

SKRIPSI

**PERAN HUMAS DALAM MENARIK PERHATIAN DONATUR
DI YAYASAN FADHILATURRAHMAH SURYAWANGI
LABUHAN HAJI LOMBOK TIMUR**

Diajukan Untuk Melengkapi Sebagian Persyaratan Menjadi Sarjana Sosial
Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam Universitas
Muhammadiyah Mataram



Oleh:

Renita Harizana

NIM. 717130034

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM**

2021

JUDUL SKRIPSI

**PERAN HUMAS DALAM MENARIK PERHATIAN DONATUR
DI YAYASAN FADHILATURRAHMAH SURYAWANGI
LABUHAN HAJI LOMBOK TIMUR**



Oleh:

Renita Harizana

NIM. 717130034

Diajukan Untuk Melengkapi Sebagian Persyaratan Menjadi Sarjana Sosial
Komunikasi Dan Penyiaran Islam

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM**

2021

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi diajukan oleh:

Nama : Renita Harizana

NIM : 717130034

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Agama Islam

Judul skripsi : **Peran Humas Dalam Menarik Perhatian Donatur Di Yayasan Fadhilaturrahmah Suryawangi Labuhan Haji Lombok Timur**

Telah disetujui untuk disidangkan dan dipertahankan di hadapan dewan penguji sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial pada Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Mataram.

Telah disetujui oleh:

Pembimbing I

Pembimbing II



Mappanyompa, MM. M.Pd.I

NIDN. 0819098301



Nurliva Ni'matul Rohmah, M.Kom.I

NIDN. 0808098605

Mengetahui:

Dekan Fakultas Agama Islam



Suwandi, M.Pd.I

NIDN. 0814067001

LEMBAR PENGESAHAN

Judul skripsi : **Peran Humas Dalam Menarik Perhatian Donatur Di Yayasan Fadhilaturrahmah Suryawangi Labuhan Haji Lombok Timur**
Nama : Renita Harizana
NIM : 717130034

Telah diajukan dihadapan Tim Penguji Skripsi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam pada:

Penguji I



Drs. Abdul Wahab, M.A
NIDN. 0812086701

Penguji II



Endang Rahmawati, M. Kom.I
NIDN. 0802018802

Pembimbing I



Mappanyompa, MM. M.Pd.I
NIDN. 0819098301

Pembimbing II



Nurliya Ni'matul Rohmah, M.Kom.I
NIDN. 0808098605

Disahkan oleh:

Dekan Fakultas Agama Islam



Suwandi, M.Pd.I
NIDN. 0814067001

LEMBAR KEASLIAN SKRIPSI

Bismillahirrahmaanirrahiim

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Renita Harizana

NIM : 717130034

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Agama Islam

Judul Skripsi : **Peran Humas Dalam Menarik Perhatian Donatur Di Yayasan Fadhilaturrahmah Suryawangi Labuhan Haji Lombok Timur**

Dengan ini menyatakan:

1. Skripsi ini merupakan hasil karya asli saya yang diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar strata satu (S-1) di Universitas Muhammadiyah Mataram (UMMat).
2. Semua sumber dan data yang saya gunakan dalam penulisan karya ini telah saya cantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Mataram (UMMat).
3. Jika dikemudian hari terbukti bahwa karya ini bukan karya asli saya atau merupakan karya jiplakan dari karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi berdasarkan undang-undang yang berlaku di lingkungan Universitas Muhammadiyah Mataram (UMMat).

Mataram, 14 Agustus 2021



Renita Harizana



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. K.H.A. Dahlan No. 1 Mataram Nusa Tenggara Barat
Kotak Pos 108 Telp. 0370 - 633723 Fax. 0370-641906
Website : <http://www.lib.ummat.ac.id> E-mail : upt.perpusummat@gmail.com

SURAT PERNYATAAN BEBAS
PLAGIARISME

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Mataram, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Renita Harizana
NIM : 717130034
Tempat/Tgl Lahir : Gondang, 11 Juni 1997
Program Studi : Komunikasi Dan Penyiaran Islam (KPI)
Fakultas : Agama Islam
No. Hp/Email : 082341579610 / jasmineelzacky@gmail.com
Judul Penelitian : -

Peran Humas Dalam Menarik perhatian Donatur
Di Yayasan Fadhilaturrahmah Suryawangi
Labuhan Haji Lombok Timur

Bebas dari Plagiarisme dan bukan hasil karya orang lain. 43%

Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian dari karya ilmiah dari hasil penelitian tersebut terdapat indikasi plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Mataram.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun dan untuk dipergunakan sebagai mana mestinya.

Dibuat di : Mataram

Pada tanggal : 02, 09, 2021

Penulis



NIM. 717130034

Mengetahui,
Kepala UPT. Perpustakaan UMMAT



Iskandar, S.Sos., M.A.
MIDN. 0802048904



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. K.H.A. Dahlan No. 1 Mataram Nusa Tenggara Barat
Kotak Pos 108 Telp. 0370 - 633723 Fax. 0370-641906
Website : <http://www.lib.ummat.ac.id> E-mail : upt.perpusummat@gmail.com

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Mataram, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Renita Harizana
NIM : 717130034
Tempat/Tgl Lahir : Gondang, 11 Juni 1997
Program Studi : Komunikasi Dan Penyiaran Islam (KPI)
Fakultas : Agama Islam
No. Hp/Email : 082341579610
Jenis Penelitian : Skripsi KTI

Menyatakan bahwa demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Mataram hak menyimpan, mengalih-media/format, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Repository atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama *tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta* atas karya ilmiah saya berjudul:

Peran Humas Dalam Menarik Perhatian Donatur
Di Yayasan fadhilaturrahmah Suryawangsi
Labuhan Haji Lombok Timur

Segala tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah ini menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada unsur paksaan dari pihak manapun.

Dibuat di : Mataram

Pada tanggal : 02, 09, 2021

Penulis



NIM. 717130034

Mengetahui,
Kepala UPT Perpustakaan UMMAT



Iskandar, S.Sos.,M.A.
NIDN. 0802048904

MOTTO

اتق الله حيثما كنت

“bertakwalah kamu dimanapun kamu berada”

خير الناس انفعهم للناس

“sebaik-baik manusia adalah yang memberikan manfaat bagi orang lain”

اطاب العلم من المهد إلى الهد

“Tuntutlah ilmu dari buaian ibu sampai liang lahat”



PERSEMBAHAN

Alhamdulillah bini'matihi tatimmu as-sholihah, segala puji dan syukur hanyalah milik Allah Raab semesta alam yang telah memberikan begitu banyaknya kenikmatan yang tidak terhitung jumlahnya, bahkan walaupun lautan dijadikan sebagai tinta dan ranting-ranting dijadikan sebagai pena, maka semua itu tidak bisa menuliskan betapa banyaknya kenikmatan yang Allah berikan kepada hamba-hamba-Nya, diantaranya yaitu saya bisa menyelesaikan skripsi ini Alhamdulillah.

Karya tulis ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua saya yang sangat saya cintai dan hormati yang telah mendidik dan merawat saya dengan penuh kelembutan dan kesabaran, yang selalu mendukung saya dalam banyak hal dan dengan berbagai usaha yang tidak pernah bisa saya balas, semoga Allah membalasnya dengan surga
2. Kepada kakak, adik dan seluruh keluarga yang menjadi motivasi saya untuk menyelesaikan studi
3. Kepada seluruh dosen dan khususnya dosen prodi Komunikasi Dan Penyiaran Islam yang telah memberikan ilmu dan pengetahuannya kepada kami, dan kepada dosen pembimbing yang telah menuntun saya sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini
4. Kepada teman-teman seperjuangan yang telah menemani perjuangan ini dari awal sampai akhir
5. Kepada seluruh asatidz dan asatidzaat yang ada di Ponpes. Ibnu Mas'ud Yayasan Fadhilaturrehman Suryawangi Labuhan Haji Lombok Timur atas partisipasi dan dukungannya dalam penyelesaian skripsi ini
6. Kepada almamater tercinta yaitu Universitas Muhammadiyah Mataram.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji bagi Allah yang azza wa jalla yang telah melimpahkan berbagai karunia dan rahmat-Nya salah satunya yaitu saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul PERAN HUMAS DALAM MENARIK PERHATIAN DONATUR DI YAYASAN FADHILATURRAHMAH SURYAWANGI LABUHAN HAJI LOMBOK TIMUR dengan baik. Sholawat beserta salam tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Beserta kepada keluarga, para sahabat dan orang-orang yang senantiasa mengikuti jejak langkah beliau hingga hari akhir kelak.

