

# STRATEGI KOMUNIKASI ORGANISASI NIRLABA DALAM MENARIK MINAT DONATUR (Studi Kasus Yayasan Buddha Tzu Chi Indonesia)

Aisha Gita Arumdalu

## ABSTRAK

Keberadaan organisasi nirlaba sangat membantu pemerintah dalam memajukan kesejahteraan umum dan mencerdaskan kehidupan bangsa sesuai dengan tujuan negara. Penggalangan dana adalah salah satu hambatan yang dirasakan oleh setiap organisasi nirlaba yang bergerak di bidang kemanusiaan. Dalam melakukan strategi penggalangan dana dapat dilakukan dengan strategi komunikasi. Strategi komunikasi yang tepat dapat menumbuhkan minat, kepercayaan, dan mempengaruhi khalayak untuk berpartisipasi dalam memberikan donasi. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi komunikasi yang dilakukan Yayasan Buddha Tzu Chi Indonesia dalam menarik minat donatur. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif dengan teknik studi kasus. Teknik pengumpulan data ialah wawancara mendalam, observasi partisipasi moderat, studi kepustakaan dan dokumentasi. Teknik analisis data berupa penjodohan pola, eksplanasi data, dan analisis deret waktu. Teknik keabsahan data menggunakan triangulasi sumber. Penelitian ini melibatkan dua informan, yang terdiri dari, *Head of External Relations & Partnership Development* dan donatur Yayasan Buddha Tzu Chi Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan oleh Tzu Chi berhasil menarik minat donatur. Namun dalam hal ini, masih terdapat hambatan dari kurangnya Sumber Daya Manusia (SDM) sehingga pengelolaan media sosial belum optimal yang menyebabkan *branding* dan *awareness* terhadap Tzu Chi masih rendah.

Kata kunci: Donasi, Organisasi Nirlaba, Strategi Komunikasi

**NON-PROFIT ORGANIZATION COMMUNICATION STRATEGY IN  
ATTRACTING DONORS (Case Study of The Buddhist Tzu Chi Indonesia  
Foundation)**

**Aisha Gita Arumdalu**

**ABSTRACT**

*The existence of a non-profit organizations is very helpful for the government in advancing the general welfare and the intellectual life of the nation in accordance with the goals of the country. Fundraising is one of the obstacles that is felt by every non-profit organizations engaged in the humanitarian sector. In implementing a fundraising strategy, a communication strategy can be used. The right communication strategy can generate interest, trust, and influence audiences to participate in making donations. The purpose of this study was to identify and describe the communication strategies employed by the Buddha Tzu Chi Indonesia Foundation in attracting donors. The research method used is a descriptive research method with a qualitative approach with a case study technique. Data collection techniques are in-depth interviews, moderate participation observation, literature study, and documentation. Data analysis techniques were pattern matching, explanation building, and time-series analysis. Data validity techniques used source triangulation. This study involved two informants, consisting of the Head of External Relations & Partnership Development and donors of the Buddha Tzu Chi Indonesia Foundation. The results showed that the communication strategy adopted by Tzu Chi and succeeded in attracting donors interest. However, in this case, there are still obstacles from the lack of Human Resources (HR) so that the management of social media is not optimal which causes branding and awareness of Tzu Chi to be low.*

*Keywords: Communication Strategy, Donors, Nonprofit Organizations*