

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FISIP

STRATEGI KOMUNIKASI FUNDRAISER ACT JAKARTA SELATAN DALAM KEGIATAN FUNDRAISING

Cynthia Amalia

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=76295&lokasi=lokal>

Abstrak

Berbeda dengan organisasi nirlaba pemerintah, sumber utama pemasukan dana ACT Jakarta Selatan berasal dari kegiatan fundraising secara mandiri kepada masyarakat dan pelaku usaha. Kawasan elit Jakarta Selatan menjadi kesempatan besar untuk mendapatkan dana dan dukungan dari donatur untuk ACT, dengan cara memperkenalkan dan menawarkan program.

Meski demikian, sumber daya manusia ACT menjadi tantangan besar dalam menjangkau perusahaan, kelompok masyarakat, organisasi dan lainnya yang berada wilayah seluas 141.37 km². ACT Jakarta Selatan hanya memiliki empat orang fundraiser untuk bertanggung jawab pada kegiatan fundraising di Jakarta Selatan. Keterbatasan tersebut membuat fundraiser memaksimalkan kegiatan penyampaian pesan yang berkaitan dengan komunikasi persuasi dan retorika kepada target donatur.

Oleh sebab itu, bagaimana strategi komunikasi yang digunakan fundraiser ACT Jakarta Selatan dalam kegiatan fundraising. Tujuan dilakukannya penelitian adalah untuk menjelaskan strategi komunikasi fundraising yang digunakan oleh keempat fundraiser ACT Jakarta Selatan dalam kegiatan fundraising. Penelitian ini menggunakan teori The Five Canons of Rhetoric Aristoteles, untuk menjelaskan seni berbicara yang dilakukan oleh fundraiser dalam kegiatan fundraising. Konsep komunikasi yang digunakan adalah metode strategi komunikasi Anwar Arifin untuk menerangkan cara penyampaian pesan yang digunakan fundraiser dalam kegiatan fundraising. Metode penelitian ini menggunakan kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini adalah fundraiser ACT Jakarta Selatan dalam kegiatan fundraising menggunakan metode komunikasi yang diterapkan dalam strategi dengan menyesuaikan khalayak ialah redundancy, canalizing, informative, persuasive dan educative. Fundraiser ACT Jakarta Selatan secara tidak sadar menerapkan lima hukum retorika dalam melakukan proses penciptaan komunikasi kepada donatur, yakni berupa (1) inventio (penemuan), (2) dispositio (penyusunan), (3) elocutio (gaya), (4) memoria (ingatan), (5) pronuntitio (penyampaian).