

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Lembaga sosial dibentuk atas dasar memberikan pelayanan kepada masyarakat sebagai model pendampingan yang berbasis kemandirian dan memberikan pelayanan yang disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat. Lembaga sosial juga membantu masyarakat di dalam mewujudkan demokrasi, sosial, politik dan ekonomi. Lembaga sosial ini juga bersifat kerelawanan atau semi-kerelawanan.¹

Lembaga sosial adalah organisasi nirlaba yang mempunyai beberapa ciri-ciri. Ciri yang pertama yaitu lembaga sosial umumnya berawal dari inisiatif masyarakat baik berasal dari tradisi lokal maupun inspirasi keagamaan. Ciri yang kedua, memiliki tujuan untuk melakukan peningkatan kesejahteraan masyarakat dan berorientasi pada program pembangunan. Ciri yang ketiga, mempunyai penggalangan dana sendiri dan ciri yang terakhir yaitu berbasis kerelawanan dan semi-kerelawanan.²

Manusia sebagai makhluk sosial, dalam menjalankan kehidupannya sehari-hari membutuhkan komunikasi. Kata komunikasi berasal dari bahasa latin *communis* yang berarti menjalin hubungan antara dua orang atau lebih.³ Proses komunikasi pada dasarnya adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain berupa ide, tanggapan, sikap, informasi, pendapat, dan lain sebagainya yang timbul dari pikirannya.

Minat adalah suatu keinginan kepada sesuatu. Minat hadir ketika sesuatu yang diinginkan seseorang dapat bermanfaat, dirasakan dan dialami

¹ Hilman Latief, *Politik Filantropi Islam Di Indonesia: Negara, Pasar, dan Masyarakat*, (Yogyakarta: Ombak,2013), h.31-32.

² Hilman Latief, *Politik Filantropi Islam Di Indonesia: Negara, Pasar, dan Masyarakat*,,,h.34.

³ Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2013). h.33.

secara nyata. Keinginan untuk memperhatikan dan bertindak pada orang, situasi atau kegiatan yang membangkitkan minat seseorang berdasarkan perasaan yang menyenangkan adalah definisi lain dari minat.⁴ Sebagai bentuk kepedulian terhadap orang lain, kecenderungan ini menyebabkan orang menyisihkan sebagian atau seluruh kekayaannya melalui lembaga sosial yang dianggap dapat dipercaya.

Untuk meningkatkan minat mitra berdonasi memerlukan strategi komunikasi yang baik. Cara terbaik untuk mencapai komunikasi yang sukses yaitu dengan cara menggabungkan semua elemen komunikasi yang berbeda yaitu komunikator, pesan, media, dan juga komunikan untuk sampai pada efek yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang ideal.⁵ Strategi komunikasi bersifat dinamis atau selalu berubah-ubah, jadi ketika ada perubahan dalam komunikasi, komunikator dapat mengambil tindakan lain secara akurat. Akibatnya strategi komunikasi yang telah dipersiapkan bisa memperoleh tujuan yang diharapkan.

Relawan Filantropi Indonesia merupakan sebuah gerakan besar di bawah naungan ACT. Gerakan ini berfungsi untuk menjembatani dan mempererat hubungan sesama manusia serta bertujuan untuk membangun sisi kedermawanan bangsa, memberikan solusi nyata dengan berbagai program kebaikan yang disediakan. Relawan Filantropi Indonesia juga bergerak untuk mengajak masyarakat luas bergabung menjadi penggerak kebaikan.

Aksi Cepat Tanggap (ACT) merupakan sebuah lembaga sosial kemanusiaan Indonesia yang mempunyai tujuan menjadi lembaga kemanusiaan dunia yang berpengalaman dan profesional berdasarkan kedermawanan dan relawan komunitas global dalam rangka membangun peradaban dunia yang lebih baik. ACT resmi dibentuk sebagai yayasan yang berkiprah di bidang sosial serta kemanusiaan. Kegiatan ACT dimulai dari aksi

⁴ Abdul Rahman Shaleh, *Psikologi Suatu Pengantar*, (Jakarta: Prenada Media, 2004), h. 263.

⁵ Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi...*, h.61.

tanggap darurat, lalu meluaskan aktivitasnya menjadi program pembaharuan pascabencana, pemberdayaan dan pengembangan masyarakat, beserta program Qurban, Zakat dan juga Wakaf.

Hadirnya Aksi Cepat Tanggap (ACT) di Kota Serang, diharapkan bisa mempermudah masyarakat yang ingin menyisihkan rezeki-nya khususnya yang berada di kota Serang untuk membantu mereka yang membutuhkan. Hal ini memperoleh respon baik dari berbagai kalangan, terlihat dari banyaknya kerjasama dengan berbagai mitra seperti: komunitas, DKM, Instansi pemerintah, UMKM dan sekolah-sekolah yang memudahkan Aksi Cepat Tanggap (ACT) Serang Raya demi memperoleh donasi dari para mitra.

