

BAB I PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Filantropi adalah sikap kedermawanan yang berupa tindakan cinta kasih kepada sesama manusia. Seperti menyumbangkan harta, waktu dan tenaga untuk membantu orang lain. Aktivitas filantropi tidak hanya dari individu atau perseorangan saja, melainkan dari organisasi-organisasi, sosial, dan keagamaan termasuk Nahdatul Ulama dan Muhammadiyah. Organisasi filantropi Islam di Indonesia secara aktif terlibat dalam berbagai kegiatan sosial, melayani dan mensejahterakan masyarakat. Tujuan organisasi filantropi adalah untuk memajukan keadilan sosial, memajukan kesejahteraan umum dan memberikan bantuan kepada orang-orang yang membutuhkan, termasuk keluarga berpenghasilan rendah, anak yatim piatu, dan korban bencana.¹

Aktivitas filantropi di Indonesia sudah ada sejak zaman dulu, dengan istilah gotong royong. Awal kegiatan filantropi di Indonesia dimulai dari kegiatan amal tradisional dan berdasarkan tradisi agama, bentuknya *direct giving* atau bantuan langsung yang dampaknya hanya jangka pendek.² Potensi filantropi di Indonesia belum optimal karena beberapa faktor. Pertama, pola menyumbang masyarakat masih bersifat karitatif, *direct giving* dan berorientasi jangka pendek. Kedua, masih minimnya kebiasaan masyarakat yaitu menyumbang secara tidak menyebutkan nama, sehingga

¹ Amril Maryolo. "Filantropi Berbasis Faith Based Organization di Indonesia (Studi Kasus Program PKPU)." *Palita: Journal of Social Religion Research* 2.1 (2018): 13-24.

² Filantropi Indonesia, <https://filantropi.or.id/> diakses pada tanggal 31 Agustus 2022.

menyulitkan lembaga filantropi untuk menyusun database dan melakukan perawatan donatur.

Di tengah tantangan tersebut, sektor filantropi di Indonesia terus berkembang pesat. Ratusan lembaga baru filantropi didirikan. Perkembangan filantropi Indonesia juga diwarnai dengan perluasan program yang didukung dan disumbang oleh masyarakat. Beberapa organisasi mulai mengarahkan kegiatan filantropi ke program strategis dan bersifat jangka panjang seperti, pelestarian lingkungan, pemberdayaan ekonomi, perlindungan perempuan dan anak sampai advokasi.³

Upaya ini dilakukan melalui mobilisasi dana dan sumber daya dari masyarakat untuk program-program yang mendapatkan dukungan pendanaan dari lembaga donor. Lembaga filantropi akan terus bertahan dengan adanya dukungan dari masyarakat dan donatur. Loyalitas donatur sangat memengaruhi keberlangsungan dari lembaga-lembaga filantropi. Relasi yang terjalin baik antara lembaga filantropi dengan para donatur merupakan hal penting sebagai kelangsungan program-program yang sudah ada. Oleh karena itu, kepercayaan dan komitmen donatur harus dijaga, agar relasi yang dibangun tetap terjalin dengan baik. Akan tetapi, pada Juli 2022 mulai beredar berita mengangkat kasus penyelewengan dana donasi oleh lembaga filantropi.

Munculnya kasus filantropi Aksi Cepat Tanggap (ACT) dengan kasus penyelewengan dana donasi, lebih dari 50% dari 1,7 triliun dana donasi yang masuk ke rekening ACT justru mengalir ke entitas yang

³ Muhammad Aiz. "Studi Lembaga Filantropi Media Massa." *MISYKAT Jurnal Ilmu-ilmu Al-Quran Hadist Syaria h dan Tarbiyah* 5.1 (2020): 165-173.

terafiliasi pada pihak pribadi beberapa diantaranya bahkan digunakan untuk membeli rumah vila hingga pembayaran kesehatan. Pusat Pelaporan dan Analisis Transaksi Keuangan (PPATK) menemukan sejumlah lembaga filantropi yang diduga kuat mengikuti jejak ACT dalam penyelewengan dana sumbangan. Berdasarkan pada pendalaman yang dilakukan, PPATK menemukan kurang lebih sebanyak 176 lembaga filantropi di Indonesia yang diduga melakukan penyelewengan dana sumbangan.⁴

