

ABSTRAK

Primadita Rahma Ekida, 2017. Peminatan Manajemen Komunikasi, Program S2 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta. Tesis. **“Strategi Komunikasi Organisasi Non Profit Pada Charity Run Melalui Crowdfunding Platform (Studi Kasus Yayasan Lari Nusantara dalam Penggunaan Peserta Event sebagai Penggalang Dana pada NusantaraRun Chapter 4 melalui Kitabisa.com)”**

Pembimbing: Novi Kurnia M.A., M.Si., Ph.D

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi menyediakan sarana alternatif bagi gerakan sosial. Masyarakat kini dapat menyalurkan santunan melalui berbagai cara yang dapat diakses secara *online*, salah satunya melalui *crowdfunding platform*. Yayasan Lari Nusantara menggunakan Kitabisa.com untuk memfasilitasi penggalangan dana pada kegiatan *charity run* NusantaraRun Chapter 4. Namun begitu, berbeda dengan *charity run* lainnya, NusantaraRun menggunakan peserta/pelari sebagai penggalang dana. Maka dari itu, penelitian ini berfokus pada pengelolaan strategi komunikasi Yayasan Lari Nusantara, termasuk dalam mengatur penggalangan dana yang dilakukan oleh peserta/pelari.

Landasan teori yang digunakan adalah pengelolaan strategi komunikasi untuk organisasi non profit yang terdiri dari perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian strategi komunikasi. Wawasan tentang *social crowdfunding platform* dalam *computer-mediated communication* juga dipakai sebagai dasar analisis. Metode penelitian menggunakan pendekatan studi kasus dan data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, *focus group discussion*, dan studi pustaka. Informan primer penelitian merupakan pendiri Yayasan Lari Nusantara, serta peserta NusantaraRun Chapter 4 yang dipilih berdasarkan jumlah donasi yang didapatkan, dan persentase donasi yang ditargetkan dan terpenuhi.

Berdasarkan hasil penelitian, strategi komunikasi yang dilakukan oleh Yayasan Lari Nusantara terbagi dalam dua klasifikasi. Pertama, alat-alat *public relations* digunakan untuk membangun kesadaran masyarakat bahwa NusantaraRun Chapter 4 merupakan alternatif sarana berdonasi untuk pendidikan. Kedua, peserta/pelari sebagai penggalang dana merupakan representasi dari *personal selling* yang bertujuan untuk menciptakan perilaku berdonasi atas dasar hubungan dan kepercayaan. Sementara Yayasan Lari Nusantara masih harus berjuang untuk meningkatkan publisitas; penggunaan peserta/pelari NusantaraRun Chapter 4 sebagai penggalang dana menghadapi berbagai tantangannya sendiri. Sebagai contoh, keterbatasan kelompok donatur potensial yang mereka sasar, ketidakseragaman pesan, dan sistem komunikasi internal. Selain itu, fasilitas *crowdfunding platform* yang diharapkan mampu memberikan paparan lebih besar dalam pengumpulan donasi harus dikomunikasikan dengan lebih baik.

Pada akhirnya, meskipun perolehan donasi NusantaraRun Chapter 4 telah melampaui target, terdapat beberapa perbaikan strategi komunikasi yang harus dilakukan agar pelaksanaan NusantaraRun berikutnya menjadi lebih optimal.

Kata kunci: *charity run*, organisasi non profit, pengelolaan strategi komunikasi, penggalangan dana, *personal selling*, *public relations*

ABSTRACT

Primadita Rahma Ekida, 2017. Majoring in Communication Management, Graduate School of Communication Studies, Faculty of Social Sciences and Political Science, Gadjah Mada University, Yogyakarta. Thesis. **“Communication Strategy of Non Profit Organization at Charity Run through Crowdfunding Platform (Case Study of Yayasan Lari Nusantara in Using Runners as Fundraisers at NusantaraRun Chapter 4 through Kitabisa.com)”**

Advisor: Novi Kurnia M.A., M.Si., Ph.D

Development of information and communication technology provides alternative medium for social movement. Nowadays people can distribute donation through various ways that is accessible online, one of them is through crowdfunding platform. Yayasan Lari Nusantara uses Kitabisa.com to facilitate the fundrasing on NusantaraRun Chapter 4, a charity run event that utilizes participants/runners as fundraisers. Therefore, this research focusing on how Yayasan Lari Nusantara managed the communication strategy in fundraising, including arranging the participants/runners.

This research used concept of managing communication strategy of non profit organization, which consist of planning, executing, and controlling the communication strategy. Besides that, the insight of social crowdfunding platform in computer-mediated communication also has been used to contruct the analysis. Case study approach was applied for this research and the data was collected through in-depth interview, observation, focus group discussion, and literature study. Primary informant was the founders of Yayasan Lari Nusantara, as well as some participants/runners that chosen on their donation achievement.

Based on the research, Yayasan Lari Nusantara applied two major strategies. First, public relations tools were used to build awareness so that people would like to support the education mission brought by the foundation. Second, participants/runners as fundraisers were the representation of personal selling strategy that aimed to encourage donation based on relationship and trust. As Yayasan Lari Nusantara still have to strive in improving its publicity; the use of participants/runners as fundraiser had its own challenges. For example, the limitation of potential donor group that they targeted, inconsistency of messages, and internal communication system. Besides that, crowdfunding platform that once expected to give wider exposure in fundraising still has to be communicated better.

In conclusion, although NusantaraRun Chapter 4 had successfully collected donation beyond the target, there were some improvement for the communication strategy that can be done in order to reach more.

Keywords: charity run, fundraising, managing communication strategy, non profit organization, personal selling, public relations