

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Gambaran Umum Yayasan Yatim Mandiri

Yayasan merupakan suatu badan atau lembaga yang bergerak dalam berbagai bidang usaha seperti sosial, keagamaan, pendidikan dan lingkungan, yang pendiriannya ditetapkan dengan akta yang disahkan oleh notaris.⁵⁸ Yayasan didirikan dengan tujuan untuk melakukan kegiatan amal maupun sosial dan tidak mencari keuntungan (non-profit), dalam realitanya yayasan juga dapat bersifat komersial maupun non komersial, yayasan yang sifatnya komersial berarti bahwa pendapatan yang diperoleh tidak dimaksudkan untuk kepentingan individu maupun kelompok tertentu, namun pendapatan tersebut digunakan untuk membiayai kegiatan yayasan guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya, hal ini selaras dengan Pasal 1 Ayat 1 Undang-Undang No. 16 Tahun 2001, bahwa yayasan dapat melakukan kegiatan usaha untuk menunjang pencapai maksud dan tujuan dengan cara mendirikan badan usaha dan atau ikut serta dalam suatu badan usaha.⁵⁹ Hal ini berarti Yayasan memiliki kemampuan untuk melakukan kegiatan usaha untuk mendukung maksud dan tujuan mereka, hal ini dapat dilakukan dengan cara mendirikan usaha sendiri maupun berinvestasi pada badan usaha yang sudah ada.

Yayasan yatim mandiri merupakan organisasi atau lembaga yang berfokus pada pemberdayaan anak yatim dan kaum dhuafa sehingga mereka dapat mencapai kemandirian dan meningkatkan kualitas hidupnya, dengan akses pendidikan dan dan kesejahteraan yang layak. Didirikannya yayasan yatim mandiri ini bertujuan untuk memberikan dukungan moral bagi anak-anak yang kehilangan orang tua atau anak-anak yang hidup dalam kondisi sulit, adanya yayasan yatim mandiri sebagai sarana sehingga mereka tetap memiliki peluang yang sama dengan anak-anak lainnya.

⁵⁸ Yan Pramada Puspa, "Kamus Hukum", (Semarang: Aneka Ilmu, 1977), hlm 925.

⁵⁹ <https://luk.staff.ugm.ac.id/atur/UU16-2001Yayasan.pdf> diakses pada 17 Juni 2023, pukul 22.43 WIB.

Yayasan yatim mandiri biasanya bekerjasama dengan lembaga-lembaga lain seperti lembaga pendidikan, rumah sakit, pemerintahan dan juga masyarakat untuk melaksanakan program-programnya. Tidak hanya bekerjasama dengan berbagai lembaga, biasanya yayasan yatim juga menggandeng donatur untuk mendukung operasional dan program-program mereka, donatur ini bisa berasal dari perseorangan maupun dari perusahaan. Donatur biasanya memberikan sumbangan berupa dana, barang maupun jasa sebagai bentuk dukungan kepada lembaga amal atau dalam hal ini adalah yayasan yatim. Donasi yang diberikan ini sangat berperan penting dalam terselenggaranya program-program dan kegiatan yang telah ditetapkan oleh yayasan.

2. Profil Yayasan Mandiri Darul Qur'an

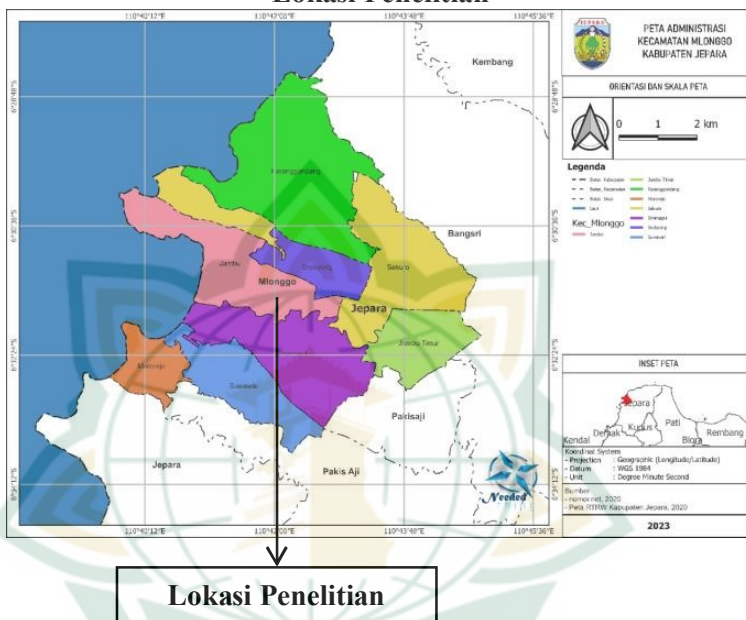
Yayasan Yatim Mandiri Darul Qur'an merupakan lembaga sosial yang terletak di desa Suawal RT 003 RW 001, Kecamatan Mlonggo Kabupaten Jepara. Yayasan ini sudah berdiri sejak tahun 2018 dan diresmikan pada tahun 2020.⁶⁰ Tujuan didirikannya Yayasan Mandiri Darul Qur'an ini adalah untuk menaungi anak-anak yatim piatu dan juga kaum dhuafa. Yayasan ini dibentuk yaitu karena kegelisahan Mohammad Zainal Arifin dan Muhammad Masyhari melihat bahwa anak-anak yatim hanya disantuni dua kali dalam satu tahun yaitu pada bulan Muharram dan juga bulan Ramadhan, selain itu mereka juga tidak mendapatkan hak yang sama dengan anak-anak lainnya dalam bidang pengembangan minat, bakat, dan juga ilmu pengetahuan.

