



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Millennium Development Goals atau MDGs yang disebut juga dengan Tujuan Pembangunan Milenium adalah Deklarasi Milenium yang merupakan hasil kesepakatan kepala negara beserta dengan perwakilan dari 189 negara Perserikatan Bangsa-bangsa (PBB) bulan September 2000 di New York pada Konferensi Tingkat Tinggi (KTT).

Pemerintah Indonesia juga menghadiri dan telah menandatangani Deklarasi Milenium tersebut. Keikutsertaan Indonesia dalam *Millennium Development Goals* tidak hanya untuk memenuhi tujuan dan sasaran MDGs karena Indonesia telah mempertimbangkan bahwa tujuan dan sasaran MDGs sesuai dengan tujuan dan sasaran pembangunan Indonesia.

Dalam laporan pencapaian tujuan pembangunan milenium di Indonesia dituliskan bahwa keikutsertaan Indonesia membuat Pemerintah Indonesia telah mengutamakan MDGs dalam pembangunan sejak tahap perencanaan sampai pelaksanaannya sebagaimana dinyatakan dalam Rencana Pembangunan Jangka Panjang 2005-2025, Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional 2004-2009 dan 2010-2014 serta Rencana Kerja Tahunan berikut dokumen penganggarannya.

Dalam laporan tersebut juga dituliskan bahwa berdasarkan strategi *pro-growth, pro-job, pro-poor, dan pro-environment* alokasi dana dalam anggaran pusat dan daerah untuk mendukung pencapaian berbagai sasaran MDGs terus meningkat setiap tahunnya. Kemitraan produktif dengan masyarakat madani dan sektor swasta berkontribusi terhadap percepatan pencapaian MDGs. Targetnya yaitu tercapainya kesejahteraan rakyat dan pembangunan di seluruh dunia yang terdapat di dalam Deklarasi Milenium. Berikut delapan butir tujuan yang ingin dicapai pada tahun 2015:

- a. Menanggulangi kemiskinan dan kelaparan.
- b. Mencapai pendidikan dasar untuk semua.
- c. Mendorong kesetaraan gender.
- d. Menurunkan angka kematian anak.
- e. Meningkatkan kesehatan ibu.
- f. Memerangi HIV/AIDS dan penyakit menular lain.
- g. Memastikan kelestarian lingkungan hidup.
- h. Mengembangkan kemitraan global untuk pembangunan.

Oleh karena itu, semakin banyak organisasi nonprofit dapat ditemukan di Indonesia yang bergerak dalam berbagai bidang seperti kemanusiaan, lingkungan, pendidikan, kesehatan dan juga bidang lainnya untuk membantu pencapaian tujuan dari MDGs.

Baik organisasi profit maupun nonprofit memiliki tujuannya masing-masing. Dalam mencapai tujuannya, terdapat kesamaan antara organisasi profit dan organisasi nonprofit yaitu membutuhkan dana untuk dapat menjalankan aktivitas organisasinya. Organisasi profit membutuhkan *investor* yang menanamkan saham untuk menjadi modal perusahaan. Sedangkan organisasi nonprofit membutuhkan bantuan donatur untuk dapat menjalankan setiap kegiatan amal yang dilakukan oleh organisasi. Selain itu, organisasi nonprofit juga membutuhkan relawan yang bersedia meluangkan waktu dan memberikan tenaga untuk membantu sesama yang membutuhkan bantuan.

Menurut Lattimore (2004:324), salah satu cara termudah untuk mengetahui perbedaan antara organisasi profit dan organisasi nonprofit adalah dengan menentukan apa yang terjadi pada setiap uang yang tidak digunakan untuk biaya overhead dan operasional. Dalam organisasi profit, uang yang tidak dipakai ini disebut keuntungan dan uang tersebut didistribusikan secara prorata untuk mereka yang memiliki perusahaan, sehingga seseorang yang memiliki 20 persen dari perusahaan akan mendapatkan keuntungan yang lebih banyak dari seseorang yang memiliki 1 persen. Dalam organisasi nonprofit, uang yang berlebih disebut surplus. Dana surplus diinvestasikan kembali dalam organisasi, untuk memperkuat dan memperluas ruang lingkup pekerjaan.

