta hoax dan fakta seputar vaksin Covid-19. Selain itu topik pembahasan yang sering didiskusikan juga seputar kesehatan yang memfokuskan mengenai darurat kesehatan tunawisma. Tidak hanya sampai disana, dalam Instagram Tersalur juga pernah mengangkat topik UMKM dan membantu mereka untuk memperkenalkan produk yang dijual.

Terkait aktivitas anggota secara umum dalam hal literasi digital, komunitas Tersalur sudah memanfaatkan *platform* digital seperti sosial media baik itu Instagram,

LinkedIn, Facebook, Twitter, dan juga *website* yang dikelola komunitas. *Platform* digital ini digunakan sebagai media promosi dan informasi mengenai program kerja yang akan dilaksanakan, pemberitahuan atau laporan akhir kegiatan, penyebaran konten, pengenalan komunitas, dan penyaluran bantuan. Hampir sebagian besar kegiatan komunitas memanfaatkan media digital dalam proses keberlangsungannya. Salah satunya adalah kehadiran aplikasi Zoom yang biasanya dipakai untuk pelatihan bagi para anggota sebelum terjun pada kegiatan di lapangan seperti pengajaran. Apakah dalam pemanfaatan media tersebut kemudian memunculkan respon balik dari audiens? Tentunya Tersalur sering mengadakan *open discussion* dalam bentuk sesi Q&A di Instagram Story untuk mengajak netizen turut berpartisipasi

dalam konten mereka. Seperti misalnya meminta netizen untuk mengisi pendapat mereka terkait fenomena tunawisma dan lain sebagainya. Komunitas ini juga pernah mengajak netizen untuk bermain UTS (Ulangan Tengah Semester) yang membahas mengenai beberapa topik tertentu. Demi meningkatkan diskusi dengan masyarakat secara lebih luas, Tersalur sering mengadakan *live* di Instagram dengan mengundang tamu-tamu yang cukup berpengalaman dalam topik yang akan didiskusikan. Sejauh ini, beberapa topik *live* yang pernah dilakukan oleh Tersalur melalui Instagram adalah darurat kesehatan tunawisma, tunawisma dimata milenial, dan pentingnya pendidikan untuk perubahan derajat.

Cakupan donasi yang diberikan oleh Tersalur masih berada di area Jakarta dan sekitarnya. Namun, tidak ada

pembatasan bagi para pendondasi di mana siapapun dan dari mana pun bisa turut berkontribusi melalui donasi secara *online*. Memang dengan basis komunitas yang serba virtual sering membuat terjadinya miskomunikasi antar anggota. Hal ini dikarenakan oleh faktor kedekatan yang kurang dan tidak pernah bertemu secara langsung. Jika dilihat dalam pohon masalah komunitas, aspek geografis sangat mempengaruhi bagaimana dinamika yang terjadi dan juga hubungan antar anggotanya. Melalui analisis SWOT, kita bisa mendapati beberapa poin sebagai berikut:

a. *Strength*

Media

dipakai sebagai alat bantu utama untuk mengumpulkan donasi dari masyarakat yang sifatnya umum. Seperti aplikasi Notion sangat

membantu anggota untuk mendiskusikan dan melaporkan progres setiap anggota dalam divisinya. Selain itu, rapat virtual dengan Zoom sangat membantu bagi anggota tersalur untuk bertatap muka tanpa harus terhalang oleh jarak yang jauh. Pemanfaatan fitur *live* di Instagram dijadikan sebagai jalan bagi tersalur untuk berkolaborasi dengan komunitas lain yang biasanya ditujukan untuk berbagi pengalaman. Hal ini membuat kepercayaan yang sudah melekat pada Tersalur bisa dipakai sebagai prinsip guna terus melaju.

b. *Weakness*

Penggunaan aplikasi Whatsapp hanya difokuskan pada diskusi tugas dan memiliki kemungkinan hanya bersifat kaku. Kedalaman komunikasi antar anggota komunitas masih rendah karena sebagian anggota belum pernah bertemu secara langsung sehingga komunikasi kurang terbuka. Lalu, kurangnya keaktifan anggota karena ada keperluan dan kesibukan masing-masing dan biasanya muncul kendala sinyal dan terkadang mendapat momen terjadinya distorsi pesan.

c. *Opportunity*

Tersalur memiliki potensi untuk membuka donasi melalui media sosial lain,

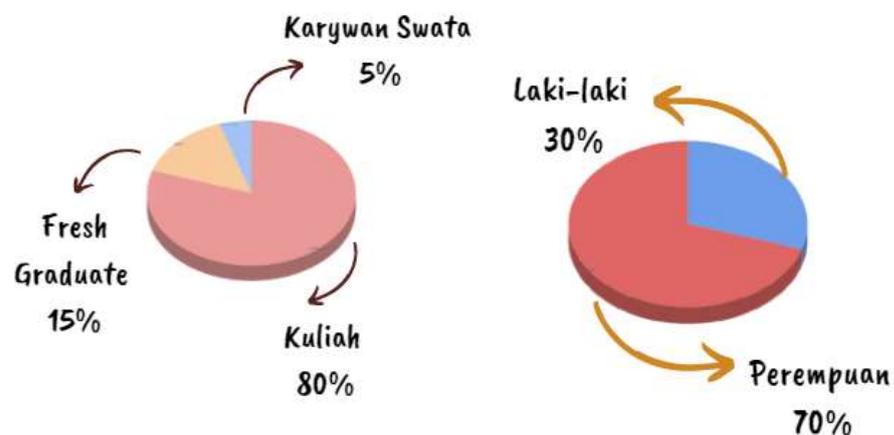
selain yang sudah dipakai. Pengadaan sosialisasi tentang kegiatan yang sedang ingin dituju juga bisa dilakukan melalui daring. Kemudian, adanya sistem penerimaan *volunteer* dapat dianggap sebagai tambahan sumber daya manusia yang bisa membantu kinerja komunitas.

d. Threat

Percakapan yang dilakukan di

dunia maya terkadang memunculkan miskomunikasi antara pihak sponsor, media partner, ataupun donatur dengan pihak Tersalur. Selanjutnya, kurangnya peminatan masyarakat pada kegiatan donasi menyebabkan dana yang terkumpul tidak konstan pada setiap *batch*.

2. Aspek Demografis



Gambar 1. Diagram Lingkaran Gender dan Pekerjaan Anggota

Jumlah Anggota dalam komunitas Tersalur adalah 73 anggota yang didominasi oleh wanita, dengan persentase 70% wanita dan 30% laki-laki. Selain itu dalam keanggotaan tersalur ini sebagian besar berstatus mahasiswa (kuliah) dengan persentase 80%, 15% anggotanya ialah Fresh Graduate, sedangkan 5% lainnya adalah karyawan swasta. Adapun beberapa beberapa sebaran anggota Tersalur yang berasal dari universitas berbeda. Sebanyak 50% anggota Tersalur merupakan mahasiswa Universitas Indonesia, hal ini dikarenakan *founder* dari komunitas ini merupakan mahasiswi Universitas Indonesia. Sebanyak 15% merupakan mahasiswa Universitas Pelita Harapan, 10% mahasiswa Universitas Bina Nusantara (Binus). Sebanyak 5% mahasiswa Universitas Gadjah Mada (UGM), 3% mahasiswa

Universitas Pertamina, 3% Mahasiswa Universitas Gundar, 2% Universitas Padjadjaran, 2% mahasiswa Universitas Brawijaya, 2% mahasiswa STAN, 2% mahasiswa Universitas Andalas, 2% mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional (UPN), 2% mahasiswa Institut Teknologi Sepuluh November, serta 2% berasal dari mahasiswa Asia University.