Ucapan terima kasih saya ucapkan kepada dosen pembimbing yang terus mendampingi dan memberikan banyak masukan serta arahan dalam proses penyusunan skripsi ini, tidak lupa pula saya ucapkan terima kasih kepada teman-teman seperjuangan beserta seluruh pihak yang banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini sehingga dapat diselesaikan dengan lancar

Saya menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kesalahan dan kekeliruan oleh karena itu saya mengharapkan kritik dan saran yang nantinya dapat menjadikan skripsi ini lebih baik lagi. Besar harapan saya agar skripsi ini bisa memberikan manfaat bagi diri saya pribadi khususnya dan bermanfaat bagi orang lain.

Mataram, 14 Agustus 2021

ABSTRAK

Nama : Renita Harizana

NIM : 717130034

Judul Skripsi : Peran Humas Dalam Menarik Perhatian Donatur Di Yayasan

Fadhilaturrehman Suryawangi Labuhan Haji Lombok Timur

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) mengetahui peran humas dalam menarik perhatian donatur di Yayasan Fadhilaturrehman Suryawangi Labuhan Haji Lombok Timur, (2) untuk mengetahui tanggapan yang diberikan oleh donatur terhadap Yayasan Fadhilaturrehman.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif, menggunakan pendekatan analisis peran, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi, teknik analisis data yang digunakan mencakup reduksi data, penyajian kemudian penarikan kesimpulan.

Berdasarkan hasil penelitian di Yayasan Fadhilaturrehman tentang peran humas dalam menarik perhatian donatur maka humas mengadakan berbagai kegiatan, baik kegiatan internal maupun eksternal untuk menarik perhatian donatur. Dengan adanya kegiatan-kegiatan tersebut dapat menghubungkan dan menciptakan hubungan yang baik antara donatur dengan Yayasan. Kegiatan-kegiatan tersebut tidak hanya dijalankan oleh bagian humas saja akan tetapi seluruh pihak yang ada di Yayasan Fadhilaturrehman ikut serta dalam pelaksanaannya. Donatur memberikan tanggapan yang sangat baik terhadap Yayasan jika dilihat dari dana yang masuk, namun dana tersebut tidak diukur berdasarkan jumlahnya tapi diukur dari jumlah donaturnya.

Kata Kunci : Peran Humas, *Public Relation*

ABSTRACT

Name : Renita Harizana

ID : 717130034

Thesis Title : The Role of Public Relations in Attracting the Attention of Donors at the Fadhilaturrehman Suryawangi Foundation, Labuhan Haji, East Lombok

This research aims to: (1) analyze the effect of public relations in attracting donors to the Fadhilaturrehman Suryawangi Foundation in Labuhan Haji, East Lombok, and (2) determine the response of donors to the Fadhilaturrehman Foundation. This study employed qualitative research with descriptive methodologies and a role analysis approach. Data gathering strategies included observation, interviews, and documentation, while data analysis procedures included data reduction, presentation, and conclusion drawing.

Based on the findings of the Fadhilaturrehman Foundation's research into the role of public relations in drawing donor attention, public relations held a variety of internal and external actions to attract donor attention. It is possible to connect and build a good relationship between contributors and the Foundation through these activities. These initiatives are carried out not only by the public relations department but also by all parties involved in the Fadhilaturrehman Foundation. Donors gave a good response and great attention to the Fadhilaturrehman Foundation when viewed from the incoming funds, but the funds were not measured by the amount but measured by the number of donors.

Keywords: The Role of Public Relations, Public Relations



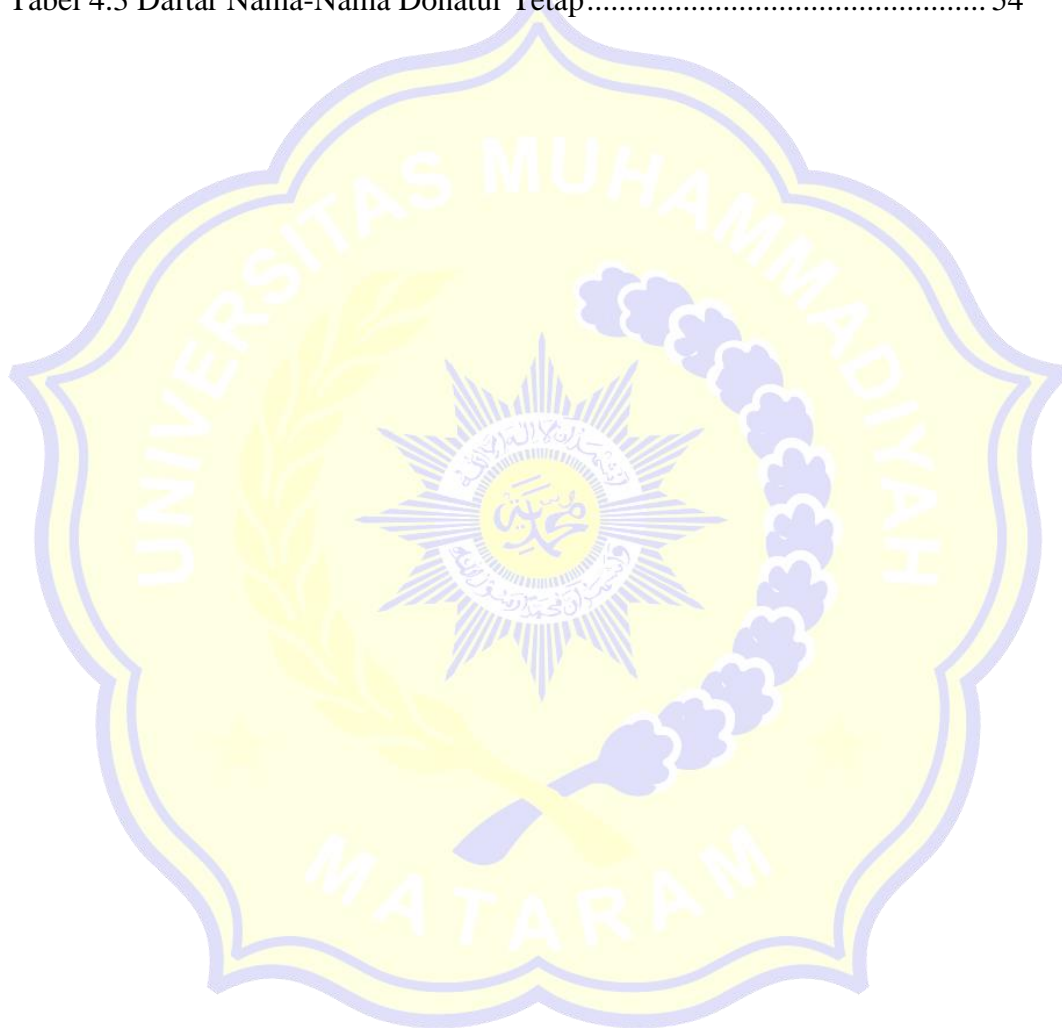
DAFTAR ISI

KULIT SAMPUL	i
LEMBAR JUDUL	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR KEASLIAN SKRIPSI	v
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	vi
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vii
LEMBAR MOTTO	viii
LEMBAR PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Sistematika Penulisan	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Kajian Pustaka.....	7
2.2 Kajian Teori	10
2.2.1 Teori Citra	10
2.2.2 Peran.....	13
2.2.3 Humas (<i>Public Relation</i>).....	14
2.2.4 Peran Humas (<i>Public Relation</i>).....	19
2.2.5 Perhatian.....	21
2.2.6 Donatur.....	23
2.2.7 Yayasan	24

BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1 Jenis Penelitian.....	27
3.2 Satuan Analisis.....	28
3.3 Sumber Data.....	28
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.5 Teknik Analisis Data.....	30
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	32
4.1 Profil Yayasan Fadhilaturrehman	32
4.1.1 Sejarah Yayasan Fadhilaturrehman	32
4.1.2 Visi Misi Yayasan Fadhilaturrehman	33
4.1.3 Lokasi Yayasan Fadhilaturrehman	34
4.1.4 Struktur Organisasi Yayasan Fadhilaturrehman.....	35
4.2 Peran Humas Dalam Menarik Perhatian Donatur.....	36
4.3 Bagaimana Tanggapan Yang Diberikan Oleh Donatur Kepada Yayasan Fadhilaturrehman	52
BAB V PENUTUP	56
5.1 Kesimpulan	56
5.2 Saran.....	56
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Persamaan Dan Perbedaan Dengan Penelitian Terdahulu	8
Tabel 4.1 Data Umum Kotak Amal Yayasan Fadhilaturrehman	40
Tabel 4.2 Data Santri Tidak Mampu Wilayah Lombok Utara.....	42
Tabel 4.3 Daftar Nama-Nama Donatur Tetap.....	54



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 List Infaq di Yayasan	53
Gambar 4.2 Lanjutan Dari Gambar 4.1	53



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi yang semakin berkembang pesat di berbagai bidang terutama banyak kita jumpai di bidang komunikasi, baik komunikasi yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari maupun komunikasi dalam sebuah organisasi, maka komunikasi yang baik tentunya sangat dibutuhkan terutama dalam sebuah organisasi, untuk menciptakan komunikasi yang baik kepada masyarakat tentunya kehadiran humas (hubungan masyarakat) sangatlah penting bagi sebuah organisasi. Eksistensi humas atau *public relation* pada setiap lembaga merupakan suatu keharusan fungsional dalam rangka memperkenalkan kegiatan dan aktivitas kepada masyarakat (khalayak).¹

Pada hakikatnya humas adalah aktivitas komunikasi, maka sebenarnya tujuan humas dapat dianalogikan dengan tujuan komunikasi yaitu adanya penguatan dan perubahan kognisi, afeksi dan perilaku komunikasinya. Kata *relation* menunjukkan kata kerja aktif maka harus dilihat dari dua kepentingan, yaitu organisasi dan publik sehingga tujuan humas adalah terpelihara dan terbentuknya saling pengertian (aspek kognisi), menjaga dan membentuk saling percaya (aspek afeksi), dan memelihara serta menciptakan kerja sama (aspek psikomotoris).²

Humas atau yang biasa disebut dengan *public relation* merupakan seni dan ilmu pengetahuan sosial yang dapat dipergunakan untuk menganalisis kecenderungan, memprediksi konsekuensinya, menasehati para pemimpin

¹Widjaja, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*, Bumi Aksara: Jakarta, 2010, hlm. 2.

²Zainul Mukarom & Muhibudin Wijaya Laksana, *Manajemen Public Relation*, Pustaka Setia: Bandung, 2015, hlm. 138.

organisasi dan melaksanakan program yang terencana mengenai kegiatan-kegiatan yang melayani, baik kepentingan organisasi maupun kepentingan publik.³

Secara garis besar humas merupakan salah satu ujung tombak dari sebuah organisasi, humas sangat diperlukan untuk menjalin komunikasi dengan para *stakeholder* ataupun untuk menyebarkan visi, misi, dan tujuan organisasi kepada publik.⁴

Humas juga merupakan alat manajemen untuk membantu organisasi dalam mencapai tujuannya dan merumuskan filosofi organisasi yang menjadi fasilitator dalam perubahan sosial. Humas menjalin komunikasi dengan seluruh publik, baik publik internal maupun eksternal untuk membangun hubungan positif antara organisasi dengan publiknya.⁵ Sebagai suatu usaha yang sengaja dilakukan, direncanakan secara berkesinambungan untuk menciptakan saling pengertian antara sebuah lembaga atau institusi dengan masyarakat,

Public relation (humas) berperan dalam memberikan informasi agar dapat diterima dan dipahami oleh publik secara cepat dan akurat, karena dengan penyampaian informasi yang tepat kepada publik mampu menciptakan ketertarikannya terhadap apa yang disampaikan oleh *public relation* mengenai sebuah lembaga.⁶

Adapun *public relation* diadakan untuk tujuan strategis, yaitu membaca rintangan yang muncul dari luar (ketentuan pemerintah yang

³Ruslan Rosady, *Manajemen PR Dan Media Komunikasi*, RajaGrafindo Persada: Jakarta, 1998, hlm. 16

⁴Rahmat Hidayat & Candra Wijaya, *Ayat-Ayat Al-Qur'an Tentang Manajemen Pendidikan Islam*, LPPPI: Medan, 2017, hlm. 141.

⁵Zainul Mukarom & Muhibudin Wijaya Laksana, *Manajemen Public Relation*, Pustaka Setia: Bandung, 2015, hlm. 275.

⁶Haryadi Mujianto, *Pengaruh Strategi Public Relation Terhadap Citra Perusahaan*, Jurnal Komunikasi Hasil dan Pemikiran, Vol. 4 No. 1, 2018, hlm. 88.

mematikan, ketidakpahaman karyawan atas sikap penduduk disekitar pabrik, sehingga penduduk bersikap melawan, tindakan pesaing, boikot konsumen, sampai kesalahan perusahaan yang dibuat tanpa sengaja terhadap publiknya) maupun rintangan dari dalam (pemogokan karyawan, perusakan, tindakan tidak terpuji dan lain-lain).⁷

Dan pada intinya humas merupakan kegiatan mengelola penyebaran berbagai informasi dari individu atau organisasi kepada masyarakat, maka informasi yang disampaikan harus jelas. Karena informasi adalah segala hal yang dapat mengurangi ketidakpastian atau keragu-raguan akan situasi tertentu, kegiatan menyebarluaskan informasi disebut dengan publikasi, publikasi berasal dari kata “*publicare*” yang artinya “untuk umum” jadi publikasi adalah kegiatan mengenalkan organisasi sehingga dapat dikenali oleh publik.⁸

Demikian halnya dengan Yayasan Fadhilaturrahmah yang memiliki bagian humas atau yang bertugas untuk menyebarluaskan segala informasi mengenai Yayasan. Yayasan Fadhilaturrahmah merupakan Yayasan swasta yang didirikan pada tanggal 29 Juni 1990. Yayasan Fadhilaturrahman terletak di kelurahan Suryawangi, Kecamatan Labuhan Haji, Kabupaten Lombok Timur.

Yayasan Fadhilaturrahmah memiliki tiga fokus kegiatan, diantara tiga fokus kegiatan tersebut adalah pada bidang pendidikan, dakwah, dan sosial

⁷Kadar Nurjaman & Khaerul Umam, *Komunikasi & Public relation*, Pustaka Setia: Bandung, 2012, hlm. 120.

⁸Rahmat Hidayat & Candra Wijaya, *Ayat-Ayat Al-Qur'an Tentang Manajemen Pendidikan Islam*, LPPPI: Medan, 2017 hlm. 143.

kemasyarakatan.⁹ Untuk menopang fokus kegiatan tersebut maka bagian humas berperan untuk menarik perhatian publik terutama perhatian para donatur demi kelancaran visi, misi, dan tujuan dari didirikannya Yayasan.

Untuk tahun 2020 di bidang pendidikan, Yayasan telah membangun ruang kelas lantai dua khusus putra dari hasil sumbangan donatur, total dana yang digunakan untuk pembangunan tersebut adalah sekitar Rp.224.830.000.¹⁰ Hal tersebut tidak terlepas dari adanya komunikasi yang baik yang diperankan oleh humas kepada donatur, maka berangkat dari sini penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai bagaimana peran humas di Yayasan Fadhilaturrehman dalam menarik perhatian donatur dan bagaimana tanggapan dan perhatian yang diberikan oleh donatur terhadap Yayasan.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas dapat ditentukan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana peran humas dalam menarik perhatian donatur di Yayasan Fadhilaturrehman?
2. Bagaimana tanggapan yang diberikan oleh donatur terhadap Yayasan Fadhilaturrehman?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui peran humas dalam menarik perhatian donatur di Yayasan Fadhilaturrehman
2. Untuk mengetahui tanggapan yang diberikan oleh donatur terhadap Yayasan Fadhilaturrehman

⁹Dikutip dari Proposal Yayasan Fadhilaturrehman

¹⁰Sebagaimana yang disebutkan dalam proposal pembangunan ruang kelas putra lantai dua Pondok Pesantren Islam Ibnu Mas'ud

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini dapat dibedakan menjadi dua, yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Sebagai bahan dan referensi pengembangan keilmuan, terutama tentang peran humas yang berkaitan dengan donatur.

