

Strategi kampanye crowdfunding aksi cepat tanggap melalui media sosial untuk penyaluran bantuan kemanusiaan = Crowdfunding campaign strategies aksi cepat tanggap through social media for the distribution of humanitarian aid / Saifullah Misyar

Saifullah Misyar, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20476479&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Banyaknya bencana kemanusiaan dan alam yang terjadi di dunia membuat lembaga kemanusiaan berlomba-lomba menggalang dana dari berbagai sektor untuk disalurkan kepada para korban baik di Indonesia maupun di luar negeri. Penggalangan dana selama ini dilakukan secara konvensional dan daring online oleh lembaga penggalang dana termasuk lembaga kemanusiaan seperti Aksi Cepat Tanggap ACT . Strategi yang tepat dengan memanfaatkan perkembangan zaman menjadi salah satu jalan masuk yang menarik perhatian publik dengan cara melalui crowdfunding di media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Strategi Kampanye crowdfunding Aksi Cepat Tanggap ACT melalui media sosial dan partisipasi masyarakat. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori strategi kampanye dan partisipasi masyarakat dengan menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif. Pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan dua cara yaitu wawancara pada informan dari pihak ACT, partisipan atau donatur, praktisi media dan studi dokumen. Hasil penelitian ini terbagi menjadi dua hal, yaitu metode konvensional masih lebih efektif dibandingkan dengan metode melalui media sosial. Kedua, media sosial hanya digunakan untuk membangun atmosfer di masyarakat, belum di manfaatkan secara optimal dan baru sebatas sosialisasi.

ABSTRACT

The numbers of humanitarian and natural disasters that occur in the world make humanitarian agencies competing to raise funds from various sectors to be distributed to the victims both in Indonesia and abroad. Fundraising has been done conventionally and online by fund raising agencies including humanitarian agencies such as Aksi Cepat Tanggap ACT . The right strategy by utilizing the development of the times becomes one of the entrances that attract the public's attention by way of crowdfunding in social media. This study aims to analyze Campaign Strategies Crowdfunding Aksi Cepat Tanggap ACT through social media and community participation. The theory used in this research is the theory of campaign strategy and community participation by using qualitative approach with descriptive design. The data collected in this study used two ways, namely interviews with informants from ACT, participants or donors, media practitioners and document study. The results of this study are divided into two things, namely conventional methods are still more effective than the method through social media. Second, social media is only used to build atmosphere in society, not yet utilized optimally and only limited to socialization.