Awalnya Yayasan Yatim Mandiri "Darul Qur'an" merupakan gabungan dari Yayasan Yatim Mandiri cabang Kudus, namun setelah melalui berbagai pertimbangan, pihak yayasan ingin mendirikan yayasan yang bersertifikasi Kemenkumham dan ber Akta Notaris. Dengan harapan tersebut, pihak yayasan ingin membentuk pusat lembaga sosial yang berdiri sendiri dan dipilihlah nama "Mandiri". Sedangkan nama "Darul Qur'an" sendiri merupakan nama mushola yang sudah lebih dulu berdiri di lingkungan yayasan, sehingga terbentuklah nama Yayasan Yatim Mandiri "Darul Qur'an", dengan harapan bahwa adanya yayasan tersebut dapat mendorong anak-anak

⁶⁰http://mapgeo.id:8826/umum/detail_kondisi_geo/21. Diakses Pada 20 September 2023. Pukul 12.49.

Yatim, Piatu dan Dhuafa menjadi pribadi yang mandiri dikemudian hari.

Gambar 4.1
Lokasi Penelitian



Yayasan Yatim Mandiri Darul Qur’an pada tahun 2020 sudah menaungi sebanyak 50 anak yatim, 1 anak yatim piatu dan 4 anak dhuafa, dimana jumlah keseluruhan anak yang terdaftar di yayasan sebanyak 55 anak.⁶¹ Anak-anak tersebut sebagian besar berasal dari desa setempat, selebihnya berasal dari lingkungan sekitar desa Suwawal dan juga desa Mambak di kecamatan Pakis Aji Jepara.⁶² Muhammad Zainal Arifin mengatakan bahwa sistem yang yayasan “Darul Qur’an” gunakan berbeda dengan kebanyakan yayasan yatim piatu lainnya, di Yayasan Yatim Mandiri “Darul Qur’an” ini sistemnya seperti jemput bola, yaitu dimana anak-anak tidak menginap seperti dipondok pesantren melainkan tetap menginap di rumah mereka masing-masing dan akan dijemput oleh pihak yayasan ketika akan ada kegiatan berlangsung, hal ini

⁶¹ Muhammad Zainal Arifin, wawancara oleh peneliti 28 September 2023 pukul 13.00 WIB

⁶² Muhammad Zainal Arifin, wawancara oleh peneliti 28 September 2023 pukul 13.00 WIB

dikarenakan yayasan belum memiliki gedung untuk menampung mereka, dimana untuk saat ini gedung masih dalam proses pembangunan.⁶³

Yayasan Yatim Mandiri Darul Qur'an berkomitmen untuk membiayai kebutuhan anak-anak yatim dhuafa, mulai dari kebutuhan pangan, pendidikan dan segala hal yang dapat meningkatkan kesejahteraan anak-anak tersebut. Terdapat dua sub lembaga dalam yayasan ini, yaitu LKSA (Lembaga Kesejahteraan Sosial Anak) yang diketuai oleh Ibu Nur Khamidah, dan lembaga Ponpes (Pondok Pesantren) yang diketuai oleh Bapak Syafrur Rokhim. Kedua sub lembaga tersebut membidangi tiga kegiatan, yaitu pendidikan dan agama, sosial dan kesehatan, serta ekonomi dan kesenian.

3. Visi Misi Yayasan Mandiri Darul Qur'an

Yayasan Yatim Mandiri "Darul Qur'an" memiliki motto yakni berbagi penuh cinta, serta visinya yaitu mewujudkan generasi yang mandiri, berkarakter, *berakhlakul karimah*, berprestasi dan terampil sesuai ajaran *ahlussunnah wal jamaah*. Selain visi dan mottonya tersebut, Yayasan Yatim Mandiri "Darul Qur'an" juga memiliki misi sebagai berikut:

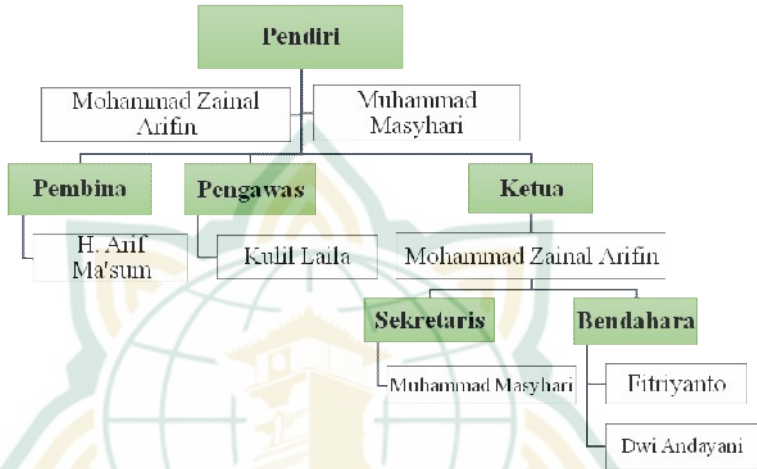
- a. Membangun pusat dakwah, sosial dan pendidikan yang berbasis pada pemberdayaan Yatim, Piatu dan Dhuafa'.
- b. Menyelenggarakan berbagai layanan pendidikan, ekonomi kesehatan dan sosial untuk kesejahteraan Yatim, Piatu, dan Dhuafa'.
- c. Mengorganisir, mengelola dan bekerjasama dengan berbagai pihak didalam hal penyelesaian permasalahan sosial kemanusiaan.
- d. Melaksanakan empat pilar pembinaan (akademik, karakteristik, seni budaya dan kecakapan hidup).
- e. Menyelenggarakan program pendidikan yang berkarakter pada sistem nilai agama, adat istiadat, dan budaya masyarakat dengan tetap mengikuti perkembangan era globalisasi.
- f. Membantu membuka usaha bersama untuk menyejahterakan pengurus dan orang tua asuh.⁶⁴

⁶³ Muhammad Zainal Arifin, wawancara oleh peneliti.