Terkait perbedaan gender hanya berlaku ketika terjadi proses penyaluran bantuan. Dimana dalam proses penyaluran bantuan yang terjun ke lapangan, mengutamakan laki-laki daripada perempuan. Hal ini dikarenakan, dalam kegiatan terjun ke lapangan laki-laki diperlukan untuk melakukan kegiatan seperti mengangkat barang-barang donasi. Namun, jika pihak laki-laki masih kurang, maka anggota wanita pun boleh terlibat dalam proses penyaluran bantuan. Dari

hasil analisis terhadap aspek demografis komunitas Tersalur, kami melakukan analisis SWOT terhadap aspek ini, diantaranya adalah *Strength* dimana semua anggota diberi kebebasan melakukan tugas nya, tanpa memandang gender, lalu ada *weakness* atau kelemahan dari aspek ini adalah dikarenakan Tersalur di dominasi oleh perempuan mengakibatkan Tersalur kekurangan tenaga laki-laki dalam menjalankan program kerja. Meskipun pekerjaan tidak memandang gender tidak menutup fakta bahwa fisik laki-laki lebih kuat dibandingkan perempuan, maka dari itu ketika mengangkut donasi yang berat, dan melakukan survey lokasi yang umumnya dilakukan laki-laki Tersalur kekurangan tenaga kerja untuk itu. Selanjutnya ada *opportunity*, keterbukaan yang dibawa oleh tersalur

membuat setiap kalangan bisa bergabung untuk menjadi anggota. Selanjutnya adalah *threat*, dikarenakan keanggotaan Tersalur didominasi oleh 90% Mahasiswa pihak eksternal (donatur dan yayasan atau lembaga kerja sama) skeptis terhadap kinerja yang akan diberikan oleh anggota Tersalur.

3. Aspek Mata Pencaharian

Melalui aspek ini, kita bisa memahami apa saja aset yang dimiliki oleh komunitas, termasuk pada sumber pendapatan, pengeluaran, serta mata pencaharian para anggotanya. Keberadaan aset bisa dilihat dari dua bentuk yaitu non fisik dan fisik.

a. Aset Fisik

Sejauh ini, komunitas Tersalur tidak memiliki gedung, rumah, maupun kantor untuk melakukan pertemuan bagi para

anggotanya. Namun, beberapa pengurus memiliki kendaraan untuk dijadikan sebagai transportasi pada saat menyalurkan bantuan barang kepada pihak penerima, seperti yang dilakukan pada *batch* 1 dan 2.

b. Aset Non Fisik

Komunitas

Tersalur mempunyai cabang komunitas di kota Medan. Alasan didirikannya adalah salah satu pendiri komunitas ada yang berasal dari Medan dan memang suka mengadakan aksi sosial. Selain itu, kota Medan dirasa kekurangan aktivitas untuk anak mudanya, terlebih yang berfokus pada bidang sosial. Walaupun kepengurusannya berbeda dengan

yang pusat namun masih dalam satu koordinasi yang sama. Aset non fisik yang kedua adalah pengetahuan anggota. Setiap memulai *batch* kegiatan yang baru, selalu diadakannya pelatihan yang diselenggarakan menyesuaikan *skill* yang dibutuhkan oleh setiap anggota. Misalnya pelatihan di bagian riset atau di bidang desain grafis. Ketiga adalah kepercayaan publik. Tersalur berusaha menjaga hal ini sebaik mungkin agar dapat dipercaya, baik oleh masyarakat maupun donatur dalam rangka donasi yang diberikan tersampaikan dengan baik dan tepat sasaran. Salah satu upayanya

adalah dengan selalu memberikan laporan mengenai pendapatan donasi tiap *batch* dan dokumentasi kegiatan. Keempat, koneksi komunitas Tersalur terhadap komunitas lain sangat membantu untuk memperluas jangkauan donasi. Poin terakhir adalah penggunaan media Sosial (Instagram, Facebook, Twitter, LinkedIn, hingga *Website* untuk mempublikasikan mengenai kegiatan donasi, informasi yang menarik, lalu ada Whatsapp Group dan Notion yang digunakan untuk *monitoring* program kerja).

c. Pendapatan

Komunitas

Di dalam komunitas ini, tidak digunakannya

sistem iuran karena basisnya memang komunitas amal yang kegiatannya hanya sebagai penyalur bantuan kepada pihak yang sudah membutuhkan.

Dengan kata lain, dana yang dikeluarkan seperti bensin atau kuota berasal dari kesediaan masing-masing anggota. Sebagian besar anggota dari komunitas ini adalah mahasiswa, akan tetapi ada juga yang sudah bekerja.

d. Pengeluaran

Komunitas

Pengeluaran yang terjadi dalam komunitas terjadi ketika proses pembelian barang-barang yang memang menjadi keperluan donasi di mana dana

sepenuhnya berasal dari donatur. Namun, untuk pengeluaran seperti pembelian bensin atau kuota berasal dari dana dan kesediaan masing-masing anggota.

Selanjutnya melalui analisis SWOT, kita bisa mendapati beberapa hal dalam aspek mata pencaharian seperti yang berikut ini. Kebebasan sistem untuk tidak menggunakan iuran menjadi kekuatan komunitas yang membuat anggota tidak akan merasa terbebani saat berdinamika (*Strength*). Apabila saat pelaksanaan *talkshow* atau pelatihan, komunitas akan terkendala di bagian pembiayaan sehingga opsinya akan berakhir pada kesediaan kerjasama dari pihak lain tanpa pungutan biaya (*Weakness*). Keterbukaan dan misi Tersalur bisa memperluas jaringan mereka untuk

menggaet lebih banyak pihak, termasuk kerjasama sponsor maupun *media partner* (*Opportunity*). Masyarakat termasuk donatur bisa memiliki pandangan skeptis terkait hasil donasi yang mereka sumbangkan seperti dana untuk pembelian sembako, akan dialokasikan dan ditampung ke arah mana (*Threat*).