Dalam kasus penyelewengan dana donasi oleh filantropi ACT dan kurang lebih 176 lembaga filantropi di Indonesia yang diduga melakukan penyelewengan dana sumbangan. Hal ini, mereduksi kepercayaan masyarakat terhadap lembaga filantropi yang sudah ada dan juga mendegradasi tingkat kedermawanan masyarakat Indonesia, yang pada 2021 dikukuhkan sebagai negara paling dermawan di dunia versi *World Giving Index* 2021 yang dirilis oleh CAF (*Charities Aid Foundation*).⁵

Kasus penyelewengan dana donasi pada lembaga filantropi ACT pada Juli 2022. Hal tersebut tidak berimbas pada loyalitas donatur di Yayasan Panti Asuhan NU “An-Nuur”. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengetahui strategi komunikasi apa yang dilakukan pada Yayasan Panti Asuhan NU “An-Nuur”.

Panti asuhan adalah lembaga sosial yang mempunyai peran untuk melindungi dan membimbing anak-anak yatim, piatu, yatim piatu, anak yang terlantar, dan kaum duafa dengan tujuan untuk mensejahterakan anak

⁴ Metronews, https://youtu.be/U-3j_3wAgKU diakses pada tanggal 4 September 2022

⁵ Filantropi Indonesia, <https://filantropi.or.id/indonesia-kembali-jadi-negara-paling-dermawan-di-dunia/> diakses pada tanggal 4 September 2022

asuh. Karena masing-masing anak mempunyai hak bertahan hidup, perlindungan, pendidikan dan akses kesehatan. Dengan anak-anak yang tumbuh dan berkembang secara baik, menjadi dasar awal untuk mempersiapkan generasi penerus bangsa.⁶

Peran Lembaga Kesejahteraan Sosial Anak (LKSA) panti asuhan bukan hanya sebagai pelaksana pengasuhan anak asuh. Akan tetapi, LKSA juga sebagai *gate keeper*. LKSA berperan melindungi anak dari tindakan kekerasan. Kekerasan terhadap anak adalah tindakan penganiayaan atau penelantaran fisik, seksual atau psikologi terhadap anak. Oleh karena itu, LKSA panti asuhan mempunyai peran penting untuk melindungi anak asuh.⁷

Panti Asuhan NU “An-Nuur” adalah yayasan yang bergerak pada bidang sosial dan pendidikan. Panti asuhan ini berlokasi di Jl. Tosaren II No. 96 Tosaren, Kec. Pesantren Kota Kediri. Panti Asuhan NU “An-Nuur” telah berdiri pada tahun 1994. Panti Asuhan NU “An-Nuur” ini berdiri di atas tanah wakaf keluarga H.Umar Surur seluas 1.135 m² dan tanah wakaf keluarga H. Oesman Djafar seluas 124 m². Berdasarkan surat keputusan menteri hukum dan hak asasi manusia nomor C-HT.01.09-510.28 September 2007, Yayasan Panti Asuhan NU “An-Nuur” melakukan program pengembangan baik dalam bidang sosial, pendidikan, usaha

⁶ A. Mustika Abidin. "Peran Pengasuh Panti Asuhan Membentuk Karakter Disiplin dalam Meningkatkan Kecerdasan Intrapersonal Anak." *AN-NISA: Jurnal Studi Gender dan Anak* 11.1 (2019): 354-363.

⁷ Oman Sukmana, Hutri Agustino, and Wahyu Hidayat. "Pendampingan Pengelolaan Panti Asuhan Putri Aisyiyah Kota Malang Dalam Upaya Persiapan Akreditasi Lembaga Kesejahteraan Sosial Anak (LKSA)." *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat MEMBANGUN NEGERI* 5.1 (2021): 143-154.

maupun keagamaan. Panti Asuhan NU “An-Nuur” mendapat sertifikat penghargaan sebagai standar nasional pengasuhan untuk lembaga kesejahteraan sosial anak pada 2012 dan menjadi salah satu panti asuhan Nahdlatul Ulama pertama di Kediri. Tentu dalam mengembangkan dan mewujudkan agar program tersebut terlaksana dengan baik, perlu adanya dukungan dari masyarakat sekitar dan para donatur.⁸

Panti asuhan adalah organisasi nirlaba. Tentunya dalam mewujudkan program-program tersebut memerlukan sebuah donasi, sudah semestinya untuk mempunyai relasi antara panti asuhan dan para donator. Dengan terciptanya relasi yang baik antara panti asuhan dan para donator, akan terjalin sebuah hubungan yang harmonis dan bisa mewujudkan panti asuhan yang sejahtera. Organisasi nirlaba membutuhkan seni dalam membangun dukungan dengan konsep pemasaran (*marketing*). Organisasi nirlaba tidak berorientasi dalam keuntungan (*profit*), tetapi untuk bisa melanggengkan yayasan perlu adanya strategi komunikasi dalam menjaga loyalitas donatur, baik galangan dana itu dari perorangan, perusahaan, komunitas, atau bahkan dari pemerintah.