Lattimore (2004:324) juga menambahkan bahwa walaupun mempunyai kesamaan yaitu membutuhkan dana, tetapi masih terdapat perbedaan tujuan antara organisasi profit dan organisasi nonprofit. Organisasi profit mengembangkan produk dan layanan yang dapat memberikan keuntungan bagi

pemilikinya sebagai cara untuk pemanfaatan keuangan yang telah diinvestasikan dalam perusahaan. Kemudian organisasi nonprofit memiliki fokus kepada edukasi dan misi amal.

Menurut Saidi dalam Abidin dan Rukmini (2004:21) di berbagai kota di tingkat provinsi sampai kecamatan, LSM tumbuh bagai jamur di musim hujan. Saat ini begitu bebasnya setiap orang untuk berekspresi dan berasosiasi, baik melalui partai politik, organisasi massa dan buruh, maupun LSM. Parpol dan ormas tidak mudah didirikan karena memiliki peraturan yang cukup jelas. Berbeda dengan LSM yang lebih mudah didirikan oleh dua-tiga orang yang melakukan kesepakatan untuk membentuk dan menjalankannya. Apabila dibandingkan dengan sebelum tahun 1998, LSM di Indonesia saat ini memiliki jumlah yang berlipat ganda.

Abidin dan Rukmini (2004:60-61) mengatakan bahwa dalam sebuah survey yang dilakukan pada akhir tahun 2000, salah satu pertanyaan yang ditanyakan PIRAC kepada 2.500 responden pada 11 kota besar adalah ‘mengapa mereka menolak mendukung atau menyumbang kegiatan organisasi nirlaba atau LSM?’ Jawaban yang didapatkan cukup menarik, yaitu:

- a. Responden yang berasal dari kelas A dengan penghasilan Rp 1,5 juta keatas menyatakan bahwa mereka menolak sumbangan karena tidak percaya dengan orang-orangnya (43%), tidak mempunyai uang (22%), tidak mempercayai organisasinya (14%), tidak mempercayai programnya (11%), dan sisanya karena faktor lain seperti terlalu sering diminta dan tidak ada *follow up* (10%).

- b. Responden yang berasal dari kelas B dengan penghasilan Rp 750 ribu – Rp 1,5 juta menyatakan bahwa mereka menolak menyumbang karena tidak percaya dengan orang-orangnya (34%), tidak punya uang (28%), tidak mempercayai organisasinya (11%), tidak mempercayai programnya (7%), dan sisanya (10%) karena faktor lain, seperti terlalu sering diminta dan tidak ada *follow up*.
- c. Responden yang berasal dari kelas C dengan penghasilan dibawah Rp 750 ribu menyatakan bahwa mereka menolak mendukung lembaga nirlaba karena tidak mempunyai uang (49%), tidak mempercayai orangnya (28%), tidak mempercayai programnya (7%), tidak mempercayai organisasinya (6%), dan karena faktor-faktor lain (10%).

Dari data diatas kita dapat mengetahui bahwa semakin tinggi tingkatan kelas sosial masyarakat yang merupakan calon donatur pendukung atau potensial LSM, maka akan semakin tinggi pula tingkat kepercayaan yang harus dibangun oleh LSM untuk menarik dukungan dari mereka. Bagi masyarakat kelas menengah ke atas (A dan B), penolakan mereka untuk memberikan dukungan (dana) bukan karena mereka tidak mempunyai uang, tetapi karena adanya rasa ketidakpercayaan kepada orang-orang LSM, program-program yang dilakukan, serta organisasinya. Sebaliknya semakin ke bawah tingkatan kelas sosial masyarakat, maka penolakan mereka memberikan dukungan (dana) berkaitan dengan keuangan yang mereka miliki.

