

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR	iv
DAFTAR BAGAN	v
 I. PENDAHULUAN	 1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Tujuan Penelitian	4
1.4. Manfaat Penelitian	4
1.4.1. Manfaat Teoritis – Akademis	4
1.4.2. Manfaat Praktis	4
1.5. Kerangka Teori	5
1.5.1. Strategi Komunikasi untuk Organisasi Non Profit	5
A. <i>Public Relations</i>	8
B. <i>Personal Selling</i>	10
C. Dinamika Relasi Organisasi Non Profit dengan Penggalang Dana	12
1.5.2. <i>Social Crowdfunding Platform dalam Computer-Mediated Communication</i>	13
1.6. Kerangka Konsep	19
1.7. Metode Penelitian	20
1.8. Lokasi dan Waktu Penelitian	21
1.9. Teknik Pemilihan Informan	22
1.10. Sumber Data	23
1.11. Teknik Pengumpulan Data	24
1.12. Teknik Analisis Data	25
 II. POLA BERDONASI DAN PERILAKU PENGGUNA INTERNET MASYARAKAT INDONESIA	 27
2.1. Perkembangan Sarana Berdonasi di Indonesia	27
2.2. Optimalisasi Internet untuk Perubahan Sosial	30
 III. KONTRIBUSI KOMUNITAS LARI TERHADAP PENDIDIKAN DI INDONESIA	 37
3.1. Yayasan Lari Nusantara: Memotivasi Pelari untuk Melakukan Kebaikan	37
3.1.1. Pendiri Yayasan Lari Nusantara	39
3.1.2. Peserta NusantaraRun Chapter 4	40
3.2. Kitabisa.com: <i>Crowdfunding Platform</i> sebagai Sarana Penggalangan Dana Daring di Indonesia	44

IV. ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI YAYASAN LARI NUSANTARA PADA NUSANTARUN CHAPTER 4	47
4.1. Perencanaan Strategi Komunikasi	47
4.2. Pelaksanaan Strategi Komunikasi	62
4.2.1. Strategi <i>Public Relations</i> Yayasan Lari Nusantara	63
A. Publisitas/Hubungan Media	63
B. <i>Sponsorship</i>	75
C. Mengadakan <i>Event</i> dan Mengikuti Pameran	77
D. <i>Website</i> dan Media Sosial	79
4.2.2. Strategi Penggalangan Dana oleh Peserta NusantaraRun Chapter 4	88
A. Penggunaan Pesan pada Halaman Profil di <i>Crowdfunding Platform</i>	88
B. Pendekatan Pribadi atau Pertemuan Tatap Muka	101
C. Proposal/Presentasi di Depan Publik	107
4.3. Pengendalian Strategi Komunikasi	120
A. Dampak dari Kegagalan Memetakan Kelompok Donatur Potensial	121
B. Ketimpangan Pesan dalam Penggalangan Dana	131
C. Komplain Peserta atas Penggunaan <i>Crowdfunding Platform</i>	133
D. Kompensasi untuk Peserta sebagai Penggalang Dana ..	141
E. Permasalahan Internal Yayasan Lari Nusantara	146
F. Proyeksi NusantaraRun Chapter 5	149
V. PENUTUP	152
5.1. Kesimpulan	152
5.2. Saran	154
5.2.1. Bagi Penelitian Selanjutnya	154
5.2.2. Bagi Organisasi Non Profit	154
DAFTAR PUSTAKA	156

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Elemen Perencanaan Strategi Komunikasi Organisasi Non Profit	6
Tabel 1.2. Alat <i>Public Relations</i> pada Organisasi Non Profit	10
Tabel 1.3. Daftar Informan (Peserta NusantaraRun Chapter 4)	23
Tabel 1.4. Daftar Informan Sekunder	23
Tabel 2.1. Penaksiran <i>Crowdfunding Platform</i>	34
Tabel 2.2. Contoh <i>Campaign</i> di Kitabisa.com	36
Tabel 3.1. Perjalanan NusantaraRun	38
Tabel 4.1. <i>Template</i> Pesan dari Panitia untuk Digunakan pada Profil Peserta di Kitabisa.com	59
Tabel 4.2. Pesan pada Profil Halida di Kitabisa.com	91
Tabel 4.3. Pesan pada Profil Jumhardani di Kitabisa.com	93
Tabel 4.4. Pesan pada Profil Carla di Kitabisa.com	95
Tabel 4.5. Pesan pada Profil Munsif di Kitabisa.com	97
Tabel 4.6. Pesan pada Profil Donny di Kitabisa.com	98
Tabel 4.7. Elemen Pesan Provokatif dan Aplikasinya pada Profil di Kitabisa.com	100

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1. Video perjalanan NusantaraRun Chapter 4 pada <i>channel</i> YouTube Runhood Mag	63
Gambar 4.2. Video pengenalan NusantaraRun pada <i>channel</i> YouTube Runhood Mag	64
Gambar 4.3. <i>Post</i> tentang NusantaraRun Chapter 4 pada Instagram Runhood Mag	64
Gambar 4.4. Pengumuman Penghargaan Readers' Choice Awards 2016 untuk NusantaraRun Chapter 4	65
Gambar 4.5. Artikel tentang Pendiri NusantaraRun di Koran Kompas ..	66
Gambar 4.6. Penampilan Halida pada <i>talkshow</i> Indonesia Morning Show NET TV.....	68
Gambar 4.7. Penampilan Adita pada <i>talkshow</i> MNC World News	69
Gambar 4.8. Artikel tentang Halida pada <i>Republika Online</i>	70
Gambar 4.9. Artikel tentang Munsif pada <i>Republika Online</i>	71
Gambar 4.10. Artikel tentang Carla pada Juara.Net	72
Gambar 4.11. <i>Stand</i> NusantaraRun pada Pameran Karya Alumni Sekolah Al-Izhar Jakarta, Maret 2017	77
Gambar 4.12. Halaman depan <i>website</i> NusantaraRun	79
Gambar 4.13. Halaman Facebook NusantaraRun	80
Gambar 4.14. Halaman Instagram NusantaraRun (1)	81
Gambar 4.15. Halaman Instagram NusantaraRun (2)	81
Gambar 4.16. Halaman Instagram NusantaraRun (3)	82
Gambar 4.17. <i>Post</i> Instagram Jumhardani	83
Gambar 4.18. <i>Post</i> Instagram Carla	84
Gambar 4.19. <i>Post</i> Instagram Imam	86
Gambar 4.20. <i>Template</i> Pesan yang Dikirim Donny Melalui WhatsApp	102
Gambar 4.21. Visual <i>Broadcast Message</i> Carla	105
Gambar 4.22. <i>Slide</i> Presentasi Imam (1)	108
Gambar 4.23. <i>Slide</i> Presentasi Imam (2)	109
Gambar 4.24. <i>Slide</i> Presentasi Imam (3)	110
Gambar 4.25. <i>Slide</i> Presentasi Imam (4)	111
Gambar 4.26. <i>Slide</i> Presentasi Halida	117
Gambar 4.27. Penggunaan Saluran Komunikasi Yayasan Lari Nusantara dan Penggalang Dana pada NusantaraRun Chapter 4	120
Gambar 4.28. Halaman <i>Campaign</i> Halida di Kitabisa.com	139

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1. Kerangka Pemikiran	20
Bagan 4.1. Alur Perencanaan Strategi Komunikasi pada Yayasan Lari Nusantara	61