Strategi komunikasi diperlukan agar khalayak target dapat dengan mudah menerima pesan yang disampaikan oleh sumber informasi. Strategi komunikasi diterapkan secara sistematis dan taktis untuk memahami khalayak sasaran, mengidentifikasi saluran yang efektif, mengembangkan dan mempromosikan ide serta mendorong dan mempertahankan tindakan

⁸ Yayasan Panti Asuhan NU An-Nuur, <https://youtu.be/VvIYfW5TWXQ> diakses pada 1 Juli 2022.

tertentu. Strategi komunikasi sebagai alat mengubah perilaku dan diperlukan dalam mencapai tujuan strategi komunikasi.⁹

Berdasarkan konteks penelitian, peneliti bermaksud untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi yang diterapkan dalam Panti Asuhan NU “An-Nuur” dalam menjaga loyalitas para donatur. Oleh karena itu, peneliti mempunyai ketertarikan lebih jauh tentang **Strategi Komunikasi Panti Asuhan NU “An-Nuur” Kota Kediri dalam Menjaga Loyalitas Donatur.**

B. Fokus Penelitian

Strategi komunikasi apa yang digunakan oleh Panti Asuhan NU “An-Nuur” Kota Kediri dalam menjaga loyalitas donatur?

C. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui strategi apa yang digunakan Panti Asuhan NU “An-Nuur” Kota Kediri dalam menjaga loyalitas donatur?

D. Manfaat Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini diharapkan memberi manfaat dari segi teoretis dan praktis.

a. Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi di bidang komunikasi. Selain itu, penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan

⁹ Soraya Ratna Pratiwi, Susanne Dida, and Nuryah Asri Sjafirah. "Strategi komunikasi dalam membangun awareness wisata halal di kota Bandung." *Jurnal Kajian Komunikasi* 6.1 (2018): 78-90.

penelitian tambahan bagi mahasiswa IAIN Kediri khususnya program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi masyarakat dalam pemahaman strategi komunikasi yang dilakukan oleh Panti Asuhan NU “An-Nuur” Kota Kediri. Mengetahui dalam memberikan informasi kepada khalayak atau donatur. Diharapkan entitas filantropi atau perorangan yang ingin bergerak dalam lembaga sosial mengetahui cara menjaga kepercayaan atau kesetiaan para donatur sehingga bisa loyal terhadap lembaga yang didirikan.

E. Jurnal Ilmiah

1. Jurnal dari R. Sumantri Raharjo – Politeknik Indonusa Surakarta (2017). Berjudul **“Strategi Komunikasi Lembaga Kemanusiaan dalam Menggalang Dana Masyarakat (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Komunikasi Dompot Dhuafa Yogyakarta dalam Penggalangan Dana¹⁰”**. Sesuai dengan sub judulnya, penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah, untuk mengetahui strategi-strategi komunikasi Dompot Dhuafa Yogyakarta dan penerapannya dalam menggalang dana masyarakat.

¹⁰ R. Sumantri Raharjo. "Strategi Komunikasi Lembaga Kemanusiaan dalam Menggalang Dana Masyarakat (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Komunikasi Dompot Dhuafa Yogyakarta dalam Penggalangan Dana)." *Jurnal Ikon* 1.5 (2017): 42-58.

Dari penelitian tersebut, diperoleh hasil dari strategi komunikasi yang dilakukan Dompot Dhuafa Yogyakarta dalam penggalangan donatur antara lain, 1) Dompot Dhuafa Yogyakarta telah melakukan strategi menarik (*pull strategy*), strategi mendorong (*push strategy*), dan strategi melampaui (*pass strategy*). 2) strategi komunikasi tersebut diimplementasikan dalam bentuk komunikasi persuasif kepada perusahaan, komunikasi melalui media baru (internet), komunikasi melalui media massa, komunikasi dengan media nonmassa dan komunikasi melalui laporan. 3) strategi yang dirancang untuk memperluaskan donatur baru dan mempertahankan donatur lama. 4) jangka panjang.

Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh R. Sumantri Raharjo dengan yang dilakukan oleh peneliti adalah pada variabel terikatnya. Pada penelitian yang dilakukan oleh R. Sumantri Raharjo variabel terikatnya adalah menggalang dana masyarakat, pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti menjaga loyalitas donatur. Teori yang dilakukan juga berbeda penelitian R. Sumantri Raharjo menggunakan konsep *Fund Raising* sedangkan teori yang digunakan oleh peneliti menggunakan teori strategi komunikasi dari Laswell. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh R. Sumarni Raharjo dengan yang dilakukan oleh peneliti adalah pada metode penelitian yaitu menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif dan juga sama-sama menggali strategi komunikasi.

2. Jurnal dari Andrika Saputra, Alvi Furwanti Alwie dan Any Widayatsari – Universitas Riau (2020). Berjudul “**Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan dan Loyalitas Donatur Dompot Dhuafa Riau**”.¹¹ Tujuan dari penelitian tersebut adalah untuk menganalisis pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepercayaan dan loyalitas donatur dalam menunaikan Zakat, Infak dan Sedekah di Dompot Dhuafa Riau.

Dari hasil penelitian tersebut, ditemukan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas. Promosi berpengaruh terhadap loyalitas melalui kepercayaan dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas melalui kepercayaan.

Perbedaan penelitian Andrika Saputra, Alvi Furwanti Alwie dan Any Widayatsari dengan penelitian peneliti terletak pada metode yang digunakan, yaitu menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, sedangkan peneliti menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Perbedaan lainnya adalah pada variabel bebasnya, penelitian Andrika Saputra Alvi Furwanti Alwie dan Any Widayatsari berfokus pada pengaruh promosi dan kualitas pelayanan, sedangkan peneliti berfokus pada strategi komunikasi. Objek dari

¹¹ Andrika Saputra, Alvi Furwanti Alwie, and Any Widayatsari. "Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepercayaan dan Loyalitas Donatur Dompot Dhuafa Riau (*The Effect of Promotion and Quality of Service on the Trust and Loyalty of Dompot Dhuafa Riau*)." *Jurnal Dakwah Risalah* 31.1 (2020): 70-84.

penelitian Andrian Saputra, Alvi Furwanti Alwie dan Any Widayatsari berada di Dompot Dhuafa Riau sedangkan peneliti berada di Yayasan Panti Asuhan “An-Nuur” Tosaren Kediri. Persamaan penelitian Andrian Saputra, Alvi Furwanti Alwie dan Any Widayatsari dengan penelitian peneliti sama-sama membahas loyalitas donatur.

3. Jurnal Komunikasi Pembangunan dari Hema, Hiswanti, Hidayaturahmi dan Amanda Anindya Putri. (2019). Berjudul “**Strategi Komunikasi Media Sosial untuk Mendorong Partisipasi Khalayak pada Situs Online Kitabisa.com**”. Tujuan dari penelitian tersebut untuk mendorong khalayak atau calon donatur untuk beralih dari donasi *offline* ke donasi *online*.

Dari penelitian tersebut, bahwa strategi komunikasi melalui media sosial sangat diperlukan untuk meningkatkan donasi di *platform* kitabisa.com. Strategi komunikasi yang diterapkan adalah dengan mengunggah konten yang berisi *storytelling* dan format video. Unggahan konten yang berisi video akan mendorong perhatian masyarakat karena bisa diputar berulang-ulang kali sehingga menarik perhatian masyarakat yang ingin berdonasi dibandingkan hanya format foto.

Perbedaan penelitian Hema, Hiswanti, Hidayaturahmi dan Amanda Anindya Putri dengan peneliti yaitu pada fokus penelitian. Penelitian Hema, Hiswanti, Hidayaturahmi dan Amanda Anindya Putri berfokus pada partisipasi khayalak untuk berdonasi dari media offline menuju media online dengan menggunakan media sosial sedangkan

peneliti berfokus pada strategi komunikasi dalam menjaga loyalitas donatur di Yayasan Panti Asuhan “An-Nuur”. Persamaan penelitian Hema, Hiswanti, Hidayaturahmi dan Amanda Anindya Putri dengan peneliti yaitu metode yang digunakan, yaitu metode kualitatif deskriptif dengan wawancara yang mendalam atau *in-dept interview* dan membahas strategi komunikasi.

4. Jurnal dari Arif Zunaidi, Setiawan dan Hendrik – Institut Agama Islam Negeri Kediri (2021). Berjudul **“Peran *Marketing Public Relations* dalam Merawat dan Mempertahankan Loyalitas Donatur Infaq¹²”**. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan strategi MPR atau *Marketing Public Relations* LAZ LPI dalam merawat dan mempertahankan loyalitas donatur.