Aksi Cepat Tanggap (ACT) mengajak seluruh masyarakat dan lembaga kemanusiaan untuk terlibat bersama di setiap kegiatan. Meningkatnya donator setiap tahunnya disebabkan karena seringnya pihak Aksi Cepat Tanggap (ACT) Serang Raya mengadakan silaturahmi dan sosialisasi tentang program kepada para mitranya. Selain itu, Aksi Cepat Tanggap (ACT) Serang Raya juga sering mengajak masyarakat agar peka dan peduli terhadap bencana yang terjadi khususnya di Kota Serang dengan mengadakan penggalangan dana. Aksi Cepat Tanggap (ACT) Serang Raya juga menyediakan kotak donasi yang disebar ke sejumlah Masjid, Rumah Sakit dan UMKM untuk membantu para dermawan yang belum bisa datang langsung ke kantor Aksi Cepat Tanggap (ACT) Serang Raya untuk berdonasi.

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas, peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh Aksi Cepat Tanggap (ACT) Serang Raya melalui Relawan Filantropi Indonesia (RFI) untuk meningkatkan minat mitra berdonasi melalui judul skripsi: **“STRATEGI KOMUNIKASI RELAWAN FILANTROPI INDONESIA DALAM MENINGKATKAN MINAT MITRA BERDONASI”**

B. Perumusan Masalah

Dari paparan latar belakang diatas, peneliti dapat merumuskan beberapa masalah yang akan diteliti, yaitu:

1. Bagaimana perencanaan komunikasi relawan filantropi Indonesia dalam meningkatkan minat mitra berdonasi?
2. Media apa yang digunakan relawan filantropi Indonesia dalam meningkatkan minat mitra berdonasi?
3. Apa saja hambatan yang dialami relawan filantropi Indonesia dalam meningkatkan minat mitra berdonasi?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui perencanaan komunikasi relawan filantropi Indonesia dalam meningkatkan minat mitra berdonasi.
2. Untuk mengetahui media yang digunakan relawan filantropi Indonesia dalam meningkatkan minat mitra berdonasi.
3. Untuk mengetahui apa saja hambatan yang dialami relawan filantropi Indonesia dalam meningkatkan minat mitra berdonasi.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini dapat dilihat dari dua aspek, yaitu sebagai berikut:

1. Teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa menambah dan memperkaya wawasan keilmuan yang bisa dijadikan sebagai rujukan untuk memajukan pengelolaan lembaga sosial. Selain menjadi rujukan, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan informasi tentang

strategi komunikasi yang baik. Sehingga lembaga-lembaga sosial bisa maksimal mensosialisasikan programnya kepada masyarakat.

2. Praktis

a. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan bisa menambah wawasan seperti apa strategi komunikasi yang dilakukan oleh relawan filantropi Indonesia (RFI) untuk bisa menarik masyarakat berdonasi.

b. Bagi Lembaga Pendidikan

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat bagi mahasiswa dan masyarakat sebagai bahan bacaan atau referensi ketika menjawab permasalahan tentang strategi komunikasi relawan filantropi Indonesia (RFI).

c. Bagi Aksi Cepat Tanggap (ACT) Serang Raya

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi tolak ukur dalam mengembangkan strategi komunikasi yang dilakukan oleh relawan filantropi Indonesia (RFI) untuk meningkatkan minat mitra berdonasi di ACT Serang Raya.

E. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Sebelum melakukan penelitian, peneliti melakukan pengecekan terlebih dahulu di jurusan komunikasi penyiaran Islam, Fakultas dakwah, Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten agar tidak terjadi plagiasi. Dari hasil pengecekan terhadap penelitian terdahulu, peneliti tidak menemukan judul yang sama dengan judul peneliti. Dalam penyusunan penelitian ada beberapa skripsi yang peneliti gunakan sebagai bahan rujukan dan referensi, diantaranya yaitu:

Pertama, skripsi yang disusun oleh Ahyar Kariana Asha (2021) dengan judul “*Strategi Fundraising Dalam Upaya Meningkatkan Minat Masyarakat Berdonasi di Aksi Cepat Tanggap Kota Pekanbaru Ditinjau Dari Perspektif*

Ekonomi Islam”,⁶ Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau-Pekanbaru tahun 2021 berisikan tentang strategi *fundraising* yang dilakukan oleh ACT Kota Pekanbaru. Penelitian yang dilakukan Ahyar ini menggunakan metode deskriptif kualitatif atau analisis, yaitu metode yang menggunakan informasi referensi berupa literatur dan artikel terkait serta menjelaskan kejadian di lapangan. Kesimpulan dari penelitian ini adalah tujuan dari strategi *fundraising* yang dilaksanakan oleh ACT Kota Pekanbaru untuk meningkatkan minat masyarakat berdonasi yaitu dengan menggunakan metode *Fundraising* langsung atau (*Direct Fundraising*) dan *Fundraising* tidak langsung atau (*Indirect Fundraising*). Terlihat dari penggunaan metode ini, minat masyarakat berdonasi di ACT Kota Pekanbaru sangat tinggi. Hal ini dibuktikan dengan semakin meningkatnya jumlah donatur atau mitra ACT Kota Pekanbaru setiap tahunnya. Persamaannya adalah tentang meningkatkan minat mitra berdonasi. Perbedaannya adalah peneliti membahas strategi komunikasi, sedangkan Ahyar membahas tentang strategi *fundraising*.