4. Aspek Sejarah

Komunitas Tersalur awal mula didirikan pada tahun 2020 tepatnya pada tanggal 17 April 2020. Komunitas ini awalnya diprakarsai oleh 4 orang sahabat yang memiliki rasa keprihatinan terhadap pandemi Covid-19 yang berdampak pada hampir seluruh aspek kehidupan. Selama kurang lebih satu tahun berjalan, Tersalur telah menyelenggarakan empat jenis kegiatan dan satu kegiatan yang masih berlangsung hingga saat ini,. Setiap kegiatan

memiliki hastagnya masing-masing menyesuaikan tema dari kegiatan, serta setiap kegiatan disebut *batch* seperti *batch* 1, 2, 3, dan seterusnya. Dari keempat kegiatan tersebut jenis donasi yang diberikan sangat beragam, dan bisa berubah-ubah hal ini dikarenakan menyesuaikan dengan situasi dan kondisi pelaksanaan program. Berikut rekam jejak Tersalur dari tahun 2020 hingga 2021:

a. April 2020

Batch 1 ini ditujukan untuk membantu tenaga kerja yang terdampak Covid-19, dengan hastag yang digunakan adalah #dukungtenagakerja . Bantuan yang diberikan berupa paket sembako kurang lebih senilai Rp. 99.000. Jumlah donasi yang

terkumpul yaitu sebanyak Rp. 12.905.632. Donasi yang disalurkan adalah Rp. 10.274.500 sedangkan sisanya akan dialihkan ke *batch* selanjutnya.

Jenis donasi yang diberikan adalah Sembako. Jenis donasi ini, dapat dikarenakan karena kondisi pada saat itu di beberapa wilayah Indonesia sempat mengalami kelangkaan bahan pangan. Dilansir dari (Majalah Tempo, 2020) Indonesia pernah mengalami kelangkaan gula pasir, meskipun sudah melakukan impor, pasokan gula di pasar global juga menurun hingga akhirnya berimbas pada kenaikan harga. Ditambah

lagi pernah terjadi fenomena *panic buying*. Dilansir dari (Syafina, 2020) *panic buying* identik dengan penimbunan barang yang dilakukan oleh masyarakat karena ada situasi tertentu yang dipandang gawat darurat, hal ini akhirnya dapat berimbas pada kelangkaan barang karena tidak adanya keseimbangan antara *demand* dan *supply*. Hal ini kiranya dapat menjadi salah satu alasan mengapa bentuk donasi pada *batch* 1 ini adalah sembako.

b. Mei 2020

Batch 2 ini, lebih ditujukan untuk membantu para tenaga medis, hastag yang digunakan adalah #dukungimutenaga

media. Khususnya di rumah sakit yang menjadi rujukan untuk penanganan Covid-19.

Sumbangan yang diberikan berupa kantong imun yang berisi makanan serta vitamin yang disalurkan ke RSPAD Gatot Subroto, RS IMC Bintaro, RSUD Koja, RSUD Pasar Rebo, RS Pertamina Jaya, RSAL Mintohardjo, RSUD Fatmawati, RSUD Pasar Minggu. Donasi yang terkumpul sebanyak Rp. 11.830.711.

Tenaga medis merupakan garda terdepan terhadap penanganan kasus Covid-19. Merekalah yang nantinya akan bersinggungan langsung dengan

pasien terinfeksi Covid-19. Dilansir dari (WHO, 2020) *health care workers are at the front line of the Covid-19 outbreak response and as such are exposed to hazards that put them at risk of infection.* Hal ini menjelaskan bahwa kesehatan tenaga medis harus menjadi prioritas. Maka dari itu Tersalur memberikan donasi berupa makanan sehat, vitamin dengan harapan dapat membantu meningkatkan kesehatan dari tenaga medis.

c. Juli 2020

Batch 3, ditujukan untuk mendukung UMKM Indonesia, dan Tenaga Kerja Terdampak Covid-19 khususnya bagi mereka yang

mengalami PHK. Hastag yang digunakan adalah #DukungTenagaKerjaYangDiPHK, #DukungUMKM. Kegiatan tersebut diadakan karena banyak UMKM harus didukung secara ekonomi agar dapat berkembang, maka dari itu rangkaian kegiatan yang dilakukan adalah menghubungkan UMKM dengan para ahli, Review UMKM baik oleh anggota tersalur maupun mengundang para *influencer* untuk turut melakukan *review* sekaligus promosi terhadap produk UMKM, serta Promosi UMKM. UMKM yang berhasil terjaring pada kegiatan ini

sebanyak 104 UMKM. *Batch* ini dapat dikatakan menjadi salah satu *project* besar dari Tersalur karena mulai dipercaya oleh perusahaan besar (Bukalapak) dan menerima banyak donasi dari beberapa *partner event*. Dalam *batch* ini donasi yang terkumpul adalah Rp. 51.916.500 dalam bentuk 225 paket sembako. Persebaran sembako dilakukan di wilayah Jakarta dan Tangerang.

Pada *batch* ini jenis sembako yang diberikan adalah Sembako bagi para korban PHK. Seperti yang sudah disinggung pada pendahuluan, bahwa akibat pandemi Covid-19 menyebabkan

banyak tenaga kerja yang dirumahkan atau mengalami PHK. Hal ini akhirnya berdampak pada banyaknya pengangguran, dan akhirnya perekonomian pun menjadi taruhannya. Ketika perekonomian yang menurun akhirnya sejumlah kebutuhan rumah tangga menjadi sulit untuk dipenuhi, maka dari itu Tersalur memberikan bantuan sembako mengingat sembako menjadi barang yang cukup penting untuk kehidupan sehari-hari. Terkait bantuan untuk UMKM, dilansir dari (Ramadhan, 2020) sebanyak 88% UMKM di Indonesia kehabisan kas atau tabungan akibat dari pandemi,

sejatinya pemerintah telah mengeluarkan sebuah program yaitu Pahlawan Digital yang ditujukan untuk membantu pertumbuhannya di masa pandemi. Melihat hal tersebut, akhirnya menggerakkan hati Tersalur untuk turut membantu pertumbuhan UMKM yang ada di Indonesia, yaitu dengan memberikan pelatihan promosi, *review* produk UMKM, hal ini ditujukan agar UMKM semakin berkembang dan dapat membantu meningkatkan perekonomian Indonesia.

d. Desember 2020

Melalui *batch* 4, Tersalur mengadakan kegiatan Salur

Edukasi dan Bantu Yayasan Anak, hastag yang digunakan adalah #SalurEdukasi dan #BantuYayasanAnak. Donasi yang diberikan dapat berupa donasi buku atau salur ilmu dan ditujukan kepada anak-anak yang membutuhkan akses pendidikan (paket internet dan Wi-Fi), dan membutuhkan sembako. Kegiatan yang dilakukan dalam *batch* ini beragam seperti Instagram Live, kelas daring, webinar, akses ilmu dan buku. Donasi yang bisa dilakukan ialah memberikan buku bekas pakai dan catatan pelajaran. Jumlah uang yang terkumpul adalah Rp. 1.962.0000, dengan memberikan

akses kuota kepada 29 anak serta melakukan 9 pengajaran, berkolaborasi dengan 59 partner, serta menyalurkan 2000+ buku kepada komunitas dan taman baca di Jakarta.