Dari penelitian tersebut, diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa penerapan strategi MPR tiga cara yaitu, 1) *pull strategy* (promosi) 2) *push strategy* (Inovasi berdonasi) 3) *pass strategy* (*event* atau *sponsorships*) dengan tujuan untuk mempengaruhi masyarakat. Perbedaan penelitian Arif Zunaidi, Setiawan dan Hendrik dengan peneliti terletak pada variabel bebasnya. Arif Zunaidi, Setiawan dan Hendrik lebih fokus penerapan dari MPR sedangkan penelitian peneliti berfokus pada strategi komunikasi. Subjek penelitian Arif Zunaidi, Setiawan dan Hendrik dan peneliti juga berbeda. Persamaan dari penelitian Arif, Setiawan dan Hendrik dengan penelitian peneliti

¹² Hendik, Setiawan and Arif Zunaidi. "Peran Marketing Public Relations Dalam Merawat dan Mempertahankan Loyalitas Donatur Infaq." *ISTITHMAR: Jurnal Studi Ekonomi Syariah* 5.2 (2021).

membahas mengenai loyalitas donatur dan metode penelitian yaitu metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif.

5. Skripsi dari Feri Septriendi – Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang (2019). Berjudul “**Strategi Komunikasi Rumah Tahfidz Yatim Dhuafa Sumatera Selatan dalam Menjalankan Program Orang Tua Asuh¹³**”. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Adapun tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh RTYD Sumsel dan untuk mengetahui apa saja hambatan dan pendukungnya.

Dari penelitian tersebut, diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa strategi komunikasi RTYD Sumsel dalam menjalankan program orang tua asuh berdasarkan indikator-indikator seperti pengetahuan situasional, penentuan tujuan, dan kompetensi komunikasi secara menyeluruh. Adapun faktor penghambat dalam komunikasi tersebut terjadinya miskomunikasi yang mengakibatkan salah pengertian dan keterlambatan.

Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Feri Septriendi dengan peneliti terletak pada variabel terikatnya. Pada penelitian oleh Feri Septriendi variabel terikatnya adalah menjalankan program orang tua asuh sedangkan peneliti adalah menjaga loyalitas donatur. Subjek penelitian Feri Septriendi di Rumah Tahfidz Yatim Dhuafa sedangkan peneliti berada di Panti Asuhan NU “An-Nuur” Kota Kediri. Persamaan penelitian Feri Septriendi dengan peneliti yaitu

¹³ Feri Septriendi. *Strategi Komunikasi Rumah Tahfidz Yatim Dhuafa Sumatera Selatan dalam Menjalankan Program Orang Tua Asuh Skripsi*. Diss. UIN Raden Fatah Palembang, (2019).

menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, dan membahas upaya strategi komunikasi yang berkaitan dengan donatur.

6. Skripsi dari Kiki Septia Anindita – Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta (2018). Berjudul **“Strategi Komunikasi Lembaga Aksi Cepat Tanggap di Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Minat Donatur Pada Program Kapal Kemanusiaan untuk Palestina”**.¹⁴ Adapun tujuan dari penelitian tersebut adalah untuk mengetahui bagaimana perumusan, implementasi dan evaluasi strategi komunikasi.

Dari penelitian tersebut, diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa strategi komunikasi dalam meningkatkan minat donatur pada Program kapal kemanusiaan adalah dengan memanfaatkan media sosial Instagram serta menggunakan artis atau selebgram untuk membantu endorsment guna meningkatkan minat donatur.

Perbedaan yang dilakukan oleh Kiki Septia Anindita dengan peneliti terletak pada segi kasus yang diteliti. Penelitian Kiki Septia Anindita berfokus pada lembaga ACT di media sosial Instagram, sedangkan pada penelitian peneliti berada di Yayasan Panti Asuhan NU “An-Nuur” Kota Kediri. Persamaan dari karya Kiki Septia Anindita dan peneliti terletak pada metode penelitian yaitu menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, kemudian membahas donatur dan kegiatan peduli terhadap sosial.

¹⁴ Kiki Septia Anindita. *Strategi komunikasi lembaga Aksi Cepat Tanggap di media sosial instagram dalam meningkatkan minat donatur pada program kapal kemanusiaan untuk Palestina*. BS thesis. Jakarta: Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah. (2018).