Oleh karena itu, dari survey tersebut dapat diketahui bahwa dukungan (dana) terhadap LSM, berkaitan dengan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap LSM, dan juga manfaat yang didapatkan oleh masyarakat dari berbagai program serta kegiatan yang dilakukan. Di Indonesia, faktor kepercayaan inilah yang menjadi masalah utama karena rendahnya akuntabilitas dan transparansi LSM dimata publik. Akuntabilitas LSM merupakan suatu proses ketika LSM menganggap organisasinya telah melakukan tanggung jawab secara terbuka mengenai apa yang diyakininya, apa yang dilakukan dan tidak dilakukannya. Secara operasional, akuntabilitas diwujudkan dalam bentuk pelaporan (*reporting*), pelibatan (*involving*) dan cepat tanggap (*responding*) seperti kepada donatur, pemerintah, dan masyarakat luas.

Yang dipertanggungjawabkan adalah semua program atau kegiatan yang dilakukan serta dijalankan dengan menggunakan dana yang didapatkan dan digunakan, hasil-hasil yang dicapai, keterampilan dan keahlian yang dikembangkan, serta lainnya. Hal tersebut dipertanggungjawabkan melalui laporan yang jujur dan transparan lewat media yang mudah dijangkau oleh masyarakat.

Di Indonesia sendiri, dapat kita temui berbagai organisasi nonprofit yang bergerak di bidang kemanusiaan. Salah satunya adalah Yayasan Buddha Tzu Chi Indonesia. Yayasan ini didirikan oleh seorang bhiksuni bernama Master Cheng Yen pada 14 Mei 1966 di Taiwan. Sejak Ayah dari Master Cheng Yen

meninggal, beliau semakin serius mendalami ajaran agama Buddha dan menjalani hidup sebagai bhiksuni.

Sampai akhirnya, tanggal 28 September 1994 didirikan Yayasan Buddha Tzu Chi Indonesia. Sampai sejauh ini, Yayasan Buddha Tzu Chi Indonesia telah melakukan berbagai kegiatan amal. Berikut kegiatan yang pernah dilakukan oleh Yayasan Buddha Tzu Chi Indonesia diantaranya adalah:

- a. Mengadakan program anak asuh.
- b. Mengadakan bakti sosial kesehatan di berbagai kota
- c. Memberikan bantuan bencana.
- d. Membersihkan Kali Angke dan Kali Ciliwung.
- e. Membangun perumahan cinta kasih Tzu Chi untuk warga di bantaran Kali Angke.
- f. Membagikan 50.000 ton beras kepada masyarakat Indonesia yang membutuhkan.

Melihat berbagai kegiatan yang telah dijalankan oleh Yayasan Buddha Tzu Chi Indonesia, mulai banyak masyarakat yang tertarik untuk menjadi relawan dan donatur di Yayasan Buddha Tzu Chi Indonesia. Yayasan ini memiliki filosofi cinta kasih universal dengan konsep lintas agama. Meskipun memiliki nama Yayasan Buddha, tetapi para staff, donatur serta relawan dari yayasan ini terdiri dari berbagai suku, golongan, dan agama.

Selain itu, aktivitas yang dilakukan juga beragam serta tidak pernah membedakan suku, golongan, dan agama. Yayasan Buddha Tzu Chi Indonesia menganggap bahwa semua individu memiliki kesetaraan. Berikut beberapa relawan Tzu Chi dari berbagai suku, golongan, dan agama:

- a. Ibu Liliawati Rahardji Soetjipto – istri dari *Founder* PT Summarecon Agung Tbk, Bapak Soetjipto Nagaria.
- b. Dr Esti Wardhani Sp.M – seorang dokter spesialis mata di beberapa rumah sakit swasta Jakarta.
- c. Bapak Sutrisno – seorang tukang ojek.
- d. Hj. Richtiarty Superani – seorang Ibu yang menganut kepercayaan Islam.