Pada *batch* ini, sumbangan yang diberikan mayoritas ditujukan untuk pendidikan, hal ini dikarenakan pendidikan menjadi salah satu sektor yang juga terkena dampak Covid-19. Tidak hanya itu saja, pendidikan juga menjadi salah satu masalah yang cukup penting di Indonesia. Dilansir dari (PUSDATIN KEMENDIKBUD, 2020) akibat pandemi ini, pembelajaran dialihkan pada

platform *online*, yang akhirnya memunculkan hambatan keterbatasan sumber daya untuk pemanfaatan teknologi yang menunjang pembelajaran online seperti kuota. Tidak hanya dari segi kuota saja, namun ketersediaan sumber-sumber pendidikan yang mencukupi juga menjadi hal yang penting. Hal inilah yang sekiranya dapat menjadi alasan mengapa donasi yang diberikan pada *batch* 4 ini adalah buku, pengajaran, akses kuota atau Wi-Fi.

e. Februari 2021

Pada bulan ini tepatnya pada tanggal 12 Februari, Tersalur melakukan

perubahan logo. Logo baru didominasi dengan warna biru yang melambangkan kedamaian, dapat diandalkan, bertanggung jawab dan sesuai arti kehadiran Tersalur. Terdapat gambar jabat tangan mengartikan bahwa dua tangan yang saling terhubung melambangkan kegiatan memberi dan menerima. Huruf S dan A membentuk hati mengartikan bahwa Tersalur hadir melalui rasa kemanusiaan. Kemudian ada tulisan Tersalur yang memiliki makna keluar dan tertampung dengan baik menurut KBBI. Tidak hanya memperkenalkan logo baru Tersalur

juga memperkenalkan maskot baru dari Tersalur yang diberi nama Luri. Maskot ini nantinya akan menemani langkah sobat Tersalur dalam kegiatan penyaluran.



Gambar 2. Maskot Baru Komunitas Tersalur



Gambar 3. Logo Baru Komunitas Tersalur

- f. Program yang sedang dijalankan Saat ini, Tersalur sedang menjalankan kegiatan yaitu #PeduliTunawisma. Program ini

ditujukan untuk membantu tunawisma yang kesulitan selama pandemi, ditujukan kepada Yayasan Bhakti Nurul Iman Gang H, Saibun Pasar Minggu, Gang Menara Pasar Minggu, Manggarai Selatan Tebet. Bantuan yang akan disalurkan berupa makanan dan minuman, pakaian, pengajaran, dan pelatihan keterampilan. Pelatihan keterampilan ini lebih difokuskan pada usia produktif (15 - 64 tahun) kegiatan yang akan dilakukan adalah pertukangan, memasak, pengelolaan sampah sehingga mampu memiliki nilai jual. Hingga saat ini tepatnya bulan Juni,

Tersalur telah menyalurkan 750 lebih baju kepada Yayasan Bhakti Nurul Iman.

Dilansir dari (CNN Indonesia, 2021) Dinas Sosial Pemerintah Provinsi DKI Jakarta mencatat sebanyak 4.622 orang berstatus penyandang masalah kesejahteraan sosial, dengan pemecahan 1.044 orang adalah gelandangan, 229 anak jalanan, dan 159 tuna susila. Hal ini cukup memprihatinkan mengingat masih tingginya penyandang tunawisma. Bagi para penyandang tunawisma tentunya tidak memiliki pilihan, hal ini juga didukung karena tidak adanya

keterampilan yang mendukung bagi mereka untuk melakukan suatu pekerjaan. Maka dari itu perlu dukungan agar dapat keluar dari lingkaran kemiskinan, bantuan yang dapat diberikan dapat berupa barang maupun secara keahlian. Tersalur dalam *batch* ini menawarkan bantuan berupa pengajaran beberapa

keahlian dasar, agar mereka setidaknya memiliki keahlian lain seperti pertukangan, mengolah sampah (mengingat sebagian besar tunawisma adalah pemulung). Pakaian juga mereka berikan, dengan harapan pakaian yang mereka kenakan akan berganti-hari sehingga mereka juga menjadi lebih sehat dan bersih.



Gambar 4. Timeline Kegiatan Komunitas Tersalur

Dari penjabaran aspek sejara diatas, dapat

dianalisis menggunakan SWOT sebagai

berikut: Tersalur diprakarsai oleh empat sahabat yang sudah saling mengenal, sehingga memungkinkan terdapat persamaan latar belakang dan pandangan ketika membentuk komunitas. Hal ini akhirnya dapat berdampak pada proses jalannya komunitas yang mungkin lebih santai, dan perkembangan komunitas menjadi lebih cepat (*Strength*).
Dikarenakan keberlangsungan komunitas Tersalur belum terlalu lama, atau dapat dikatakan masih baru terkadang dapat memungkinkan anggota belum terlalu mengenal komunitas Tersalur (*Weakness*).

Tersalur diprakarsai oleh anak-anak muda, maka dengan mudah tersalur menggaet pemuda lain untuk bergabung ke dalam komunitas, sehingga memberikan peluang untuk kemudian lahir inovasi-inovasi baru dari anak-anak muda dalam dinamika tersalur (*Opportunity*).
Pandemi terkadang menjadi penghambat Komunitas Tersalur dalam melakukan kegiatan, apalagi penyelenggaraan kegiatan yang bersifat offline (*Threat*)

5. Aspek Struktural

Komunitas Tersalur memiliki struktur organisasi yang cukup kompleks. Tiap divisi mempunyai tanggung jawab pada struktur

organisasi yang berada di atasnya. Pada komunitas Tersalur kekuasaan tertinggi dimiliki oleh CEO (*Chief Executive Officer*) yang pada saat ini dipegang oleh Rebeka Tiramine Simanjuntak. Selanjutnya dibawah CEO terdapat CMO (*Chief Marketing Officer*). Pada saat ini posisi CMO dipegang oleh Jihan Rihadatul Aisy Siregar sekaligus sebagai *co-founder* komunitas Tersalur. CMO memiliki kuasa yang sama besar dengan divisi eksekutif lain yang posisinya berada sejajar dengan CMO, divisi eksekutif tersebut meliputi CTO (*Chief Technology Officer*), CFO (*Chief Financial Officer*), COO (*Chief Operating Officer*). CTO, CFO, dan COO mempunyai tanggung jawab yang sama besar terhadap keberlangsungan dan dinamika komunitas. Posisi CTO saat ini dipegang oleh Hary Ridart, CFO ini dipegang oleh

Kamila Pramaputri, dan posisi COO dipegang oleh Theodorus Bryant Lim. Berikut adalah *job description* dari masing-masing divisi dan subdivisi pada komunitas Tersalur

a. CEO (*Chief Executive Officer*) mempunyai tugas dan peran sebagai berikut:

- Bertanggung jawab dalam memilih dan menentukan sebuah keputusan yang akan diambil komunitas.
- Menentukan arah, parameter keberhasilan, dan keberlangsungan komunitas.
- Menentukan pergerakan komunitas untuk tetap berada pada