⁶⁴ <https://mandiridarulquran.or.id/tentang-kami/>. Diakses pada 30 September 2023 pukul 23.12 WIB

4. **Struktur Organisasi Yayasan Yatim Mandiri “Darul Qur’an”**

Tabel 4. 1
Struktur Organisasi Yayasan Mandiri “Darul Qur’an”



Struktur organisasi atau kepengurusan dapat bervariasi tergantung pada jenis organisasinya. Masing-masing memiliki tugas dan tanggung jawabnya tersendiri. Kepengurusan biasanya dipilih melalui musyawarah disesuaikan dengan kebutuhan dan kemampuannya, hal tersebut mendorong terjadinya koordinasi yang efektif guna mencapai tujuan. Dalam praktiknya, struktur organisasi atau kepengurusan dapat pula disesuaikan dengan kebutuhan, ukuran dan kompleksitas organisasi itu sendiri.

5. **Program-Program di Yayasan Yatim Mandiri “Darul Qur’an”**

Yayasan Yatim Mandiri “Darul Qur’an” memiliki visi yaitu menjadikan generasi yang mandiri, berkarakter, *berakhlakul karimah*, berprestasi dan terampil sesuai ajaran *ahlussunnah wal jamaah*. Untuk mendukung visinya tersebut, Yayasan Yatim Mandiri “Darul Qur’an” membuat beberapa program sebagai berikut:

a. Program Pendidikan dan Keagamaan

Program ini membantu anak-anak Yatim, Piatu dan Dhuafa dalam bidang Pendidikan dan keagamaan, seperti:⁶⁵

- 1) Menghafal Al-Qur'an
Yayasan Yatim Mandiri "Darul Qur'an" memiliki fasilitas sanggar Al-Qur'an untuk anak-anak Yatim, Piatu dan Dhuafa bisa menghafal dan belajar Al-Qur'an dan didampingi oleh Hafidz.
- 2) Sanggar Tilawah Qur'an
Yayasan membuka pelajaran tilawah Qur'an agar tajwid dan nada dalam membaca Al-Qur'an menjadi lebih fasih dan benar.
- 3) Sanggar Belajar
Fasilitas sanggar belajar diberikan oleh yayasan untuk memfasilitasi anak-anak yang kesulitan dalam proses belajar.
- 4) Sanggar Kesenian Jawa
Yayasan membuat program untuk mengenalkan serta mengajarkan kesenian jawa kepada anak-anak Yatim, Piatu dan Dhuafa.
- 5) Beasiswa Pendidikan
Beasiswa pendidikan ini diberikan sebanyak dua kali setahun oleh yayasan yang bekerjasama dengan donatur.
- 6) Beasiswa Sekolah
Pihak yayasan bekerjasama dengan donatur memberikan beasiswa sekolah gratis bagi ana-anak Yatim, Piatu dan Dhuafa dari jenjang SMP sampai dengan Perguruan Tinggi.
- 7) Do'a Bersama/Istighosah
Do'a bersama atau istghosah rutin dilakukan setiap tiga bulan sekali, hal ini dalam rangka untuk mendoakan para donatur, keluarga yatim dan pengurus serta pengelola yayasan.
- 8) Perayaan Hari Besar Islam
Pada saat memperingati hari besar Islam, pihak yayasan yang dibantu oleh donatur memberikan tali

⁶⁵ <https://mandiridarulquran.or.id/> diakses pada 3 Oktober 2023 pukul 20.10 WIB

kasih atau kenang-kenangan kepada naak-anak Yatim, Piatu dan Dhuafa.

9) Buka & Sahur Bersama

Pada bulan Ramadhan, pihak yayasan mengajak donatur dan anak-anak Yatim, Piatu dan Dhuafa dalam acara buka dan sahur bersama.

b. Program Sosial dan Kesehatan

Program ini mebantu anak-anak Yatim, Piatu dan Dhuafa dalam bidang sosial dan kesehaan, meliputi:

1) Khitan Yatim

Fasilitas khitan diberikan oleh yayasan secara gratis kepada anak-anak Yatim, Piatu maupun Dhuafa yang belum di khitan dengan menunjukkan kartu identitas yayasan ke klinik yang sudah bekerjasama dengan yayasan.

2) Klinik Kesehatan

Yayasan bermitra dengan klinik-klinik kesehatan memeberikan fasilitas kesehatan gratis kepada Yatim, Piatu dan Dhuafa yang sedang sakit dengan menunjukkan kartu identitas yayasan.

3) Pengadaan Ambulance

Yayasan memebrikan fasilitas ambulance bagi Yatim, Piatu dan Dhuafa yang berada di naungan yayasan. Ambulance ini juga kerap digunakan bagi lingkungan dan masyarakat yang membutuhkan.

4) Pengadaan Kacamata

Yayasan memberikan fasilitas berupa kacamata gratis khusus bagi Yatim, Piatu dan Dhuafa yang berusia pelajar.

