

ABSTRAK

Bencana banjir bandang yang melanda Masamba, Sulawesi Selatan, pada tahun 2020 menimbulkan dampak yang signifikan bagi masyarakat, baik secara fisik maupun emosional. Dalam situasi darurat tersebut, muncul inisiatif dari berbagai pihak untuk menggalang bantuan, termasuk dari kalangan influencer media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi yang digunakan oleh influencer TikTok, Yoshua Marcellos (@botaktiktok), dalam kampanye penggalangan dana (crowdfunding) untuk korban bencana Masamba.

Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik analisis isi berdasarkan kerangka Klaus Krippendorff. Data diperoleh melalui dokumentasi konten TikTok milik Yoshua Marcellos, dengan total 36 konten crowdfunding dan 4 konten non-crowdfunding. Proses analisis dilakukan melalui enam tahapan, yaitu: unitizing, sampling, recording, reducing, inferring, dan narrating. Peneliti memeriksa elemen visual, diksi, dan tindakan dalam konten, serta respons netizen sebagai indikator efektivitas pesan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi open challenge yang diterapkan Yoshua Marcellos berhasil mendorong partisipasi publik dalam berdonasi. Penggunaan gaya visual yang dinamis, diksi yang emosional dan persuasif, serta tindakan ajakan yang jelas menjadi elemen utama dalam membangun keterlibatan audiens. Kredibilitas dan ketulusan Yoshua dalam menyampaikan pesan juga menjadi faktor penting dalam membangun kepercayaan publik.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa keberhasilan strategi Yoshua tidak hanya bergantung pada popularitas atau jumlah pengikut, tetapi lebih pada ketulusan pesan, kepekaan terhadap kondisi sosial, serta kemampuannya merespons komentar dan tantangan dari audiens secara aktif. Dengan demikian, Yoshua Marcellos menjadi contoh nyata bagaimana seorang influencer dapat memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk menggerakkan solidaritas dan menciptakan dampak nyata di tengah situasi darurat.

Kata Kunci: *Crowdfunding, Influencer, TikTok, Strategi Komunikasi, Analisis Isi, Bencana Masamba*

ABSTRACT

The flash flood disaster that struck Masamba, South Sulawesi, in 2020 had a significant impact on the community, both physically and emotionally. In this emergency situation, various initiatives emerged to gather aid, including efforts from social media influencers. This study aims to analyze the communication strategies used by TikTok influencer Yoshua Marcellos (@botaktiktok) in a crowdfunding campaign for the victims of the Masamba disaster.

The method used is a qualitative approach with content analysis techniques based on Klaus Krippendorff's framework. Data were collected through documentation of Yoshua Marcellos's TikTok content, consisting of 36 crowdfunding videos and 4 non-crowdfunding videos. The analysis process followed six stages: unitizing, sampling, recording, reducing, inferring, and narrating. The researcher examined visual elements, diction, and actions within the content, as well as netizen responses as indicators of message effectiveness.

The results show that the "open challenge" strategy employed by Yoshua Marcellos successfully encouraged public participation in donating. The use of dynamic visual styles, emotional and persuasive diction, and clear calls to action were key elements in building audience engagement. Yoshua's credibility and sincerity in delivering the message also played a vital role in gaining public trust.

This study concludes that Yoshua's success was not solely dependent on his popularity or follower count, but rather on the authenticity of his message, sensitivity to social conditions, and his active engagement with audience comments and challenges. Thus, Yoshua Marcellos serves as a tangible example of how an influencer can leverage social media as a tool to mobilize solidarity and create real impact in times of crisis.

Keywords: *Crowdfunding, Influencer, TikTok, Communication Strategy, Content Analysis, Masamba Disaster*