2. Manfaat Praktis

A. Menambah wawasan dan pengetahuan baru khususnya bagi peneliti untuk dapat mengerti dan memahami lebih jauh tentang peran humas dalam menarik perhatian donatur di Yayasan Fadhilaturrehman.

B. Sebagai pedoman alternatif dan nantinya berguna bagi bagian humas di Yayasan Fadhilaturrehman.

C. Sebagai referensi bagi peneliti lain yang serumpun dengan pembahasan penelitian ini.

D. Membantu memperoleh pengetahuan mengenai peran humas dalam menarik perhatian donatur di Yayasan Fadhilaturrehman.

1.5 Sistematika Penulisan

Skripsi secara sistematis terdiri dari lima bab, yaitu bab I, bab II, bab III, bab IV, dan bab V.

Pada bab I terdiri dari pendahuluan yang berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian, dalam manfaat penelitian terdapat manfaat teoritis dan manfaat praktis. Kemudian pada bab I ini juga terdapat sistematika penulisan.

Adapun bab II berisi kajian pustaka dari penelitian sebelumnya yang digunakan peneliti sebagai bahan referensi atau rujukan dalam penyusunan

skripsi dan kajian teori yang menguraikan teori yang digunakan sebagai landasan yang relevan dengan topik yang dibahas.

Pada bab III terdiri dari metode penelitian yang berisi tentang jenis penelitian yang digunakan, satuan analisis, sumber data, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

Kemudian pada bab IV merupakan pembahasan yang menguraikan hasil penelitian dan pembahasan, dan bab V adalah penutup yang menguraikan tentang kesimpulan dan saran.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Pustaka

Peneliti mengumpulkan beberapa penelitian terdahulu yang dianggap relevan dengan judul, penelitian terdahulu tersebut yang peneliti gunakan sebagai bahan masukan untuk penelitian. Adapun referensi yang peneliti gunakan adalah:

Pertama, Judul penelitian *Peran Public relation Dalam Mensosialisasikan Perusahaan Asuransi PT. Prudential Life Assurance Cabang Makassar* oleh Intan Safitriani M. mahasiswi Fakultas Dakwah dan Ekonomi Universitas Negeri Alauddin Makassar. Penelitian ini menggunakan Teori Dosier, persamaannya adalah pada subyek yaitu *public relation* (humas) dan metode penelitiannya adalah deskriptif kualitatif, sedangkan perbedaannya adalah pada lokasi, dan fokus penelitian. fokus penelitian tersebut adalah dalam mensosialisasikan visi misi perusahaan asuransi dan mencari faktor pendukung serta penghambat dalam mensosialisasikan perusahaan asuransi, sedangkan peneliti akan memfokuskan penelitian ini pada peran (humas) dalam menarik perhatian donatur serta tanggapan donatur terhadap Yayasan, adapun lokasi penelitian tersebut dilakukan di PT. Prudential Life Asuransi Cabang Makassar sedangkan peneliti melakukan penelitian di Yayasan Fadhilaturrehman. Berdasarkan hasil penelitian tersebut terdapat faktor pendukung dan penghambat peran *public relation* dalam mensosialisasikan visi misi perusahaan, diantara faktor pendukungnya ialah adanya dukungan

dan respon dari publik, sedangkan faktor penghambatnya adalah adanya agen yang tidak menjelaskan dengan baik tentang prosedur berasuransi.¹¹

Kedua, judul penelitian Peran *Public relation* Dalam Membangun Komunikasi Public Internal Di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara oleh Jon Fahmi Oskandar mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dan menggunakan teori komunikasi organisasi dan pendekatan komunikasi organisasi serta teori *human relation*. Persamaannya adalah pada subyek penelitian yaitu *public relation* (humas) dan pada metode penelitian, sementara perbedaannya adalah pada obyek penelitian, dan penelitian ini lebih memfokuskan pada peran *public relation* terhadap publik internal sedangkan peneliti akan meneliti tentang peran humas dalam menarik perhatian donatur. Berdasarkan hasil penelitian humas UIN Sumatera Utara telah melaksanakan perannya dengan baik, hanya yang perlu dievaluasi adalah memperhatikan psikologi sosial (*human relation*) dalam berkomunikasi dengan karyawan, membantu dalam komunikasi organisasi serta menyadari pentingnya menjaga hubungan dengan publik internal.¹²

Tabel 2.1 Persamaan Dan Perbedaan Dengan Penelitian Terdahulu

Penulis	Persamaan	Perbedaan
Intan Safitriani M.	Persamaannya adalah pada subyek	Perbedaannya yaitu pada lokasi dan fokus penelitian, penelitian tersebut

¹¹Intan Safitriani M. skripsi: *Peran Public Relation Dalam Mensosialisasikan Perusahaan Asuransi PT. Prudential Life Assurance Cabang Makassarr*, Makassar: UIN, 2015, hlm. 59.

¹²Jon Fahmi Oskandar, skripsi: *Peran Public Relation Dalam Membangun Komunikasi Public Internal Di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*, Medan: UIN, 2019, hlm. 62.

	<p>yaitu <i>public relation</i> dan pada metode penelitiannya menggunakan deskriptif kualitatif</p>	<p>dilaksanakan di PT. Life Assurance cabang Makassar dan peneliti akan melakukan penelitian di Yayasan Fadhilaturrahmah, fokus penelitian tersebut adalah dalam mensosialisasikan visi dan misi perusahaan, sementara peneliti akan memfokuskan pada peran humas dalam menarik perhatian donatur</p>
<p>Jon Fahmi Oskandar</p>	<p>Persamaannya adalah pada subyek yaitu <i>public relation</i> dan pada metode penelitian yaitu kualitatif deskriptif</p>	<p>Perbedaannya adalah pada obyek dan lokasi penelitian, penelitian tersebut lebih memfokuskan pada peran <i>public relation</i> terhadap publik internal sedangkan peneliti akan memfokuskan pada peran humas dalam menarik perhatian donatur. Lokasi penelitian tersebut adalah di UIN SU sedangkan peneliti akan melakukan penelitian di Yayasan Fadhilaturrahmah</p>

2.2 Kajian Teori

2.2.1 Teori Citra (Image Theory)

1. Pengertian Citra

Secara umum citra adalah hasil evaluasi dalam diri seseorang berdasarkan persepsi dan pemahaman terhadap gambaran yang telah diolah, diorganisasikan dan disimpan dalam benak seseorang sebagaimana psikologi komunikasi. Citra dapat diukur melalui pendapat, kesan atau respon seseorang dengan tujuan untuk mengetahui secara pasti apa yang ada dalam pikiran setiap individu mengenai suatu objek, bagaimana mereka memahaminya dan apa yang mereka sukai dan tidak sukai dari suatu objek.