5) Jum'at Berkah

Jum'at berkah merupakan kegiatan berbagi dan juga do'a bersama bagi para donatur, keluarga serta pengurus dan pengelola yayasan.

6) Berbagi Dhuafa

Program ini membantu meringankan beban para Dhuafa di lingkungan sekitar yayasan dengan memebrikan modal usaha dan atau bantuan berupa dandang dan pangan.

7) Santunan Anak Yatim

Memberikan santunan kepad anak Yatim, Piatu dan Dhuafa setiap jari Jum'at dan hari besar Islam.

- 8) Peduli Korban Bencana
Ikut serta membantu dan mengumpulkan donasi untuk korban bencana alam dan kepedulian sosial lainnya.
 - 9) Voucher Jajan Gratis
Memberikan tiket jajan khusus kepada anak Yatim, Piatu dan Dhuafa setiap datu bulan selai bersama para donatur.
- c. Program Kesenian dan Ekonomi
- Program ini meliputi:
- 1) Berkah Ilahi
Merupakan kegiatan perayaan hari ulang tahun anak Yatim, Piatu maupun Dhuafa yang dibantu oleh para donatur.
 - 2) Wisata Religi
Kegiatan mengajarkan anak-anak untuk mengenak ahli kubur atau tempat-tempat religi di lingkungan sekitar.
 - 3) Outbond
Memberikan hiburan bagi anak-anak dengan mengadakan outbound di lingkungan sekitar yayasan.
 - 4) Training Motivation
Memberikan motovasi kepada anak-anak dalam pembentukan karakter mereka.
 - 5) Gerakan Yatim Piatu Menabung
Yayasan mengajarkan anak-anak untuk menabung setiap pekan di mitra yang sudah ditentukan oleh yayasan berupa koperasi dan bank tertentu.
 - 6) Pendampingan KUBE
Membantu keluarga Yatim, Piatu dan Dhuafa di sekitar dengan memberikan modal usaha secara gratis.
 - 7) Rias Pengantin
Memberikan bantuan berupa tata rias kepada Yatim, Piatu dan Dhuafa yang bersedia untuk di rias dalam acara pernikahan.
 - 8) Pengadaan Paket Sekolah
Memberikan paket sekolah untuk anak-anak Yatim, Piatu dan Dhuafa pada setiap awal tahun sekolah.

9) Koin Peduli Umat

Yayasan memiliki kaleng sejuta umat yang dititipkan di toko-toko atau warung maupun rumah donatur yang akan diambil setiap dua sampai tiga bulan sekali.

B. Deskripsi Data Penelitian**1. Strategi komunikasi Public Relation Yayasan Yatim Mandiri Darul Qur'an dalam meningkatkan minat Donatur**

Bersadarkan hasil observasi yang telah peneliti lakukan, peneliti menemukan model strategi yang digunakan oleh Yayasan Yatim Mandiri Darul Qur'an dalam Meningkatkan Minat Donatur yang secara garis besar didasari oleh strategi komunikasi yang dikemukakan James Grunig dan Todd Hunt, yaitu *Press Agency/Publicity Model*, *Public Information Model* dan juga *Two-Ways Symethric Model*. Setelah dilakukan observasi mendalam, ketiga model strategi komunikasi tersebut merupakan yang paling relevan dan yang saat ini diaplikasikan oleh Yayasan Yatim Mandiri "Darul Qur'an". Muhammad Zainal Arifin mengungkapkan bahwa Yayasan memang tidak memiliki staf PR khusus. Namun peran PR dilakukan oleh semua staf yang bertugas.

a. *Press Agency/Publicity Model*

Teori *Press Agency* dikenal sebagai salah satu model pendekatan dalam *public relation* yang bertujuan untuk mendapatkan perhatian publik dengan menggunakan trik-trik tertentu.⁶⁶ Strategi ini bergerak satu arah dan lebih berfokus kepada menciptakan citra yang positif dihadapan publik. Model komunikasi seperti ini tidak memberikan kesempatan kepada publik untuk menyampaikan pertanyaan, tanggapan maupun sanggahan.

Strategi ini digunakan oleh tim yang disebut PR Yayasan Yatim Mandiri "Darul Qur'an" tentu saja untuk melakukan promosi dan mengenalkan Yayasan kepada publik, media yang yayasan gunakan dalam menjalankan strategi ini adalah dengan menggunakan surat kabar dan juga baliho yang untuk mengenalkan dan mempromosikan

⁶⁶ Alison Theaker, *Public Relation Handbook Second Edition*, (London and New York: Taylor and Francise- Library, 2004). Hal 12. Dikutip dari Miftah Fauzi Makruf 2017. Strategi *Public Relations* Baitul Maal Hidayatullah Pusat Dalam Menarik Minat Donatur 2017 HAL. 35.

program-program yang dimiliki Yayasan Yatim Mandiri “Darul Qur’an” kepada publik.

b. *Public Information Model*

Strategi selanjutnya yang digunakan oleh PR Yayasan Yatim Mandiri Darul Qur’an adalah model *Public Information Model*. *Public Information Model* adalah salah satu model strategi komunikasi yang menyediakan informasi yang akurat dan jelas untuk publik.⁶⁷ Humas atau *public relation* Yayasan Yatim Mandiri “Darul Qur’an” memanfaatkan media sosial sebagai sarana penyebaran informasi. Pemilihan strategi komunikasi dengan memanfaatkan media sosial seperti facebook dengan nama akun “Yayasan Mandiri Darul Qur’an”, Instagram nama akun “Yayasan Mandiri Darul Qur’an”, YouTube nama akun “Yayasan Mandiri Darul Qur’an” dan juga website tidak lain untuk memperluas jangkauan Yayasan Yatim Mandiri “Darul Qur’an” kepada publik dengan media yang mudah diakses oleh publik.