- jalur yang telah ditentukan.
- Berperan dalam memecahkan masalah dan memberikan solusi untuk setiap permasalahan yang muncul.
 - Melakukan evaluasi saat program kerja telah selesai dilaksanakan.
- b. CMO (*Chief Marketing Officer*) mempunyai tugas dan peran sebagai berikut:
- Merencanakan *engaging content* dan memperbarui *visualization media*.
 - Merencanakan , mengimplemenasikan dan mengatur strategi marketing. Evaluasi strategi marketing.
 - Melakukan riset untuk target *partnership*, komunitas, brand, perusahaan, brand, dan *approaching*.
 - Melakukan pengembangan dan ekspansi untuk komunitas Tersalur.
- c. CTO (*Chief Technology Officer*) memiliki tugas dan peran sebagai berikut:
- Merancang sistem dan alur awal hingga akhir donasi.
 - Membuat fitur fitur yang

- dibutuhkan di web.
- Mencari tahu fitur2 baru yang dibutuhkan.
 - Membuat web yang memiliki visual yang menarik (pc and android)
- d. CFO (*Chief Financial Officer*) memiliki tugas dan peran sebagai berikut:
- Riset tentang perusahaan yang dapat memberikan pendanaan
 - Mengatur dan mencatat alur keuangan di Tersalur.
 - Membuat *financial projected* dan *financial analysis*.
- Membuat RAB untuk tiap proyek.
- e. COO(*Chief Operating Officer*) memiliki tugas dan peran sebagai berikut:
- Mengembangkan ide proyek dan inovasi dan membuat perencanaan eksekusi.
 - Membuat alur kerja proyek yang baik yang bisa diterapkan untuk setiap karyawan.
 - Merancang dan membuat sistem operasional pelaksanaan proyek yang baik.
 - Melakukan evaluasi

- untuk setiap proyek dan membuat rekomendasi .
- Membuat laporan untuk perkembangan proyek.
 - Mengawasi dan memastikan proyek dapat mencapai tujuan dan pencapaiannya.
 - Bekerjasama dengan dengan pihak eksekutif lain seperti CFO dalam merancang anggaran operasional proyek.
- f. *The Heart*, terdiri dari beberapa sub-divisi meliputi:
- Design Grafis: Ada yang disebut sebagai *Creative Director* (membuat dan merencanakan konsep kreatif, dan mengawasi hasil kerja tim), *Art Director* (bertugas untuk mengawasi, mensupervisi dan memberikan arahan mengenai artistik, visual dalam proses pembuatan sebuah konten agar terlihat lebih menarik).
 - Ilustrator: Membuat

- konten kreatif Tersalur (mengikuti tren di masyarakat), Membuat konten marketing (mendorong *audience* menggunakan produk dan mengikuti gerakan), Membuat *cover* konten yang menarik, Membuat konten yang interaktif seperti di Instagram Story.
- Video Editor: Bertanggung jawab mendokumentasikan setiap penyaluran dan mengedit gambar yang bergerak dalam film, video, atau media lainnya, juga mensinkronisasi gambar bergerak tersebut dengan suara.
 - *Social Media: Social media officer* (bertanggung jawab mempublikasikan konten sesuai jadwal yang sudah ditentukan, membuat caption, dan menjawab semua pertanyaan/komentar/keluhan

- yang datang dari para *followers*). *Social media designer* (bertanggung jawab memvisualisasikan konten dari riset konten dan konten kreatif, *design* proposal, design segala konten media sosial).
- g. *The Soul* , terdiri dari beberapa sub-divisi meliputi:
- Pengembang an Teknologi: UI/UX Designer (mengembangkan *mockup* dan *wireframe* dengan

ketelitian rendah untuk studi produk UX, produksi tata letak kesetiaan tinggi dan spesifikasi grafis, membuat konten visual yang menarik, termasuk pemilihan tipografi, skema warna dan ikonografi, Desain UI / *front-end* yang sederhana, bersih, dan menarik untuk aplikasi web). Web Developer (bertanggung jawab untuk

- membangun dan memberikan pengalaman terbaik pada pengunjung sebuah situs. Mereka mengatur pembuatan tata letak halaman, gaya dari isi di dalam situs, dan juga interaktif).
- *Public Relation:* Bertanggung jawab mencari media partner tetap yang ingin bekerjasama dengan Tersalur. (Mempromosikan gerakan pada perjanjian yang disepakati)
 - *LO of influencer* Bertanggung jawab mencari, melakukan *approach*, dan berhubungan dengan *influencer* yang menjadi ikon dari gerakan dan mau membantu proyek Tersalur.
 - *Youth Ambassador:* Bertanggung jawab untuk menjadi *ambassador/* mewakili Tersalur untuk beberapa event seperti webinar, *partnership*,

live
instagram.

- *Event and Campaign:*
Bertanggung jawab merancang dan melaksanakan campaign kemanusiaan dan event (live ig, webinar, perayaan lain) yang bertujuan untuk menaikkan *traffic social media*.

- *Partnership: Community Partnership*
(Bertanggung jawab mencari partner tetap komunitas/yan ayasan yang ingin bekerjasama tetap dengan

Tersalur dan butuh bantuan.
Company Partnership
(Bertanggung jawab mencari partner perusahaan, *brand*, dan *event* tetap yang ingin bekerjasama dengan Tersalur)

h. *The Brain* , terdiri dari beberapa sub-divisi meliputi:

- Riset Strategis Tersalur (Perencanaan): *Lead Strategic Research*
(Bertanggung jawab dalam mengatur riset strategis dan bagaimana

alur serta
output riset).

Lead

Content

Research

(Bertanggung jawab dalam mengatur topik riset konten dan bagaimana alur serta output riset)

- Riset Konten Berita: Mengatur jadwal dan dokumen untuk riset konten dan riset strategis yang nantinya akan diteruskan ke divisi lain.
- Jurnalis Kemanusiaan: Bertanggung jawab

melakukan kegiatan jurnalistik atau orang yang secara teratur menuliskan berita dan tulisannya dikirimkan/diimut di media massa secara teratur.

- *Bisnis Analyst:* Bertanggung jawab yang menganalisis sebuah organisasi, perusahaan maupun instansi secara (nyata atau hipotesis) dan mendesain proses dan sistem, menilai model bisnis

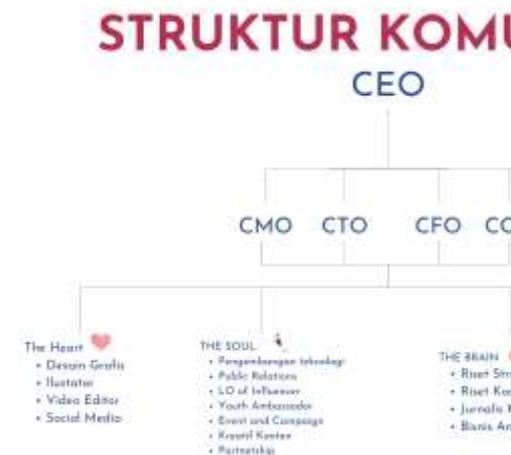
mengintegra
 sikannya
 dengan
 teknologi

i. *The Body*, terdiri dari beberapa sub-divisi meliputi:

- *Quality Control and Report:*

Bertanggung jawab dalam mengevaluasi kebutuhan dan kepentingan setiap proyek yang dilaksanakan Tersalur.