Citra dapat berupa anggapan positif yang berbentuk dukungan, keikutsertaan, peran aktif dan tindakan positif lainnya dan citra negatif yang berbentuk penolakan, permusuhan dan kebencian lainnya. Tanggapan positif dan negatif tergantung pada proses pembentukannya dan pemaknaan dari objek sasaran pembentukan citra.¹³

Menurut Frank Jefkins dalam buku *public relation* definisi citra dalam konteks humas citra diartikan sebagai kesan, gambaran atau impresi yang tepat (sesuai dengan kenyataan) atas sosok keberadaan

¹³Puput Purwanti, 2018, *Teori Citra Dalam Komunikasi Perusahaan*, dalam URL. <https://pakarkomunikasi.com/teori-citra-dalam-komunikasi> diakses pada tanggal 18 Juni 2021 pukul 12.43 WITA

berbagai kebijakan personal atau jasa-jasa dari suatu organisasi atau perusahaan.¹⁴

2. Jenis-Jenis Citra

Menurut Frank Jefkins dalam bukunya Hubungan Masyarakat menyebutkan adanya beberapa citra yaitu:

a. *Mirror Image* (Citra Bayangan)

Citra ini melekat pada orang dalam atau anggota-anggota organisasi mengenai anggapan pihak luar tentang organisasinya. Citra ini seringkali tidak tepat bahkan hanya ilusi, sebagai akibat dari tidak memadainya informasi, pengetahuan ataupun pemahaman yang dimiliki oleh kalangan dalam organisasi mengenai pendapat atau pandangan pihak-pihak luar, dalam situasi yang biasa sering muncul fantasi semua orang menyukai kita.

b. *Current Image* (Citra Kini)

Citra yang erat kaitannya dengan *word of mouth* atau informasi yang diperoleh dari orang lain. Citra kini berkaitan dengan pengalaman seseorang mengenai suatu organisasi atau perusahaan yang kemudian pengalaman yang dia dapatkan diceritakan kepada orang lain. Hal tersebut tidak menjadi sebuah masalah bagi perusahaan ketika yang diceritakan adalah hal positif, tapi akan menjadi sebuah masalah ketika yang

¹⁴Pangeran Kesepian, 2012, *Teori Citra (Image Theory)* Frank Jefkins, dalam URL. <http://alোক.blogspot.com/2012/03/teori-citra-image-theory-frank-jefkins.html?m=1> diakses pada tanggal 18 Juni 2021 pukul 21.45 WITA

diceritakan adalah sesuatu yang negatif sehingga hal tersebut mengakibatkan munculnya kesalahpahaman.

c. *Wish Image* (Citra Keinginan)

Citra keinginan adalah citra yang diinginkan oleh perusahaan, Citra keinginan biasanya dirumuskan dan diterapkan untuk sesuatu yang relatif baru, ketika khalayak belum memiliki informan yang memadai mengenainya.

d. *Corporate Image* (Citra Perusahaan)

Sebuah upaya dari perusahaan mengenai tujuan kedepan perusahaan dimata publiknya tentang bagaimana citra perusahaan mendapatkan citra positif, lebih dikenal dan diterima dengan baik oleh publiknya. *Public relation* atau humas berperan untuk mengupayakan dan bertanggung jawab untuk memajukan citra perusahaan atau organisasi yang dimana hal tersebut adalah tujuan utama dari sebuah perusahaan.

e. *Multiple Imge* (Citra Serbaneka)

Merupakan citra pelengkap dari citra perusahaan, hal ini bisa meliputi logo, atribut identitas, *brand name* para pekerja profesionalnya yang diidentikkan kedalam citra serbaneka yang diintegrasikan dengan citra perusahaan

f. *Performance Image* (Citra Penampilan)

Citra ini lebih ditujukan kepada subyek dari perusahaan yang berkaitan dengan kinerja atau penampilan diri dari setiap anggota organisasi sehingga dapat membawa organisasi. Hal ini juga bisa diartikan dengan etika perusahaan mulai dari menyapa, bersikap serta berinteraksi dengan pelanggannya.

Menurut Soleh Soemirat dan Elvinaro Ardianto, terdapat empat komponen pembentukan citra antara lain:

- a. Persepsi, diartikan sebagai hasil pengamatan unsur lingkungan yang dikaitkan dengan suatu proses pemaknaan dengan kata lain individu akan memberikan makna terhadap rangsang berdasarkan pengalamannya.
- b. Kognisi, yaitu suatu keyakinan diri dari individu terhadap stimulus, keyakinan ini akan timbul apabila individu diberikan informasi-informasi yang dapat mempengaruhi kognisinya
- c. Motivasi dan sikap yang ada akan menggerakkan respon seperti yang diinginkan oleh pemberi rangsang
- d. Sikap adalah kecendrungan bertindak dengan cara tertentu, sikap mempunyai daya pendorong atau motivasi.

2.2.2 Peran

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) kata peran memiliki makna yaitu perangkat tingkah yang diharapkan dimiliki oleh orang yang berkedudukan dalam masyarakat. Kedudukan dalam hal ini diharapkan sebagai posisi tertentu di dalam masyarakat yang mungkin tinggi, sedang-sedang saja atau rendah. Kedudukan adalah

suatu wadah yang isinya adalah hak dan kewajiban tertentu, sedangkan hak dan kewajiban tersebut dapat dikatakan sebagai peran, oleh karena itu seseorang yang mempunyai kedudukan tertentu dapat dikatakan sebagai pemegang peran (*role occupant*).¹⁵

Peranan (*role*) merupakan aspek dinamis dari kedudukan (*status*). Apabila seseorang melaksanakan hak hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya, maka dia menjalankan suatu peran, keduanya tidak dapat dipisahkan karena yang satu tergantung pada yang lain dan sebaliknya. Setiap orang mempunyai macam-macam peranan yang berasal dari pola-pola pergaulan hidupnya. Hal itu sekaligus berarti bahwa peranan menentukan apa yang diperbuatnya bagi masyarakat serta kesempatan yang diberikan masyarakat kepadanya.¹⁶

Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa peran merupakan suatu tingkah laku dan tindakan yang diharapkan oleh orang lain terhadap seseorang yang mempunyai kedudukan tertentu dalam masyarakat.

2.2.3 Humas (*Public Relation*)

1. Definisi Humas (*Public Relation*)

Humas adalah segala bentuk kontak dan hubungan yang diadakan oleh suatu organisasi dengan semua bentuk publik, baik

¹⁵R. Sutryyo Bakir, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, Kharisma Publishing Group: Tangerang, 2009, hlm. 348.

¹⁶Soerjono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar*, PT. RajaGrafindo Persada: Jakarta, 2013, hlm. 212-213.

internal maupun eksternal. Hubungan ini meliputi semua bentuk komunikasi.¹⁷

Definisi *public relation* menurut Dr. Rex Harlow adalah fungsi manajemen khas yang mendukung pembinaan dan pemeliharaan jalur bersama antara organisasi dan publiknya mengenai komunikasi, pengertian penerimaan, dan kerja sama, melibatkan manajemen dalam permasalahan atau persoalan: membantu manajemen untuk memahami dan tanggap terhadap opini publik, menetapkan dan menekankan tanggung jawab manajemen untuk melayani kepentingan publik, mendukung manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif, bertindak sebagai sistem peringatan dini dalam membantu mengantisipasi kecenderungan, dan menggunakan penelitian serta teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai sarana utama.¹⁸

Definisi Harlow walaupun terkesan sangat umum ataupun general, memberikan arti penting bagi kegiatan *public relation* itu sendiri. Bahwa kegiatan *public relation* yang dilakukan oleh setiap organisasi ataupun institusi pada intinya adalah kegiatan komunikasi, serta membantu agar manajemen tetap terinformasi (keluar dan ke dalam) serta responsive terhadap apa yang terjadi pada lingkungannya.¹⁹

¹⁷Widya Rahmawaty, *Strategi Hubungan Masyarakat Dalam pelaksanaan Fundraising Di MI Diponegoro 1 Purwokerto Lor*, Jurnal Kependidikan. Vol. 7. No. 2, 2019, hlm. 167.

¹⁸Kadar Nurjaman & Khaerul Umam, *Komunikasi & Public Relation*, Bandung: Pustaka Setia, 2012, hlm. 103.

¹⁹Zainul Mukarom & Muhibudin Wijaya Laksana, *Manajemen Public Relation*, Bandung: Pustaka Setia, 2019, hlm. 109.

