



YAYASAN BUDDHA TZU CHI INDONESIA

Judul Skripsi :

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

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama : Aisha Gita Arumdalu

NIM : 1710411060



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"**

JAKARTA

2022

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun dirujuk telah dinyatakan dengan benar:

Nama : Aisha Gita Arumdalu

NIM : 1710411060

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 05 Desember 2021

Yang menyatakan,



Aisha Gita Arumdalu

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai Civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aisha Gita Arumdalu

NIM : 1710411060

Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah yang berjudul: **STRATEGI KOMUNIKASI ORGANISASI NIRLABA DALAM MENARIK MINAT DONATUR (Studi Kasus Yayasan Buddha Tzu Chi Indonesia)**.

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 05 Desember 2021

Yang menyatakan,



Aisha Gita Arumdal

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Aisha Gita Arumdalu

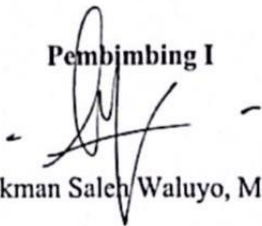
NIM : 1710411060

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Organisasi Nirlaba dalam Menarik Minat Donatur (Studi Kasus Yayasan Buddha Tzu Chi Indonesia)

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta.

Pembimbing I


(Lukman Saleh Waluyo, M.Si)

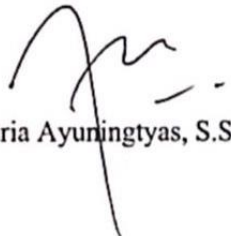
Penguji I


(Maria Febiana Christanti, M.Si)

Penguji II


(Ratu Laura Mulia BP., M.Sc)

KETUA PROGRAM STUDI


(Dr. Fitria Ayuningtyas, S.Sos., M.Si)

Ditetapkan di :Jakarta

Tanggal Ujian : Senin, 10 Januari 2022

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT karena atas rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi Organisasi Nirlaba dalam Menarik Minat Donatur (Studi Kasus Yayasan Buddha Tzu Chi Indonesia)” dengan baik. Skripsi ini diajukan guna memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi dalam Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

Penulis menyadari dalam proses penyusunan skripsi ini membutuhkan bantuan dari banyak pihak, sehingga pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih atas segala bentuk dukungan, bantuan dan doa dari berbagai pihak yang telah membantu dalam pelaksanaan dan penyusunan skripsi ini kepada:

1. Allah SWT, yang telah memberikan rahmat, nikmat, dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Dr. R. Dudy Heryadi, M.Si., sebagai Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
3. Dr. Kusumajanti, S.Sos, M.Si selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jakarta.
4. Drs. Syarif Ali, M.Si, CHRP selaku Wakil Dekan II Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jakarta.
5. Asep Kamaludin N., A.Ag, M.Si selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jakarta
6. Dr. Fitria Ayuningtyas M.Si, S.Sos, M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.

7. Lukman Saleh Waluyo, M.Si, selaku Dosen Pembimbing I Skripsi, yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, memberikan masukan, dan membantu penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.
8. Ratu Laura Mulia BP., M.Sc, selaku Dosen Pembimbing II Skripsi, yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, memberikan masukan, dan membantu penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.
9. Orang tua dan keluarga tercinta penulis yang telah memberikan dukungan penuh, semangat, serta doa agar penulis bisa menyelesaikan skripsi dengan baik.
10. Yayasan Buddha Tzu Chi Indonesia yang menjadi objek penelitian penulis, khususnya Andry Zulman selaku *Head of External Relations & Partnership Development* yang telah bersedia menjadi informan penulis dalam penyusunan skripsi ini dan Vinie Verentsia selaku *Staff External Relations & Partnership* yang sudah membantu dalam proses penelitian penulis.
11. Cindy Thamzil selaku donatur dari Yayasan Buddha Tzu Chi Indonesia yang telah bersedia menjadi informan penulis dalam penyusunan skripsi ini.
12. Teman-teman tercinta Ilmu Komunikasi 2017, khususnya Nurma Yanti, Savira Amanda, Maha Bunga Dewan Vutri, Farahdinta Destanti, dan Firly Laras Sukma yang telah memberikan canda tawa, suka dan duka, semangat serta membantu selama masa perkuliahan.

Jakarta, 5 Desember 2021



Aisha Gita Arumdalu

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

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.2 Pertanyaan Penelitian.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	6
1.4.2 Manfaat Praktis.....	7
1.5 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Konsep-Konsep Penelitian.....	9
2.1.1 Strategi.....	9
2.1.2 Komunikasi.....	10
2.1.3 Organisasi Nirlaba.....	13
2.1.4 Strategi Komunikasi.....	14
2.1.5 Strategi Komunikasi Organisasi Nirlaba.....	19
2.1.6 Minat.....	22
2.3 Model Penelitian.....	23
2.4 Kerangka Berpikir.....	26
BAB III METODE PENELITIAN.....	27
3.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	27
3.1.1 Sejarah Yayasan Buddha Tzu Chi Indonesia.....	27
3.1.2 Struktur Organisasi.....	29

3.2 Jenis Penelitian.....	30
3.2.1 Metode Penelitian.....	31
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.3.1 Wawancara Mendalam.....	32
3.3.2 Observasi.....	32
3.3.3 Dokumentasi.....	32
3.4 Sumber Data.....	33
3.5 Teknik Analisis Data.....	33
3.6 Teknik Keabsahan Data.....	35
3.7 Tabel Rencana Waktu.....	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1 Diskusi dan Analisis Data.....	37
4.1.1 Perumusan Strategi Komunikasi.....	38
a. Menganalisis Masalah.....	39
b. Memilih dan Menentukan Komunikator.....	40
c. Menentukan Khalayak.....	41
d. Menetapkan Tujuan.....	42
e. Memilih Media.....	43
f. Mengembangkan Pesan.....	44
g. Memproduksi Media.....	45
h. Melaksanakan Program.....	48
i. Melakukan Monitoring dan Evaluasi	52
4.1.2 Partisipasi Mitra.....	56
4.2 Pembahasan.....	59
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	68
5.1 Kesimpulan.....	68
5.2 Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA.....	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Elemen-elemen Komunikasi	12
Gambar 2.2 Model Perencanaan Komunikasi Assifi dan French.....	25
Gambar 2.3 Kerangka Berpikir	26
Gambar 3.1 Logo Organisasi	28
Gambar 3.2 Struktur Umum Yayasan Buddha Tzu Chi Indonesia	30
Gambar 3.3 Struktur Kantor Pusat Yayasan Buddha Tzu Chi Indonesia.....	30
Gambar 3.4 Jadwal Penelitian	35
Gambar 4.1 Media Komunikasi Facebook	46
Gambar 4.2 Media Komunikasi Instagram	46
Gambar 4.3 Media Komunikasi DAAI TV	47
Gambar 4.4 Postingan pada Media Komunikasi Instagram	47
Gambar 4.5 Perumahan Cinta Kasih Tzu Chi di Tadulako Palu	53