- *(Internal) Eksekutor:*
 Bertanggung jawab dalam merancang konsep dan mengeksekusi proyek kemanusiaan .



Gambar 5. Struktur Komunitas Tersalur

Berdasarkan pemaparan aspek struktural Tersalur, kelompok melakukan analisis SWOT yang muncul pada aspek ini. Analisis SWOT tersebut meliputi: *Strength* (Keberadaan struktur yang jelas membuat dinamika komunitas berjalan sesuai alur. Bagan yang tersusun juga menciptakan lingkungan dimana anggota tiap divisi mengetahui peran, hak, dan kewajiban masing-masing), *Weakness* (Memungkinkan antara *The Body, Soul, Heart and Brain* hanya berfokus

pada CTO/ COO/ CFO/ CMO yang hanya bersinggungan dengan tugas masing masing, sehingga terkadang mengabaikan sub-divisi lain), *Opportunity* (Dengan adanya struktur kepengurusan yang jelas, dapat menjadi daya tarik pihak luar (sponsor) untuk melakukan kerja sama), *Threat* (Adanya pandemi membuat kinerja dari subdivisi The Body mengalami kendala. Karena subdivisi The Body lebih berfokus pada kegiatan terjun lapangan atau pembagian donasi).

6. Aspek Stakeholder

Dalam menjalankan kegiatannya, Tersalur selalu melibatkan keterlibatan pihak luar (baik sebagai donatur ataupun pihak penerima). Hal ini dilakukan untuk menyukseskan kegiatan dari Tersalur:

a. *Batch 1*

Pihak yang menjadi *sponsorship* pada awal mula kegiatan Tersalur, di antaranya adalah Pilarsaga dan Tangselers yang memberikan 50 Paket Sembako, dan Kin.company yang memberikan 50% hasil penjualan produk *hand sanitizer* mereka untuk penggalangan dana “Tersalur untuk Covid-19” sampai selesai.

b. *Batch 2*: Kantong Imun untuk tenaga medis

Pihak yang menjadi partner dari pelaksanaan *batch* kedua ini adalah Seratan yang memberikan kelas pelatihan *tie dye* di mana hasil penjualan paket *tie dye* tersebut akan digunakan untuk donasi. Lalu Sana

yang mengadakan kelas zumba dengan 50% uang pendaftaran peserta dialokasikan untuk donasi.

Kafalahdakwah.id memberikan bantuan berupa 100 buah *face shield*. Ramu yang menyediakan minuman sehat dan masker, serta Saladpoint.id yang menyediakan makanan sehat. Penerima donasi dari *batch* kali ini berfokus pada rumah sakit karena donasi yang diberikan berupa kantong imun yang diberikan pada tenaga medis. Tempat yang dituju antara lain RSPAD Gatot Subroto, RS IMC Bintaro, RSUD Koja, RSUD Pasar Rebo, RSUD

Fatmawati, RSUD Pasar Minggu.

- c. *Batch* 3 : Mendukung UMKM serta Tenaga Kerja yang di PHK Melalui *batch ini*, Tersalur lebih mengarah pada UMKM di Indonesia sedang mengalami kesulitan dan juga tenaga kerja yang terkena PHK akibat pandemi Covid-19. Beberapa UMKM yang menjadi penerima adalah Bumbu.nini, ar.kata, orgamix.id, ouds.id, bojabakehouse, tokotujuhbelas.jkt, Koku Footware, dan masih terdapat beberapa usaha lainnya. Sejak periode ini, komunitas Tersalur mulai mendapat kepercayaan dari pihak-pihak eksternal untuk

menyalurkan donasi. Hal ini terbukti dari banyaknya *partnership, media partner,* bahkan *sponsorship* yang bekerja sama di mana terlihat sebagai berikut:

1) Partnership:

Krew,
wekaweka.c
o.id,
endcorona,
pelapak_buk
alapak,
lingkaran.co,
maubelajara
pa.

2) Media

Partner:
Seputar
event,
Kreativv_id,
Event
Mahasiswa,
Infoselanjutn
ya,
Eventbanget.

3) Sponsorship:

Sekolah
Citra Buana

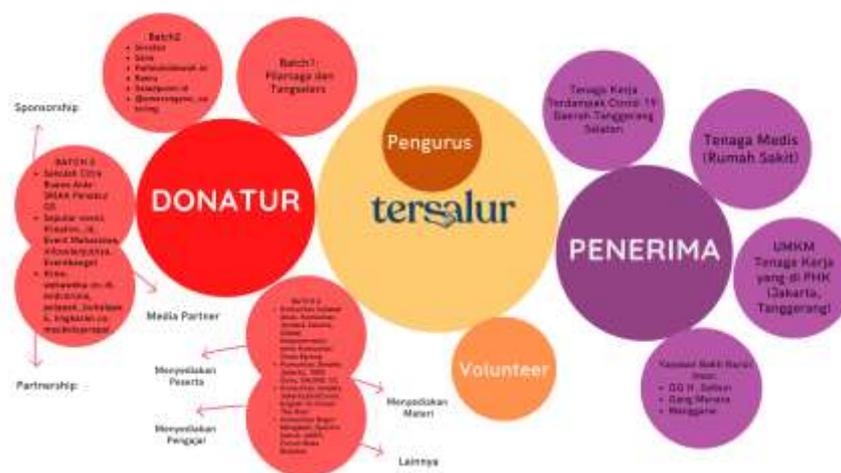
(Memberikan bantuan sebesar Rp. 35.000.0000), Aida-SMAK Penabung GS (Memberikan bantuan sebesar Rp. 13.000.000).

d. *Batch 4:* Salur Edukasi dan Salur Ilmu

Di *batch* kali ini, Tersalur mengedepankan bantuan berupa edukasi dan ilmu sehingga pihak yang menjadi kerja sama, memiliki keterkaitan dengan hal tersebut. Seperti halnya Komunitas Sahabat Anak, Komunitas Jendela Jakarta, Global Empowerment, dan Komunitas Sinau Bareng. Beberapa komunitas tersebut membantu dalam

mencari target atau peserta yakni anak-anak, untuk menjadi penerima bantuan. Sedangkan untuk pihak penyedia pengajar, terdapat Komunitas Jendela Jakarta, 1000 Guru, dan SALING. ID. Pihak yang menyediakan materi berasal dari Komunitas Jendela

Jakarta, EndCorona, dan English To Knock The Door. Terdapat juga pihak-pihak lain (Komunitas Bogor Mengabdi, Spectra Dance, AARC, Forum Buku Berjalan, dan lainnya) yang turut mensukseskan seluruh kegiatan di *batch* keempat ini.