Keith Butterick yang diterjemahkan oleh Nurul Hasfi dalam buku pengantar *Public Relation Teori dan Praktik* menyebutkan Chartered Institute of *Public relation* (CIPR) menawarkan sebuah definisi yang mengenalkan dimensi baru yang berbeda yaitu *Public relation* adalah tentang reputasi hasil dari apa yang anda lakukan, apa yang anda katakan, dan apa yang orang lain katakan tentang anda. *Public relation* adalah disiplin ilmu yang bertugas menjaga reputasi dengan tujuan untuk mendapatkan pemahaman dan dukungan, serta mempengaruhi opini dan perilaku. Kegiatan ini merupakan usaha yang terencana dan berkesinambungan untuk membangun serta mempertahankan niat baik dan saling pengertian antara organisasi dengan publiknya”.²⁰

Jefkins menyatakan bahwa *public relation* adalah suatu *public service* ke dalam (*public internal*) dan keluar (*public external*) organisasi, keluar *public relation* harus memperoleh kepercayaan sehingga *public relation* harus memanfaatkan dan menemukan fakta dan data yang tepat untuk dianalisis dan disajikan dalam pesan-pesan komunikasi.²¹

Adapun yang dimaksud dengan publik internal yaitu orang-orang atau kelompok yang berada di dalam organisasi, sedangkan publik external yaitu orang-orang yang berada di luar organisasi,

²⁰Nurul Hasfi, *Pengantar Public Relation Teori dan Praktek*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2013, hlm. 8

²¹Astrid S. Susanto, *Globalisasi dan Komunikasi*, Jakarta: PT. Midas Surya Grafindo, 1995, hlm. 197.

yang memiliki kepentingan dan masalah dalam hubungannya dengan organisasi tersebut.²²

Komunikasi yang dilakukan oleh *public relation* ini adalah komunikasi yang bersifat dua arah (adanya timbal balik), ini berarti bahwa dalam penyampaian informasi baik yang mengarah ke luar ataupun ke dalam terjadi umpan balik.

Komunikasi timbal balik antara lembaga atau organisasi dengan publiknya bertujuan untuk menciptakan saling pengertian (*public understanding*) dan dukungan (*public support*) bagi terciptanya tujuan, kebijakan, dan langkah serta tindakan lembaga atau organisasi tersebut. Semua itu ditujukan untuk mengembangkan pengertian dan kemauan baik (*goodwill*) publiknya serta untuk memperoleh opini publik yang menguntungkan atau untuk menciptakan kerjasama berdasarkan hubungan yang harmonis dengan publik.²³

2. Tugas Dan Fungsi Humas (*Public Relation*)

Diantara tugas dari humas (*public relation*) adalah:

- a. Menganalisis kemampuan dan kelemahan organisasi.
- b. Mendiagnosis masalah-masalah yang dihadapi.
- c. Memberi nasehat kepada pemimpin.
- d. Menjadi sumber dari informasi yang telah diolah secara profesional tentang berbagai hal yang melibatkan organisasi ke luar dan ke

²²Soekarno Setyodarmodjo, *Public Relations, Pengertian, Fungsi Dan Peranannya*, Surabaya: Papyrus, 2003, hlm. 8.

²³Soleh Soemirat dan Elvinaro Ardianto, *Dasar-Dasar Public Relations*, Bandung: Rosda, 2017, hlm. 89.

dalam, serta memiliki pengetahuan yang aktual tentang teknologi-teknologi baru dan fasilitas baru.

- e. Mampu memilih saluran komunikasi dan cara penyajian informasi yang tepat.
- f. Memiliki dan mampu memilih saluran komunikasi dan cara penyajian informasi yang tepat dan sesuai untuk produk-produk organisasinya.²⁴

Fungsi Humas (*public relation*) dalam organisasi menurut Cultip, Centre, dan Canfield yaitu:

- a. Menunjang aktifitas utama sebuah manajemen dalam mencapai tujuan bersama.
- b. Membina hubungan harmonis antara badan atau organisasi dengan publiknya yang merupakan khalayak sasaran.
- c. Mengidentifikasi segala sesuatu yang berkaitan dengan opini, persepsi, dan tanggapan masyarakat terhadap lembaga atau organisasi yang diwakilinya.
- d. Melayani kepentingan publik dan memberikan saran kepada pemimpin untuk tujuan dan manfaat bersama.
- e. Menciptakan komunikasi dua arah timbal balik dan mampu mengatur arus informasi, publikasi serta pesan yang disampaikan oleh organisasi kepada publiknya, demi tercapainya citra positif bagi kedua belah pihak.²⁵

²⁴Astrid S. Susanto, *Globalisasi dan Komunikasi*, Jakarta: PT. Midas Surya Grafindo, 1995, hlm. 199.

²⁵Zainul Mukarom & Muhibudin Wijaya Laksana, *Manajemen Public Relation*, Bandung: Pustaka Setia, 2019, hlm. 276.

2.2.4 Peran Humas (*Public Relation*)

Secara umum para profesional *public relation* (humas) adalah manajer komunikasi yang mengatur dan mengintegrasikan aktifitas komunikasi, atau teknisi komunikasi yang menulis dan membangun pesan kehumasan kepada publik.

Dozier dan Barrom mengidentifikasi dua peran yang paling dominan yaitu:

1. *The Communication Manager*

Tugas dari manager komunikasi adalah untuk merencanakan dan mengelola program-program *public relation*, memberikan advice kepada pihak manajemen, membuat kebijakan komunikasi dan memonitor pelaksanaannya. Manajer komunikasi ini memiliki tiga tipe, yaitu sebagai berikut:

a. Penasihat ahli (*expert prescriber*)

Seorang *public relation* yang mempunyai skill dan berpengalaman mampu memberikan solusi atas masalah dengan publiknya.

b. Fasilitator komunikasi (*communication fassilitator*)

Peran humas (*public relation*) sebagai komunikator dan mediator dalam membantu pihak manajemen untuk mendengarkan apa yang diinginkan dan diharapkan oleh publiknya dan sebaliknya, sehingga dengan komunikasi dua arah tersebut dapat menciptakan saling pengertian, menghargai dan mempercayai kerja sama diantara kedua belah pihak.

- c. Fasilitator pemecah masalah (*problem solving prsocess fasilitator*)

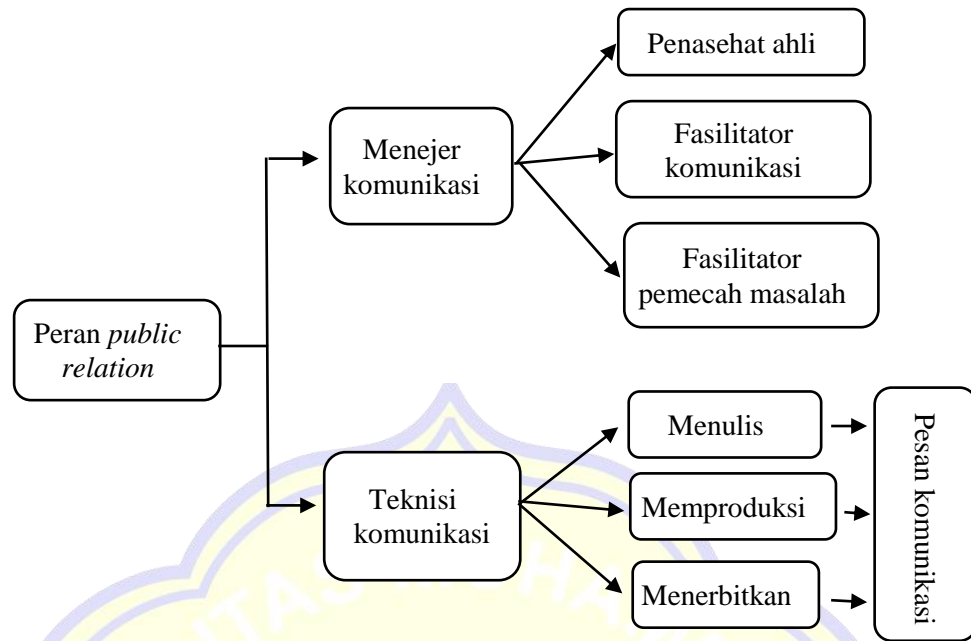
Peranan *public relation* dalam pemecahan masalah persoalan ini merupakan bagian dari tim majemen.