c. *Analisis Two-Ways Symethric Model*

Two Ways Symethric Model adalah pendekatan yang digunakan oleh PR dengan menekankan pentingnya komunikasi dua arah antara organisasi dan publik.⁶⁸ Strategi model ini menekankan bahwa nilai hubungan yang efektif yaitu terjadinya dialog yang terbuka dan saling mendengar antara pihak-pihak yang terlibat. Strategi ini digunakan oleh PR Yayasan Yatim Mandiri “Darul Qur’an” dengan mengadakan forum-forum diskusi bersama dengan calon donatur, media atau masyarakat.

2. Faktor Pendukung dan Penghambat dalam Meningkatkan Minat Donatur

Donasi merupakan sumber pendanaan yang penting bagi sebuah organisasi non-profit. Untuk mendapatkan donasi, tim PR dari organisasi atau yayasan perlu menentukan strategi yang efektif. Strategi yang efektif dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang kegiatan organisasi, serta membangun kepercayaan donatur sehingga tertarik untuk memberikan donasi.

⁶⁷ Miftah Fauzi Makruf 2017. Strategi *Public Relations* Baitul Maal Hidayatullah Pusat Dalam Menarik Minat Donatur 2017 hal. 35.

⁶⁸ Miftah Fauzi Makruf, hal. 36

Berikut ini faktor pendukung strategi komunikasi dalam meningkatkan minat donatur yang peneliti temukan dilapangan

- a. Kejelasan tujuan dan target donatur. Pesan harus disesuaikan dengan kebutuhan dan karakteristik target audiens. Yayasan perlu menargetkan donatur yang memiliki kepedulian terhadap anak-anak yatim
- b. Kredibilitas yayasan. Yayasan yatim harus memiliki kredibilitas yang tinggi dimata masyarakat. Hal ini dapat dibuktikan dengan laporan keuangan yang transparan dan program yang terukur yang selalu dipaparkan di yayasan, jika donatur ingin meminta laporan keuangan yayasan selalu siap meberikan sajian data untuk para donatur yang meminta data laporan tersebut
- c. Kualitas konten dan pesan. Pesan yang disampaikan harus jelas ringkas dan menarik perhatian. Pesan harus menekankan pada dampak positif dari donasi bagi anak-anak yatim
- d. Saluran komunikasi yang tepat. Kualitas hubungan yayasan dan media dapat membantu yayasan yatim untuk meyebarkan informasi tentang yayasan dan program-programnya.

Selain faktor pendukung diatas, dalam pelaksanaan strategi komunikasi juga terjadi beberapa hambatan, diantaranya:

- a. Kesalahan menentukan target donatur
- b. Kekurangan sumber daya. Yayasan yatim sering kali kekurangan sumber daya baik dari segi finansial maupun sumber daya manusia
- c. Kurangnya pemahaman tentang komunikasi PR. Yayasan yatim sering kali kurang memahami pentingnya komunikasi PR dan menerepkannya secara efektif.
- d. Pesaing. Yayasan yatim harus bersaing dengan yayasan yatim lainnya untuk mendapatkan donasi

C. Analisis Data Penelitian

1. Strategi komunikasi Public Relation Yayasan Yatim Mandiri Darul Qur'an dalam meningkatkan minat Donatur

Yayasan Yatim Mandiri “Darul Qur’an” Mlonggo telah melakukan banyak upaya dan strategi untuk menarik minat donatur agar mau bedonasi untuk yayasan. Seiring perkembangan teknologi, Mohammad Zainul Arifin selaku ketua yayasan sekaligus berperan sebagai PR yayasan mengembangkan strategi komunikasi dengan cara memasang

iklan melalui website dan juga sosial media sebagai salah satu strategi menarik minat donatur untuk Yayasan Yatim Mandiri Darul Qur'an.

Setelah dilakukan analisis mendalam, strategi Public Relation yang dilakukan oleh Yayasan Yatim Mandiri "Darul Qur'an" untuk menarik minat donatur sedikit banyak didasari oleh strategi komunikasi yang dikenalkan oleh James Grunig dan juga Tod Hunt, yaitu *press agency/Publicity model*, *public information model*, dan *two-ways symethric model*. Ketiga hasil termuan tersebut akan peneliti jabarkan seperti berikut ini:

a. *Press Agency/Publicity Model*

Yayasan Yatim Mandiri "Darul Qur'an" dalam menerapkan strategi komunikasi untuk meningkatkan minat donatur tidak terlepas dari strategi *press agency*. Sebagaimana yang sudah dijelaskan sebelumnya, *press agency* adalah model komunikasi *public relation* yang bergerak satu arah, atau model komunikasi jenis ini tidak memungkinkan untuk public memberi timbal balik atas informasi yang disampaikan oleh organisasi atau yayasan.⁶⁹ Yayasan Yatim Mandiri "Darul Qur'an" menerapkannya dalam strategi *advertising* dengan menggunakan surat kabar dan baliho sebagai mediana. Kedua media tersebut dikatakan sebagai media komunikasi satu arah karena dilakukan secara noninteraktif, dimana publik tidak bisa memberikan tanggapan atau timbal balik secara langsung terhadap informasi yang disampaikan melalui media tersebut.

