

ABSTRAK

Muhammad Rizky Ramadhan, 2024. Analisis Sosialisasi Program Kurban untuk Millennial di Rumah Amal Salman

Rumah Amal Salman merupakan salah satu lembaga filantropi yang berpusat di bawah naungan Masjid Salman ITB, dengan fokus pada kegiatan sosial dan kemanusiaan. Lembaga ini memiliki berbagai program yang bertujuan untuk memberdayakan masyarakat, baik melalui bantuan langsung maupun melalui pemberdayaan pendidikan, kesehatan, dan ekonomi. Salah satu program unggulannya adalah program kurban, yang dirancang untuk membantu masyarakat dalam melaksanakan ibadah kurban sekaligus mendistribusikan daging kepada mereka yang membutuhkan. Program ini menekankan transparansi, profesionalisme, serta kepedulian sosial, sehingga menarik minat berbagai kalangan, termasuk generasi millennial yang memiliki kecenderungan untuk berpartisipasi dalam kegiatan filantropi yang berdampak sosial luas.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sosialisasi program kurban yang ditujukan kepada generasi millennial oleh Rumah Amal Salman. Dalam era digital saat ini, generasi millennial memiliki karakteristik unik yang mempengaruhi cara mereka menerima dan merespons informasi, termasuk dalam konteks program keagamaan seperti kurban. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, dengan pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumentasi. Sepuluh responden millennial yang telah berpartisipasi dalam program kurban di Rumah Amal Salman menjadi subjek utama dalam penelitian ini.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesadaran millennial terhadap program kurban di Rumah Amal Salman cukup tinggi, terutama berkat penggunaan media sosial sebagai platform sosialisasi. Namun, pemahaman mendalam tentang proses dan manfaat kurban masih bervariasi di antara mereka. Faktor-faktor internal seperti kualitas program—meliputi transparansi, akuntabilitas, kualitas hewan kurban, dan pengelolaan yang profesional—berpengaruh signifikan terhadap respon positif millennial. Inovasi dalam metode sosialisasi, seperti penggunaan aplikasi mobile, kampanye digital kreatif, dan kolaborasi dengan influencer, juga meningkatkan minat dan partisipasi mereka.

Faktor eksternal seperti dukungan teknologi dan tren sosial turut mempengaruhi keberhasilan sosialisasi. Penggunaan platform online, integrasi metode pembayaran digital, dan pemanfaatan data analytics membantu dalam memahami preferensi millennial dan mengoptimalkan strategi pemasaran. Tren sosial seperti meningkatnya kesadaran sosial dan lingkungan, partisipasi dalam gerakan filantropi, serta pengaruh influencer memainkan peran penting dalam menarik perhatian millennial.

Kata Kunci: Sosialisasi, Program Kurban, Millennial, Rumah Amal Salman, Partisipasi, Teknologi, Tren Sosial

ABSTRACT

Muhammad Rizky Ramadhan, 2024. Analysis of the Qurban Program Socialization for Millennials at Rumah Amal Salman

Rumah Amal Salman is a philanthropic organization under the auspices of the Salman Mosque ITB, focused on social and humanitarian activities. This organization runs various programs aimed at empowering communities, both through direct assistance and through the empowerment of education, health, and the economy. One of its flagship programs is the Qurban program, designed to assist the public in performing the Qurban ritual while also distributing meat to those in need. The program emphasizes transparency, professionalism, and social concern, which attracts interest from various groups, including millennials who are inclined to participate in philanthropic activities that have a broad social impact.

This research aims to analyze the socialization of the Qurban program targeted at millennials by Rumah Amal Salman. In today's digital era, millennials possess unique characteristics that influence how they receive and respond to information, including in the context of religious programs such as Qurban. The research method used is descriptive qualitative, with data collected through in-depth interviews, observation, and document study. Ten millennial respondents who have participated in the Qurban program at Rumah Amal Salman served as the primary subjects of this study.

The research findings indicate that millennial awareness of the Qurban program at Rumah Amal Salman is relatively high, especially due to the use of social media as a socialization platform. However, in-depth understanding of the process and benefits of Qurban varies among them. Internal factors, such as the quality of the program—including transparency, accountability, the quality of the sacrificial animals, and professional management—significantly influence millennials' positive response. Innovations in socialization methods, such as the use of mobile apps, creative digital campaigns, and collaborations with influencers, also increased their interest and participation.

External factors, such as technological support and social trends, also influence the success of socialization. The use of online platforms, integration of digital payment methods, and utilization of data analytics help in understanding millennial preferences and optimizing marketing strategies. Social trends, such as increasing social and environmental awareness, participation in philanthropic movements, and the influence of influencers, play an important role in attracting millennials' attention.

Keywords: Socialization, Qurban Program, Millennials, Rumah Amal Salman, Participation, Technology, Social Trends