2. *The Communications Technician*

Tugas dari teknisi komunikasi adalah sebagai pelaksana program-program di bawah teknis dan operasional, seperti mengorganisasi kegiatan dan membuat konten website. Biasanya teknisi tidak terlalu berperan serta dalam aktifitas riset dan evaluasi, teknisi komunikasi biasanya menghabiskan waktunya untuk menulis, memproduksi dan menerbitkan pesan komunikasi, pada umumnya mereka adalah orang-orang kreatif yang berbakat dengan bahasa dan gambar.²⁶

Sebagian besar praktisi masuk ke bidang *public relation* sebagai teknisi komunikasi. Tingkat pekerjaan ini membutuhkan orang yang ahli dalam hal komunikasi dan jurnalistik. Teknisi komunikasi disini ditujukan untuk seseorang yang ahli menulis, mengedit dan mampu menangani kontak dengan media.

²⁶Zainul Mukarom & Muhibudin Wijaya Laksana, *Manajemen Public Relation*, Bandung: Pustaka Setia, 2019, hlm. 57.



Dari pemaparan definisi dan peran humas (*public relation*) di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa diantara ciri khas dari peran humas (*public relation*) adalah sebagai berikut:

- a. Menunjukkan kegiatan tertentu (*actions*)
- b. Kegiatan yang jelas (*activities*)
- c. Adanya perbedaan khas dengan kegiatan lain (*different*)
- d. Terdapat suatu kepentingan tertentu (*important*)
- e. Adanya kepentingan bersama (*commont interest*)
- f. Terdapat komunikasi dua arah timbal balik (*reciprocal two ways traffict communication*).

2.2.5 Perhatian

1. Pengertian Perhatian

Sumaidi Suryabrata mengungkapkan bahwa perhatian adalah perumusan tenaga psikis yang tertuju pada suatu obyek, atau banyak sedikitnya kesadaran yang menyertai sesuatu aktivitas yang dilakukan. Hal ini senada dengan ungkapan.

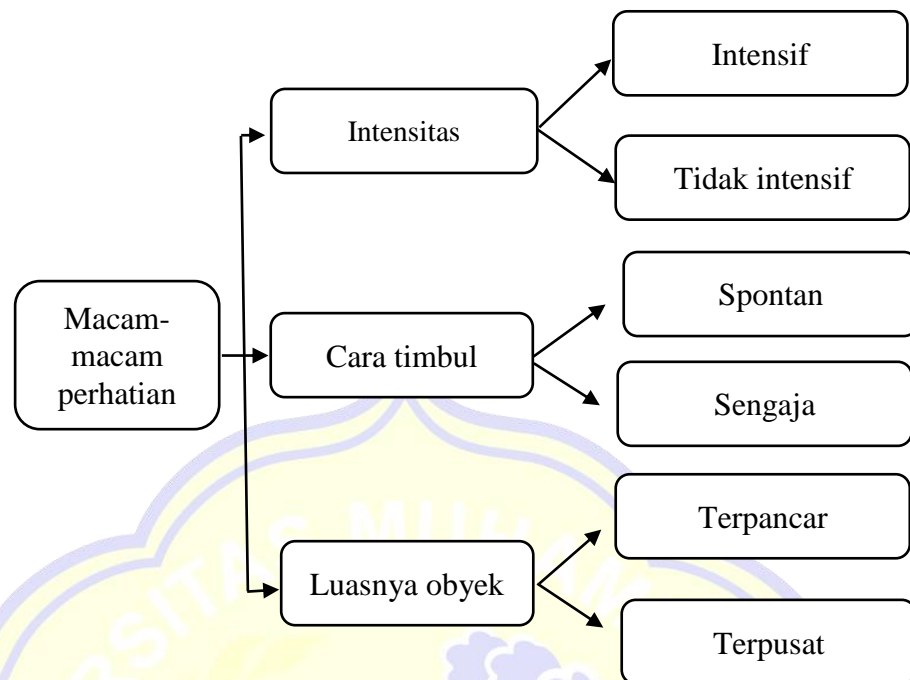
Sementara itu menurut Jalaludin Rahmat perhatian adalah proses mental ketika stimuli atau rangkaian stimuli menjadi menonjol dalam kesadaran pada saat stimuli lainnya melemah. Perhatian terjadi apabila kita mengkonsentrasikan diri pada salah satu alat indera kita dan mengesampingkan masukan-masukan melalui alat indera yang lain.

2. Macam-Macam Perhatian

Perhatian dibagi menjadi beberapa macam, sebagaimana yang dikatakan oleh Sumaidi Suryabrata, yaitu:

- a. Atas dasar intensitasnya, yaitu banyak sedikitnya kesadaran yang menyertai sesuatu aktivitas atau pengalaman batin, maka dibedakan menjadi dua yaitu: perhatian intensif dan perhatian tidak intensif.
- b. Atas dasar cara timbulnya, perhatian dibedakan menjadi dua yaitu: perhatian spontan dan perhatian sengaja.
- c. Atas dasar luasnya obyek yang dikenai perhatian, diantaranya yaitu perhatian terpecah dan perhatian terpusat.²⁷

²⁷Noeroel, 2012, pengertian perhatian dan macam-macam perhatian, dalam URL. <https://forumgurunusantara.blogspot.com/2012/10/pengertian-perhatian-dan-macam-macam.html?m=1> diakses pada 19 Januari 2021 pukul 19.04 WITA



2.2.6 Donatur

1. Definisi Donatur

Terdapat tiga arti kata donatur dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) yang masuk ke dalam kelas kata nomina (kata benda) yaitu, orang yang secara tetap memberikan sumbangan berupa uang kepada suatu perkumpulan dan sebagainya, penyumbang tetap, penderma tetap. Donatur memiliki arti dalam kelas nomina atau kata benda sehingga donatur dapat menyatakan nama dari seseorang, tempat, atau semua benda dan segala yang dibendakan.²⁸

2. Hak Dasar Donatur

Diantara hak-hak donatur adalah sebagai berikut:

- a. Untuk diberi tahu tentang misi dan tujuan organisasi yang akan diberi donasi

²⁸<https://lektur.id/arti-donatur> diakses pada 4 Januari 2021 pukul 22.20 WITA.

- b. Ketika memberikan donasi mendapatkan kebebasan dalam mengajukan pertanyaan serta menerima jawaban yang benar dan jujur
- c. Memperoleh kepastian bahwa sumbangan yang dikeluarkan itu dibelanjakan untuk hal-hal yang sudah disepakati bersama
- d. Mendapat kepastian bahwa sumbangan diberikan dapat dikelola secara benar sesuai hukum yang berlaku
- e. Mengetahui apakah pihak yang meminta sumbangan adalah staf organisasi atau sukarelawan
- f. Meminta agar nama donatur tidak diumumkan secara terbuka kepada publik.²⁹

Diantara hak-hak lain dari donatur adalah memiliki akses laporan pengelolaan dana terkini dan diberitahu tentang misi, kinerja serta perkembangan dari lembaga yang diberi donasi, dibutuhkan sistem informasi yang efektif agar informasi dapat tersampaikan secara cepat, tepat dan akurat.³⁰

2.2.7 Yayasan

Poerwadarmita menjelaskan Yayasan didirikan dengan tujuan untuk memajukan suatu sekolah untuk maksud dan tujuan tertentu. Zainul Bahri berpendapat bahwa Yayasan merupakan suatu badan

²⁹Association of Foundrising Proffessionals, Donor's Bill of Right (Hak Dasar Donatur) dalam URL. https://id.m.wikipedia.org/wiki/Hak_dasar_donatur diakses pada 30 Juni 2020 pukul 19.35 WITA

³⁰Kanal Info, 2019, Pengrtian Donasi Dan Donatur, dalam URL. <https://www.kanalinfo.web.id/pengertian-donasi-dan-donatur> diakses pada 6 Januari 2021 pukul 23.21 WITA.

hukum yang muncul sebagai sarana untuk mencapai tujuan tertentu di bidang sosial khususnya.³¹

Yayasan berdasarkan pasal 1 angka 1 UU Yayasan adalah badan hukum yang terdiri atas kekayaan yang dipisahkan dan diperuntukkan untuk mencapai tujuan tertentu di bidang sosial, keagamaan dan kemanusiaan yang tidak mempunyai anggota. Yayasan mempunyai organ yang terdiri atas pembina, pengurus dan pengawas.