Strategi *Press Agency/Publicity Model* ini biasanya tidak digunakan dalam jangka panjang, melainkan pada waktu-waktu tertentu saja seperti pada saat akan diadakanya acara atau kegiatan penting yang ingin dipromosikan, hal ini dilakukan dalam rangka meningkatkan peran dan aktivitas Yayasan dalam mengenalkan Yayasan kepada publik. Apabila strategi *press agency* ini digunakan dengan tepat, hal ini dapat membantu Yayasan dalam mencapai tujuannya seperti mendapatkan donasi, meningkatkan kesadaran masyarakat atau dalam mempromosikan perubahan sosial.

Dengan media ini, Yayasan Yatim Mandiri "Darul Qur'an" lebih sering melakukan propaganda atau

⁶⁹ Miftah Fauzi Makruf, hal 35.

kampanye untuk mempromosikan Yayasan serta program-program yang dimiliki untuk meningkatkan citranya di masyarakat. Pesan-pesan yang disampaikan dalam kampanye atau promosi melalui media tersebut dirancang sedemikian rupa agar menarik perhatian dan membuat orang-orang memiliki persepsi yang baik tentang Yayasan Yatim Mandiri “Darul Qur’an”. Alih-alih sebagai upaya mempromosikan diri, dengan strategi ini Yayasan sering kali menyembunyikan hal-hal yang kurang baik darinya. Hal ini wajar dilakukan dalam upaya strategi karena Yayasan ingin memberikan citra yang positif kepada publik. Namun, dengan tipe komunikasi satu arah ini, publik tidak memiliki akses untuk mendapatkan informasi yang lengkap mengenai Yayasan. Akibatnya, publik tidak menilai yayasan secara objektif melainkan cenderung menyesuaikan informasi yang diterimanya.

b. *Public Information Model*

Public Information Model Selanjutnya dalam rangka meningkatkan minat donatur, Yayasan Yatim Mandiri “Darul Qur’an” menerapkan strategi komunikasi *Public Information Model*. Strategi *Public Information Model* merupakan strategi komunikasi yang bertujuan menyediakan informasi yang akurat, objektif dan jelas untuk publik.⁷⁰ Strategi ini menekankan kepada pentingnya transparansi dan keterbukaan informasi bagi masyarakat.

Yayasan Yatim Mandiri “Darul Qur’an” menggunakan strategi ini dengan memanfaatkan berbagai sosial media dan juga situs web, untuk mengenalkan Yayasan Yatim Mandiri Darul Qur’an Mlonggo kepada publik. Penggunaan strategi ini dijelaskan oleh Moh. Zainal Arifin dalam wawancaranya, “Sekarang ini kami sudah mulai menggunakan media online, ada *facebook*, *instagram* dan *youtube* agar yayasan ini lebih dikenal oleh masyarakat, bukan hanya dari Jepara, tapi dari luar Jepara juga.” Masyarakat dapat dengan mudah mengakses akun media sosial mereka dengan nama Yayasan Mandiri Darul Qur’an (*facebook*), yayasanmandiridarulquran (*instagram*), Yayasan Mandiri Darul Qur’an (*YouTube*) dan

⁷⁰ Miftah Fauzi Makruf, hal. 35.

mandiridarulquran.or.id (*website*).⁷¹ Media sosial dapat membantu untuk meningkatkan visibilitas dan pengenalan yayasan kepada khalayak yang beragam. Perbedaan yang kentara antara strategi *Public Information Model* dan *Press Agency* terletak pada tujuannya. Jika *press agency* berfokus pada iklan dan promosi, maka *public information model* ini berorientasi pada pengenalan, yang mana pada strategi tidak perlu mempromosikan dirinya kepada publik. Yang terpenting dalam strategi ini yaitu keakuratan informasi yang disampaikan oleh pihak yayasan dapat diterima dengan baik oleh publik.

Dari hasil penelitian dilapangan, peneliti menemukan keakuratan informasi yang disampaikan Yayasan Yatim Mandiri “Darul Qur’an” dapat diterima dengan baik oleh publik. Hal ini dibuktikan bahwa informasi yang Yayasan sampaikan melalui media sosial dan juga *website* sesuai dengan apa yang sebenarnya terjadi dan yang akan terjadi di yayasan tersebut, seperti kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan atau program-program yang sedang berjalan yang disampaikan melalui website telah dikonformasi bahwa memang itu yang dilakukan di yayasan.

c. Two-Ways Symethric Model

Strategi yang selanjutnya digunakan oleh Yayasan Yatim Mandiri Darul Qur’an dalam menarik minat donatur adalah *Two-Ways Symethric Model*. Strategi ini adalah salah satu model komunikasi interpersonal yang biasa dilakukan oleh seorang *public relation*. Strategi ini berfokus pada menciptakan dialog atau interaksi dan menciptakan terjadinya hubungan timbal balik antara organisasi dan publik.⁷² Strategi *Two-Ways Symethric Model* ini bertujuan untuk membangun pemahaman serta kepercayaan diantara kedua belah pihak yaitu organisasi dan publik. Dalam strategi ini, baik organisasi maupun publiknya saling bertukar ide dan informasi, keduanya terbuka atas kritik dan saran yang disampaikan, hal seperti ini meminimalisir terjadinya ketimpangan kepentingan. Peneliti melihat bahwa strategi *two ways symethric model* ini merupakan strategi yang paling ideal dan memiliki

⁷¹ <https://mandiridarulquran.or.id/> diakses pada 16 Mei 2024 pukul 17.10 WIB

⁷² Miftah Fauzi Makruf, hal. 36.

keberhasilan yang tinggi dalam tujuannya menarik minat donatur.