Kedua, skripsi yang disusun oleh Khairunnisa Permatasari (2017) dengan judul “*Strategi Komunikasi Aksi Cepat Tanggap Dalam Mensosialisasikan Program Kapal Kemanusiaan Melalui Media Sosial*”,⁷ Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta tahun 2017 berisikan tentang strategi komunikasi yang dilakukan oleh ACT. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif yang mengutamakan pengembangan teori-teori yang ada beserta penelitian lapangan untuk menghasilkan data deskriptif. Kesimpulan dari penelitian ini adalah strategi yang dipakai oleh ACT ialah: pertama, perumusan strategi

⁶ Ahyar Kariana Asha, *Strategi Fundraising Dalam Upaya Meningkatkan Minat Masyarakat Berdonasi di Aksi Cepat Tanggap Kota Pekanbaru Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam*. 2021.

⁷ Khairunnisa Permata Sari, *Strategi Komunikasi Aksi Cepat Tanggap Dalam Mensosialisasikan Program Kapal Kemanusiaan Melalui Media Sosial*. 2017.

(*Fee Campaign*), yaitu melibatkan anggota ACT, donatur dan masyarakat untuk mengidentifikasi faktor internal yang mereka hadapi. Kedua, implementasi (*Campaign*), yaitu penggunaan media konvensional seperti spanduk, baliho, dan lain-lain untuk mensosialisasikan program. Selain itu, mereka juga banyak menggunakan media online seperti website, facebook, twitter, instagram dan youtube. Ketiga adalah evaluasi. Persamaan skripsi peneliti dengan skripsi Khairunnisa ialah kajiannya tentang strategi komunikasi. Perbedaannya ialah peneliti meneliti tentang strategi komunikasi relawan filantropi Indonesia (RFI) di Aksi Cepat Tanggap (ACT), sedangkan Khairunnisa meneliti tentang strategi komunikasi media sosial di Aksi Cepat Tanggap (ACT).

Ketiga, skripsi yang disusun oleh Widi Aries Triyanto (2013) dengan judul “*Strategi Public Relations Aksi Cepat Tanggap Dalam Membangun Citra Positif Program Global Qurban*”,⁸ Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta tahun 2015 berisikan tentang *public relations* dalam membangun citra positif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif analisis. Yaitu penelitian yang bermaksud untuk mengetahui objek tentang apa yang dialami oleh objek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain. Secara holistic dan dengan cara deskriptif dalam bentuk kata-kata dan Bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan menggunakan berbagai metode alamiah. Kesimpulan penelitian tersebut adalah strategi yang diterapkan oleh ACT dalam membangun citra positif adalah menjalankan kerjasama dengan berbagai media massa seperti televisi, radio, surat kabar dan majalah. Selain itu mereka juga memasang spanduk untuk menginformasikan kepada masyarakat dan ikut berpartisipasi dalam kegiatan ACT. Persamaan skripsi

⁸ Widi Aries Triyanto, *Strategi Public Relations Aksi Cepat Tanggap Dalam Membangun Citra Positif Program Global Qurban*. 2013.

peneliti dengan skripsi Widi ialah perihal membangun citra positif. Perbedaannya ialah peneliti meneliti tentang strategi komunikasi, sedangkan Widi meneliti tentang strategi *public relations*.

F. Sistematika Pembahasan

Untuk memperjelas uraian penjelasan dari permasalahan yang diuraikan dalam skripsi ini, maka peneliti melakukan pembahasan secara sistematis. Untuk itu peneliti membaginya kedalam lima bab, yang masing-masing terdiri dari sub-sub sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

pada bab I ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat (manfaat teoritis dan manfaat praktis) penelitian, penelitian terdahulu yang relevan dan sistematika pembahasan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

Bab ini akan menjelaskan tentang kajian pustaka dan kerangka teori tentang komunikasi, strategi, strategi komunikasi, relawan filantropi Indonesia, minat, mitra dan donasi.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang metode penelitian, lokasi dan waktu penelitian, teknik pengumpulan data dan analisis data.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini peneliti membahas hasil penelitian yang menerangkan perihal gambaran umum Aksi Cepat Tanggap (ACT) Serang Raya, perencanaan komunikasi, media yang digunakan dan hambatan yang dialami oleh relawan filantropi Indonesia (RFI) dalam meningkatkan minat mitra untuk berdonasi ke ACT Serang Raya.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini, peneliti menyampaikan kesimpulan dari hasil penelitian dan memberikan saran tentang hasil penelitian.