Gambar 6. Diagram Venn Komunitas Tersalur

Selain menjalin kerja sama dengan beberapa pihak, Tersalur juga menggaet beberapa *influencer* di Instagram

untuk menyebarkan *awareness* seputar donasi termasuk komunitas itu sendiri. Beberapa orang yang sudah pernah digaet oleh komunitas ini adalah Ardin Hai (@ardinhai), Ega (@egarahmah), Nabila Azalia (@nblazalia), Anetta

Auriella (@arnettaauriella), James @jamesawuuy dan Shafira Namira (@shafiranamiraa). Meskipun secara keseluruhan Tersalur memiliki *stakeholder* yang membantu mensukseskan kegiatan dalam setiap *batch*, perlu diperhatikan bahwa *stakeholder* tersebut tidak memiliki pengaruh terhadap dinamika internal khususnya pengaruh pada keputusan dari komunitas Tersalur. *Stakeholder* yang ada lebih mengarah pada bantuan eksternal dimana sebagian akan melakukan proses MOU (*Memorandum Of Understanding*), dan sebagian tidak. Hal ini dikarenakan keinginan dari pihak donatur itu sendiri, walau Tersalur selalu menyediakan lembar MOU bagi donatur yang menginginkan kerjasama tersebut tertulis secara resmi. Setelah dilakukannya analisis SWOT terhadap aspek ini, kita mendapati

penjelasan singkat sebagai berikut: *Strength* (Keterlibatan pihak luar dalam program kerja tersalur dalam mengumpulkan dan menyalurkan donasi memberikan kemudahan dalam meningkatkan kuantitas barang dan tenaga yang ingin didonasikan), *Weakness* (Kerjasama dengan lebih dari satu pihak di luar komunitas dalam setiap *batch* membuat komunikasi antar komunitas dan pihak donatur menjadi tidak stabil dan munculnya miskomunikasi). *Opportunity* (Keterlibatan banyak pihak dalam melakukan program kerja Tersalur membuka peluang untuk komunitas ini untuk dapat mengalokasikan bantuan dengan kuantitas yang lebih banyak dan target penerima donasi yang lebih luas), *Threat* (Terdapat pihak luar atau donatur yang tidak bertanggung jawab terkait

kepastian pemberian donasi sehingga dapat mengganggu keberlangsungan program kerja komunitas, seperti donatur kabur, tidak memenuhi janji sesuai MOU, bertindak di luar kesepakatan, dan lain sebagainya).

7. Aspek Pohon Masalah dan Pohon Tujuan

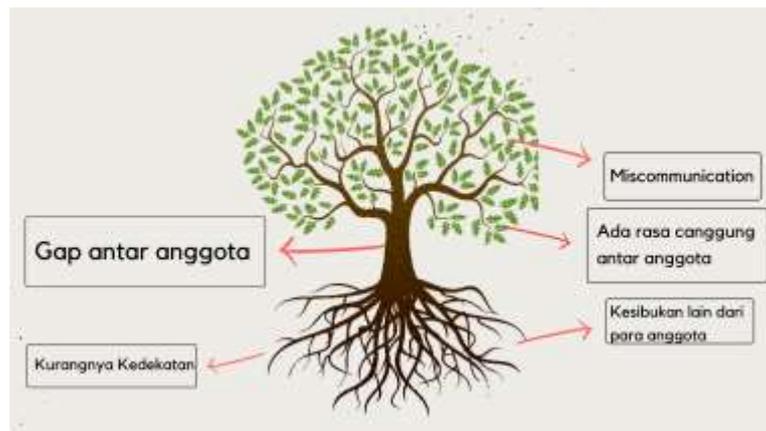
Di dalam Tersalur, masalah-masalah yang muncul sebenarnya berasal dari anggota komunitas. Pertama, adanya kesibukan para anggota. Mengingat masih banyak anggota yang berstatus mahasiswa, bahkan beberapa sudah ada yang bekerja, masing-masing mereka memiliki kesibukan dan keperluan lain di luar komunitas. Kedua, kurangnya kedekatan antar anggota. Sejak komunitas ini terbentuk, Tersalur tidak pernah melakukan pertemuan seluruh anggota secara langsung dan tatap

muka. Hal ini menyebabkan beberapa anggota dalam sebuah divisi tidak pernah mengenal anggota lain, bahkan di luar divisinya. Dari kedua permasalahan tersebut, memunculkan sebuah problema utama yaitu gap antar anggota. Celah yang berada di antara anggota sangat berbahaya karena bisa mengganggu aktivitas komunitas Tersalur. Seperti misalnya terjadi miskomunikasi atau rasa canggung, kedua implikasi tersebut berasal dari hubungan anggota yang tidak intim. Jika dihubungkan dengan beberapa aspek sebelumnya, maka aspek yang dominan untuk menyebabkan munculnya masalah di Komunitas adalah aspek demografis karena pada aspek ini, mayoritas anggotanya adalah mahasiswa sehingga menjadi penyebab tiap anggota mempunyai kesibukan kuliahnya masing-masing. Hal ini

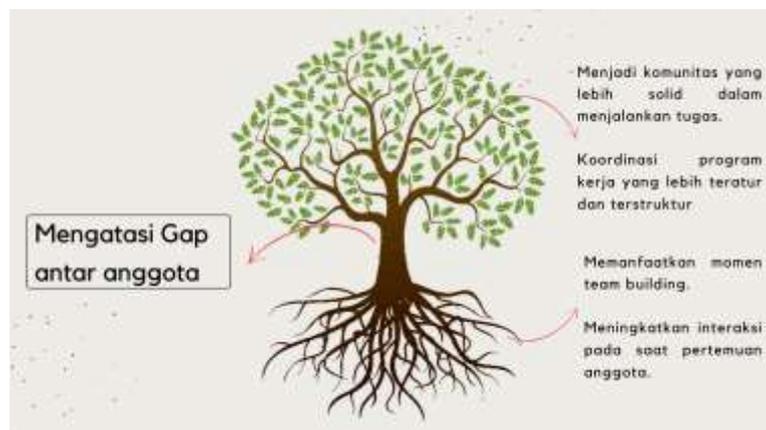
akan memicu munculnya gap antar anggota karena jarang dan tidak pernah bertemu. Pada analisis SWOT (khususnya *Weakness*) kami menuliskan bahwa adanya kesibukan pribadi antar anggota yang menjadi kelemahan komunitas.

Lalu bagaimana dengan pohon tujuan komunitas ini? Komunitas Tersalur harus bisa mengatasi gap yang terjadi antar anggota. Dengan pemanfaatan momen seperti *team building* lalu meningkatkan interaksi pada saat pertemuan anggota, hal tersebut bisa dilakukan agar Tersalur menjadi komunitas yang lebih solid dalam menjalankan tugas. Selain itu, dengan terjalin hubungan yang baik antar setiap anggota, koordinasi program kerja akan lebih teratur dan terstruktur sehingga hasil yang didapat bisa maksimal dan sesuai dengan visi Tersalur yaitu

menghubungkan para inisiator atau pemberi solusi kepada masalah-masalah yang terjadi pada masyarakat tersebut. Berdasarkan penjelasan beberapa aspek sebelumnya, aspek yang dominan untuk membantu menyelesaikan masalah yang ada adalah aspek geografi (secara virtual). Komunikasi antar anggota memang hanya terbatas melalui Whatsapp Group dan jarang melakukan rapat, akan tetapi jika komunikasi secara internal dibuat lebih beragam, (lebih sering melakukan Zoom dalam rangka membahas proker dan hanya sekedar bertanya kabar, atau berkomunikasi untuk mempererat relasi antar anggota) mampu membuat dinamika komunitas menjadi kuat. Pelaksanaan *team building* juga menjadi salah satu solusi untuk meminimalisir rasa kedekatan yang masih kurang.