Pihak Yayasan sangat *concern* terhadap kerjasama yang dibangun sehingga dapat memberikan manfaat satu sama lain antara yayasan dan publik/donatur. Selain itu kesepakatan-kesepakatan yang dibentuk antara yayasan dan publik juga berlandaskan dengan nilai-nilai kemanfaatan, hal ini tidak lain untuk membentuk persepsi publik bahwa Yayasan Yatim Mandiri “Darul Qur’an” adalah organisasi non-profit yang menjunjung tinggi nilai-nilai manfaat dan kemanusiaan, bukan dinilai sebagaimana perusahaan pada umumnya.

Langkah implementasi yang Yayasan lakukan lebih berfokus pada membentuk persepsi publik dalam menilai yayasan itu sendiri melalui forum-forum diskusi. Diadakannya forum diskusi ini tidak lain bertujuan untuk mewujudkan kerjasama yang efektif dan efisien namun tetap pada pemahaman yang sama (*mutual understanding*) dalam rangka memberikan manfaat terhadap sesama umat. Setelah mencapai paham yang sama, kerja sama baru akan dijalankan oleh yayasan bersama dengan calon donatur/sponsor baik dari perseorangan, perusahaan bahkan media.

2. **Faktor Pendukung dan Penghambat dalam Meningkatkan Minat Donatur**

Minat donatur merupakan faktor terpenting dalam menentukan keberhasilan strategi komunikasi public relation sebuah organisasi non-profit seperti yayasan. Organisasi non-profit membutuhkan donasi untuk menjalankan kegiatannya. Oleh karena itu, organisasi non-profit perlu memahami faktor-faktor pendukung dan penghambat minat donatur dalam memebrikan donasi untuk organisasi tersebut.

Berdasarkan dengan wawancara yang telah peneliti lakukan terhadap staf public relation di Yayasan Yatim Mandiri Darul Qur’an Mlonggo, peneliti mendapatkan jawaban bahwa faktor-faktor pendukung dan penghambat dihadapi oleh tim marketing yayasan yang terjun langsung ke lapangan menemui calon donatur. Namun faktor-faktor pendukung dan penghambat yang ditemukan oleh tim marketing ini tetap menjadi bahan evaluasi untuk PR dalam menggunakan strategi yang lebih efektif lagi, diantara faktor pendukung yang sering

kali ditemui dalam proses meningkatkan minat donatur adalah sebagai berikut:

a. Kejelasan tujuan dan target donatur.

Pesan harus disesuaikan dengan kebutuhan dan karakteristik target audiens. Yayasan perlu menargetkan donatur yang memiliki kepedulian terhadap anak-anak yatim. Kejelasan tujuan menjadi faktor penting dalam strategi meningkatkan minat donatur. Kejelasan tujuan membantu yayasan non-profit untuk fokus pada pesan yang ingin disampaikan kepada publik. Hal ini dapat membantu yayasan untuk menentukan media dan saluran yang tepat untuk mejangkau publik. Sasaran ini di tujukan sebagian besar kepada lembaga-lembaga profit serta perorangan dengan melakukan pendekatan serta pengertian tanpa menjual belas kasih anak yatim, tapi memberikan informasi mengenai pentingnya memperlakukan anak yatim terlebih lagi dengan pendekatan keagamaan maupun kemanusiaan.

b. Kredibilitas yayasan.

Yayasan yatim harus memiliki kredibilitas yang tinggi dimata masyarakat. Hal ini dapat dibuktikan dengan laporan keuangan yang transparan dan program yang terukur. Hal ini dibuktikan dengan selalu memberikan informasi keuangan setiap bulan di Yayasan sehingga masyarakat dapat melihat perkembangan pemasukan keuangan setiap bulanya, jika para donatur ada yang meminta laporan tersebut maka pihak yayasan siap meberikan sajian data dengan tepat dan akurat sebagai informasi kepada donatur tersebut, hal ini bertujuan agar kredibilitas yayasan tetap terjaga dan secara tidak langsung memberikan rasa saling percaya antara donatur dengan yayasan.

c. Kualitas konten dan pesan.

Pesan yang disampaikan harus jelas ringkas dan menarik perhatian. Pesan harus menekankan pada dampak positif dari donasi bagi anak-anak yatim. Seperti yang sudah dilakukan sebelumnya yayasan biasanya menggunakan poster-poster yang menarik ataupun video-video kegiatan seperti doa bersama, kegiatan belajar Al-qur'an dan kegiatan pendidikan lainnya. Mengguankan konten tersebut dengan memberikan sisipan ayat-ayat Al-

Qur'an atau Hadist-hadist yang relevan dengan kepedulian terhadap anak-anak yatim.

d. Saluran komunikasi yang tepat.

Kualitas hubungan yayasan dan media dapat membantu yayasan yatim untuk menyebarkan informasi tentang yayasan dan program-programnya.

Selain faktor pendukung yang telah disebutkan diatas, dalam melaksanakan prosesnya terdapat juga faktor penghambat yang mempengaruhi berjalannya strategi komunikasi, diantaranya adalah sebagai berikut:

a. Kesalahan menentukan target donatur.