Atas dasar tersebut maka maksud dan tujuan dari Yayasan harus sesuai dengan undang-undang yaitu untuk mencapai tujuan tertentu di bidang sosial, keagamaan dan kemanusiaan, serta maksud dan tujuan wajib dicantumkan dalam anggaran Yayasan, dengan demikian maka Yayasan tidak dapat didirikan dengan maksud dan tujuan selain dari tujuan sosial, keagamaan dan kemanusiaan.

Dalam pasal 26 ayat 1 disebutkan kekayaan Yayasan berasal dari sejumlah kekayaan yang dipisahkan dalam bentuk uang atau barang, kekayaan yang dimaksud dapat juga bersumber dari:

1. Sumbangan atau bantuan yang tidak mengikat, berupa sumbangan atau bantuan sukarela yang diterima Yayasan, baik dari negara, masyarakat, maupun pihak lain yang tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan.
2. Berdasarkan ketentuan hukum perwakafan
3. Hibah

³¹Cellarin, 2019, Pengertian Yayasan Tujuan Syarat Dan Cara Mendirikannya dalam URL.<https://pelayananpublik.id/2019/08/05/pengertian-Yayasan-tujuan-syarat-dan-cara-mendirikannya> diakses pada 5 Januari 2021 pukul 17.20 WITA.

4. Hibah wasiat, besarnya tidak boleh bertentangan dengan ketentuan hukum waris.
5. Perolehan lain yang tidak bertentangan dengan anggaran dasar Yayasan atau perundang-undangan, misalnya dividen,³² bunga tabungan bank, sewa gedung atau perolehan hasil usaha Yayasan.



³²Pembagian keuntungan dalam bentuk tunai oleh perusahaan kepada pemegang saham

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang peneliti gunakan adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif dan peneliti menggunakan pendekatan Analisis Peran, dimana peneliti mencoba untuk menguraikan peranan humas di Yayasan Fadhilaturrahmah. Penelitian ini merupakan jenis penelitian yang dihasilkan dari data-data yang dikumpulkan berupa kata-kata gambar dan merupakan suatu penelitian ilmiah.

Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data tidak dipandu oleh teori, tetapi dipandu oleh fakta-fakta yang ditemukan pada saat penelitian di lapangan. Oleh karena itu analisis data yang dilakukan bersifat induktif berdasarkan fakta yang ditemukan dan kemudian dapat dikonstruksikan menjadi hipotesis atau teori.³³

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai menggunakan prosedur statistik atau dengan cara-cara kuantifikasi. Penelitian kualitatif dapat menunjukkan kehidupan masyarakat, sejarah, tingkah laku, pergerakan sosial dan hubungan kekerabatan.³⁴

Penelitian kualitatif mengungkap situasi sosial tertentu dengan mendeskripsikan kenyataan secara benar, dibentuk oleh kata-kata berdasarkan teknik pengumpulan dan analisis data yang relevan yang diperoleh dari situasi yang alami, dengan demikian penelitian kualitatif tidak hanya sebagai upaya

³³Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung:Alfabeta, 2014, hlm. 3.

³⁴M. Djunaidi Ghoni & Fauzan Almanshur, *Metode Penelitian Kualitatif*, Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2016, hlm. 25

mendeskripsikan data, tetapi deskripsi tersebut adalah hasil dari pengumpulan data yang sah.³⁵

Lokasi penelitian yang peneliti teliti yaitu Yayasan Fadhliaturrahmah yang terletak di Kelurahan Suryawangi, Kecamatan Labuhan Haji, Kabupaten Lombok Timur.

3.2 Satuan Analisis

Tujuan utama kehadiran peneliti di lokasi penelitian adalah untuk mendapatkan dan memperoleh data yang diinginkan, maka dari itu kehadiran peneliti di lokasi penelitian merupakan suatu keharusan karena peneliti berperan sebagai instrumen kunci guna memperoleh data-data yang diinginkan seakurat mungkin agar dapat dipertanggung jawabkan.

Dalam penelitian kualitatif tidak ada pilihan lain daripada menjadikan manusia sebagai instrumen penelitian utama. Alasannya adalah bahwa segala sesuatu yang belum mempunyai bentuk yang pasti dalam masalah, fokus penelitian, prosedur penelitian, hipotesis yang digunakan, bahkan hasil yang diharapkan itu semua tidak dapat ditemukan secara pasti dan jelas, tidak ada penelitian lain dan hanya peneliti itu sendiri sebagai alat satu-satunya yang dapat mencapainya.³⁶

3.3 Sumber Data

1. Data Primer

Sumber data primer yaitu data yang diperoleh langsung oleh penulis dari informan kunci di lapangan. Adapun yang menjadi informan dalam

³⁵M. Djunaidi Ghoni & Fauzan Almanshur, *Metode Penelitian Kualitatif*, Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2016, hlm. 25

³⁶Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2011, hlm. 223.

penelitian ini adalah ketua Yayasan, bendahara, bagian humas, donatur dan orang-orang yang ada kaitannya dengan Yayasan Fadhilaturrahmah.

2. Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang dikumpulkan untuk melengkapi data primer. Data tersebut dapat diperoleh melalui literatur yang sesuai dengan kajian penelitian. Adapun sumber data sekunder yaitu berupa buku dan dokumentasi lain yang dapat menambah informasi terkait dengan penelitian.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Metode observasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan dan penginderaan.³⁷ Observasi merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan peneliti untuk mengamati atau mencatat suatu peristiwa dengan menyaksikannya secara langsung. Metode observasi merupakan cara yang sangat baik untuk mengawasi perilaku subjek penelitian seperti perilaku dalam lingkungan atau ruang, waktu dan keadaan tertentu.³⁸ Dalam hal ini peneliti secara langsung mengamati peran humas dalam meningkatkan minat donatur di Yayasan Fadhilaturrahmah.

2. Wawancara Mendalam

Wawancara merupakan proses komunikasi untuk mengumpulkan informasi dengan tanya jawab antara peneliti dengan informan atau subjek penelitian. Cara utama yang dilakukan oleh pakar metodologi kualitatif

³⁷Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Prenada Media Group, 2007, hlm. 118.

³⁸M. Djunaidi Ghoni & Fauzan Almanshur, *Metode Penelitian Kualitatif*, Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2016, hlm.165.

untuk memahami persepsi, perasaan, dan pengetahuan orang-orang adalah dengan wawancara mendalam dan intensif.³⁹

3. Dokumentasi

Dokumen adalah catatan peristiwa yang sudah berlalu, dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen berbentuk tulisan misalnya catatan harian, biografi, peraturan kebijakan, dokumen berbentuk gambar misalnya foto, dan sketsa, adapun dokumen berbentuk karya misalnya patung, film dan lain-lain.⁴⁰ Peneliti menggunakan metode ini untuk mendapatkan data, dokumen atau catatan tentang peran humas di Yayasan terutama dalam menarik perhatian donatur.

3.5 Teknik Analisi Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, memilih mana yang penting dan mana yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah difahami oleh diri sendiri maupun orang lain.⁴¹

1. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk perlu dicatat secara teliti, semakin lama peneliti di lapangan maka akan semakin banyak data yang akan diperoleh dan semakin rumit, untuk itu

³⁹M. Djunaidi Ghoni & Fauzan Almanshur, *Metode Penelitian Kualitatif*, Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2016, hlm. 175.

⁴⁰Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung:Alfabeta, 2014, hlm. 82.

⁴¹Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung:Alfabeta, 2014, hlm. 89.

perlu dianalisis melalui reduksi data. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal pokok dan memfokuskan pada hal-hal penting.

2. *Data Display* (Penyajian Data)

Setelah data direduksi, maka selanjutnya adalah mendisplaykan data. Dalam penelitian kualitatif penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan dan lain-lain. Miles dan Huberman menyatakan yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif.

3. *Conclusion Drawing* (Vrivications)

Langkah ke tiga dalam analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan dan ferifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya.

Dengan demikian kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal atau mungkin tidak, karena masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah peneliti berada di lapangan.⁴²

⁴²Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung:Alfabeta, 2014, hlm. 99.