Gambar 7. Pohon Masalah
Komunitas Tersalur



Gambar 8. Pohon Tujuan
Komunitas Tersalur

KESIMPULAN

Tersalur merupakan sebuah komunitas yang bergerak di bidang amal dan berbasis di media digital. Komunitas ini terbentuk sejak tanggal 17 April 2020 dengan latar belakang keprihatinan terhadap pandemi yang merugikan banyak pihak. Hingga sejauh ini, Tersalur sudah melaksanakan empat

kegiatan besar dan dana yang tersalurkan sudah mencapai puluhan juta rupiah. Analisis pada setiap aspek telah dilakukan, dimulai dari aspek demografis, geografis, mata pencaharian, sejarah, struktural, dan *stakeholder*. Ternyata, masing-masing aspek memiliki kekuatan dan kelemahannya masing-masing dalam membentuk dinamika komunitas ini. Kekuatan yang ada dapat dijadikan sebagai peluang untuk semakin mengembangkan

komunitas, sedangkan kelemahan tidak boleh dibiarkan begitu saja karena lambat laun akan menjadi permasalahan pula. Seperti komunitas Tersalur yang turut merasakan permasalahan jika melihat dari aspek demografis, mayoritas anggotanya yang merupakan mahasiswa bahkan ada yang sudah bekerja menyebabkan kedekatan antar anggota menjadi kurang hingga akhirnya memicu gap antar anggota. Jika permasalahan ini terus dipelihara, maka tidak menutup kemungkinan dapat mempengaruhi dinamika dalam komunitas tersebut. Permasalahan mengenai gap ini sebisa mungkin diselesaikan dengan baik. Salah satu caranya adalah memperhatikan aspek geografis melalui peningkatan intensitas pertemuan meskipun secara virtual. Meskipun setiap anggota memiliki kesibukan masing-masing, tetap saja ketika seseorang memutuskan untuk bergabung menjadi anggota komunitas sudah seharusnya mempunyai komitmen untuk membagi waktu dan ini menjadi suatu hal yang wajar untuk dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, J. (5 Agustus 2020). Pertumbuhan Ekonomi RI Minus 5,32 Persen, apa dampaknya. *Kompas.com*. Diakses dari, <https://www.kompas.com/tren/read/2020/08/05/151948365/pertumbuhan-ekonomi-ri-minus-532-persen-apa-dampaknya?page=all>.
- Farida, I. (2010). Studi Dokumen Dalam Penelitian Kualitatif. *Jurnal Sains dan Inovasi*, 6(1), 54-61. Diakses dari <https://journalsainsinovasi.files.wordpress.com/2013/05/9-ida-farida1.pdf>.
- Ihsanuddin. (26 Agustus 2020). Ada 7 Bantuan Pemerintah Selama Pandemi Covid-19, Berikut Rinciannya. *Kompas.com*. Diakses dari,

- <https://nasional.kompas.com/read/2020/08/26/09222471/ada-7-bantuan-pemerintah-selama-pandemi-covid-19-berikut-rinciannya?page=all>.
- Karunia, A. M. (12 Mei 2020). Kemenaker: Pekerja yang di-PHK dan Dirumahkan capai 1,7 Juta. *Kompas.com*. Diakses dari, <https://money.kompas.com/read/2020/05/12/220000926/kemenaker-pekerja-yang-di-phk-dan-dirumahkan-capai-17-juta>.
- Majalah tempo. (23 April 2020). Krisis Pangan di Tengah Pandemi. *Tempo.co*. Diakses dari, <https://kolom.tempo.co/read/1333607/krisis-pangan-di-tengah-pandemi/full&view=ok>.
- MindTools. (n.d.). *SWOT Analysis: How to Develop a Strategy For Success*. Diakses pada 18 Jun 2021. Diakses dari, https://www.mindtools.com/pages/article/newTMC_05.htm
- Nikmah, S. K., Setyadi, Y. B., & Presetiyo, W. H. (2020). Peranan Komunitas Sosial Bagi Pembudayaan Karakter: Studi Kasus pada Komunitas Deaf Volunteering Organization di Kota Surakarta. *Jurnal Citizenship*, 8(2), 76-89. Diakses dari, <http://e-journal.unipma.ac.id/index.php/citizenship/article/view/6265/3008>.
- Pratiwi, N. I. (2017). Penggunaan Media Video Call Dalam Teknologi Komunikasi. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 1(2), 202-224. Diakses pada 9 Juni 2021, dari <https://journal.undiknas.ac.id/index.php/fisip/article/view/219>.
- PUSDATIN KEMENDIKBUD. (2020). *Pembelajaran Online di Tengah Pandemi Covid-19, Tantangan yang Mendewasakan*. Diakses pada 15 Juni 2021, dari <http://pusdatin.kemdikbud.go.id/pembelajaran-online-di-tengah-pandemi-covid-19-tantangan-yang-mendewasakan/>.
- Ramadhan, Z. M. (12 Nov 2020). Putri Tanjung: UMKM Masih Bisa Bertahan di Masa Pandemi. *Republika.co.id*. Diakses dari, <https://www.republika.co.id/berita/qjn8r3384/putri-tanjung->

[umkm-masih-bisa-bertahan-di-masa-pandemi.](#)

Ramadhani, M. R. (2017). *Analisis dan Perancangan Sistem Informasi Manajemen Donasi, Kegiatan, dan Relawan Bagi Komunitas Sosial di Kota Malang*. (Skripsi Sarjana, Universitas Brawijaya Malang, 2017). Diakses dari <http://repository.ub.ac.id/8437/1/Ramadhani%2C%20Mochammad%20Rifqi.pdf>.

Syafina, D. C. (12 Maret 2020). Panic Buying dan Dampaknya Terhadap Ekonomi. *Tirto.id*. Diakses dari, <https://tirto.id/panic-buying-dan-dampaknya-terhadap-ekonomi-eDDT>.

Vanderstoep, S. W. & Johnston, D. D. (2009). *Research Methods For EveryDay Life: Blending*

Qualitative and Quantitative Approaches. United States Of America: Jossey-Bass.

WHO Africa. (2020). *WHO Supports Supplies for Front Line Health Workers*. Diakses pada 15 Juni 2021, dari <https://www.afro.who.int/news/who-supports-supplies-front-line-health-workers>.

Yaumi, M. & Damopoli, D. (2016). *Action Research: Teori, Model, dan Aplikasi*. Jakarta: Kencana. Diakses dari, https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=X-IuDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=metode+partisipatoris+action+research&ots=wWZsgCPSQf&sig=XvnGFf80qFN-2wmT4J-0dnxvDno&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false