F. Definisi Istilah

Definisi istilah merupakan ulasan secara singkat tentang pokok pembahasan. Tujuan definisi istilah adalah untuk menghindari perbedaan pemahaman oleh beberapa pihak dalam pengolahan kata yang digunakan dan sekaligus mempersatukan persepsi. Oleh karena itu, peneliti perlu menjelaskan atau menegaskan istilah yang terdapat dalam judul penelitian.

a. Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi adalah perencanaan penyampaian pesan melalui kombinasi berbagai unsur komunikasi seperti frekuensi, formalitas, isi, dan saluran komunikasi sehingga pesan yang disampaikan mudah diterima dan dipahami. Strategi komunikasi sebagai alat mengubah perilaku dan sikap sesuai dengan tujuan komunikasi.¹⁵

Strategi komunikasi adalah perencanaan dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Dalam mencapai tujuan tersebut, perlu memperhatikan strategi operasionalnya. Oleh sebab itu, komunikator perlu membuat taktik supaya pesan yang disampaikan diterima dan tepat sasaran seperti yang diinginkan. Selain diperlukan rumusan tujuan yang jelas pada strategi komunikasi, perlu mempertimbangkan kondisi dan situasi khalayak atau sasaran. R.Wayne Pace, Brent D. Paterson, dan M. Dallas Burnet dalam bukunya yang berjudul *Techniques For Effective Communication*, menjelaskan tujuan utama dari strategi komunikasi yaitu :

¹⁵ Soraya Ratna Pratiwi, Susanne Dida, and Nuryah Asri Sjafrah. "Strategi komunikasi dalam membangun awareness wisata halal di kota Bandung." *Jurnal Kajian Komunikasi* 6.1 (2018): 78-90.

1. *To secure understanding*: memastikan bahwa komunikan bisa menerima informasi yang disampaikan oleh komunikator.
2. *To establish acceptance*: membimbing komunikan atau penerima pesan.
3. *To motivate action to secure understanding*: memberikan motivasi kepada komunikan.¹⁶

b. Panti Asuhan

Menurut Kementerian Sosial RI, panti asuhan merupakan lembaga sosial yang berfungsi sebagai pengganti orang tua yang anak-anaknya terlantar. Bertanggung jawab untuk memberikan pelayanan kesejahteraan sosial bagi anak-anak yang terlantar. Memfasilitasi kebutuhan fisik, mental, dan sosial, sehingga anak asuh memiliki kesempatan untuk mengembangkan diri sebagai penerus bangsa.¹⁷ Menurut Gabor Nabor, panti asuhan adalah lembaga pelayanan sosial yang didirikan oleh pemerintah atau masyarakat untuk membantu atau mendukung individu atau kelompok masyarakat dengan tujuan memenuhi kebutuhan hidup.¹⁸

¹⁶ Asriwati, *Strategi Komunikasi Yang Efektif: Communication for Behavior Impact (COMBI) Dalam Pengendalian Demam Berdarah Dengue*. Nisa UI Hikmah. Aceh: Syiah Kuala University Press. (2019).

¹⁷ E-Panti, <http://epanti.com/pengertian-panti-asuhan/> diakses pada 12 juni 2022.

¹⁸ Tonni, Limbong, Alex Rikki, and Denny M. Rajagukguk. "Pelatihan Office (Microsoft Word dan Microsoft Excel) untuk Anak-anak Panti Asuhan Yacan Kecamatan Namorambe Kabupaten Deli Serdang." *Citra Abdimas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 1.1 (2021): 1-7.

c. Loyalitas

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), loyalitas adalah kepatuhan atau kesetiaan.¹⁹ Loyalitas adalah ukuran seseorang sejauh mana menyukai suatu produk atau jasa secara berkelanjutan. Mengukur sejauh mana kesetiaan dan ketaatan seseorang dalam menjalankan tindakan dengan kesadaran diri dan tanggung jawab. Faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas adalah kepuasan, ikatan emosi, kepercayaan, kemudahan, dan pengalaman.

d. Donatur

Donatur adalah seseorang yang memberikan donasi atau sumbangan baik berupa uang, sembako atau yang lainnya kepada sekelompok atau perorangan. Donatur mendonasikan sebagian hartanya kepada orang yang lebih membutuhkan. Para donatur mendonasikan hartanya dengan dilandasi kebiasaan baik demi kepentingan umum dan untuk kesejahteraan umat manusia.

¹⁹ Kamus Besar Bahasa Indonesia <https://kbbi.web.id/loyalitas> diakses pada tanggal 26 Juli 2022