Yayasan sering kali salah dalam menentukan target donatur dalam strategi komunikasinya untuk meningkatkan minat donasi. Hal ini dapat menyebabkan pesan yang disampaikan tidak relevan dengan kebutuhan dan minat calon donatur. Beberapa kesalahan yang terjadi biasanya adalah karena yayasan kurang mempertimbangkan usia, jenis kelamin, pendapatan dan juga tingkat pendidikan calon donatur. Terkadang ada donatur yang sudah tidak lagi dapat menyumbangkan dana dikarenakan saat humas atau *public relation* dari yayasan ini melakuakn pendekatan dengan pemahaman yang mudah dipahami tapi karena faktor keadaan ekonomi yang kurang mendukung maka donatur belum bisa memberikan untuk yayasan.

b. Kekurangan sumber daya.

Yayasan yatim sering kali mengalami keterbatasan dalam hal finansial, sumber daya manusia dan juga teknologi. Keterbatasan ini dapat menghambat upaya yayasan dalam menumbuhkan daya tarik bagi calon donatur.

Kekurangan sumber daya manusia dapat menyebabkan yayasan kesulitan dalam melaksanakan strategi komunikasi yang efektif. Misalnya dalam mengelola media sosial dan pembuatan video kreatif. Pengelolaan media sosial yang efektif penting untuk membangun hubungan dengan publik dan meningkatkan kesadaran akan kegiatan yayasan. Konten kreatif yang menarik dan informatif dapat menarik perhatian publik dan mendorong mereka untuk memberikan donasi.

Kurangnya sumber daya finansial juga menjadi suatu hambatan yayasan dalam upaya meningkatkanminat donatursalah satunya karena yayasan tidak memiliki

anggaran yang cukup untuk memasang iklan di media massa. Pemasangan iklan menjadi salah satu strategi komunikasi yang efektif untuk meningkatkan minat donatur. Iklan dapat menjangkau audiens yang luas dan menyampaikan pesan yayasan secara efektif. Namun, yayasan sadar bahwa memasang iklan di media massa membutuhkan biaya yang tidak sedikit.

c. Kurangnya pemahaman tentang komunikasi PR.

Yayasan yatim sering kali kurang memahami pentingnya komunikasi PR dan menerapkannya secara efektif. Komunikasi PR merupakan proses komunikasi yang dilakukan oleh yayasn dalam menjalin hubungan dengan publik, termasuk donatur.” Salah satunya ya karena kita tidak mempunyai tim humas khusus, jadi semua orang yang ada di yayasan ini ya sekaligus menjadi humasnya” hasil pernyataan Bapak Zainal Arifin selaku ketua Yayasan. Dalam hal ini, yayasan tidak memiliki staf PR khusus yang ahli dalam bidangnya, sehingga dalam pelaksanaannya yayasan sering kali menyampaikan pesan yang tidak relevan dengan kebutuhan dan minat donatur.

d. Pesaing.

Yayasan yatim harus bersaing dengan organisasi yatim lain atau organisasi yang menggunakan strategi komunikasi yang sama untuk mendapatkan donasi. Dalam pelaksanaan strategi komunikasi yang dilakukan oleh staf yayasan yatim mandiri Darul Qur'an, pesaing yang sering kali ditemui adalah organisasi yang menawarkan program dan layanan yang lebih menarik bagi calon donatur dan juga organisasi yang memiliki reputasi yang lebih baik.

Setelah dilakukan pengamatan lebih jauh, hambatan-hambatan yang telah didipaparkan sebelumnya lebih berdampak pada pelaksanaan strategi marketing yang dilakukan oleh Yayasan Yatim Mandiri Darul Qur'an. Adapun hambatan tersebut akan tetap menjadi bahan evaluasi bagi staf *Public Relation* untuk meningkatkan kualitas strategi komunikasi yang dilakukan sehingga akan berjalan lebih efektif. Dalam menjalankan strategi komunikasi dalam ranah public relation sendiri, Yayasan Yatim Mandiri “Darul Qur'an” menemui hambatan sebagai berikut:

a. Hambatan Teknis.

Hambatan teknis yang dihadapi oleh Yayasan Yatim Mandiri Darul Qur'an dalam menyampaikan informasi

kepada publik adalah keterbatasan ruang dan waktu. Hal ini disebabkan karena lokasi yayasan yang kurang strategis dan jauh dari keramaian sehingga komunikasi yang disampaikan kurang maksimal. Lokasi yang kurang strategis dapat menghambat yayasan dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat luas, hal ini mengakibatkan masyarakat kurang mengetahui keberadaan yayasan dan kegiatan-kegiatan yang dilakukannya. Selain itu, keterbatasan ruang dan waktu juga dapat menghambat yayasan untuk melakukan kegiatan komunikasi secara langsung seperti sosialisasi atau kampanye.

b. Prasangka.

Prasangka adalah sikap yang negatif yang terbentuk berdasarkan generalisasi yang keliru atau tidak lengkap. Sikap ini dapat menghambat strategi komunikasi yang dilakukan dengan efektif, karena yang disampaikan tidak diterima dengan baik oleh penerima pesan. Prasangka dapat terbentuk dari berbagai faktor, seperti pengalaman pribadi, informasi yang diterima dari orang lain, atau budaya yang dianut. Prasangka dapat bersifat negatif dan juga positif. Prasangka negatif dapat menimbulkan masalah termasuk menghambat komunikasi, namun di sisi lain dan prasangka positif yang dapat mendorong seseorang untuk berbuat baik kepada orang lain yang dianggapnya memiliki kesamaan dengannya.