Dalam menjalankan aktivitas organisasi sebagai organisasi nonprofit. Yayasan Buddha Tzu Chi Indonesia memiliki divisi *External dan Internal Relations* yang menjalankan peran dan fungsi public relations. Ardianto (2011:9) menuliskan dalam bukunya yang berjudul *Handbook Of Public Relations*, “PR adalah suatu seni untuk menciptakan pengertian publik yang lebih baik, yang dapat memperdalam kepercayaan publik terhadap suatu individu atau organisasi/perusahaan.”

Sedangkan menurut Cutlip, Center, dan Broom (2011:6), “public relations adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang memengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut.”

Sebagai organisasi nonprofit, Yayasan Buddha Tzu Chi Indonesia membutuhkan dana yang besar untuk dapat melakukan kegiatan amal yang selama ini dilakukan. Yayasan Buddha Tzu Chi Indonesia mendapatkan dana dari berbagai donatur yang dengan sukarela mendonasikan sejumlah uang kepada Yayasan Buddha Tzu Chi Indonesia. Selain itu juga membutuhkan relawan dalam menjalankan setiap kegiatan amal yang dilakukan. Sampai akhirnya munculah sebuah fenomena bahwa organisasi nonprofit membutuhkan donatur dan relawan untuk dapat mencapai tujuannya.

Slamet (2009) dalam jurnal yang ditulis oleh Halimah dan Widuri (2012:44) mengemukakan bahwa relawan adalah orang yang tanpa dibayar memberikan waktunya untuk mencapai tujuan organisasi, dengan tanggungjawab yang besar tanpa atau dengan sedikit latihan khusus, tetapi dapat pula dengan latihan yang sangat intensif dalam bidang tertentu, untuk bekerja sukarela membantu tenaga profesional. Semua warga yang secara ikhlas tanpa membedakan derajat, jenis kelamin, status sosial, serta rela mengabdikan diri tanpa mengharapkan imbalan dapat menjadi relawan. Relawan juga tidak memperjuangkan kepentingan kelompok, agama, maupun wilayah tertentu.

Relawan di Yayasan Buddha Tzu Chi Indonesia merupakan orang yang dengan sukarela membantu berbagai kegiatan sosial yang diadakan oleh yayasan. Para relawan tersebut membantu tanpa membedakan suku, golongan dan agama.

Olson dan Zanna (1993:135) dalam Severin dan Tankard (2008:177) mendefinisikan persuasi sebagai “perubahan sikap akibat paparan informasi dari orang lain.”

Relawan yang ada di Yayasan Buddha Tzu Chi Indonesia bersedia menjadi relawan dari yayasan karena adanya informasi yang diberikan oleh temannya yang sebelumnya telah menjadi relawan. Informasi yang diberikan yaitu seputar kegiatan sosial yang dilakukan oleh yayasan dan juga tujuan yang dimiliki oleh yayasan. Dengan berbagai informasi yang ada, individu yang mendapatkan informasi akan mengalami perubahan sikap dari informasi yang diberikan oleh orang yang sebelumnya telah menjadi relawan terlebih dahulu.

Selain itu, Cutlip, Center, dan Broom (2011:507) menyebutkan bahwa kebanyakan agen nonprofit memiliki public relations yang memiliki lima tujuan, salah satunya adalah menciptakan dan memelihara iklim yang baik untuk mengumpulkan dana dan juga untuk mengembangkan saluran komunikasi dengan pihak-pihak yang dilayani organisasi.

Oleh karena itu, dengan adanya Yayasan Buddha Tzu Chi Indonesia sebagai organisasi nonprofit yang bergerak di bidang kemanusiaan dengan filosofi cinta kasih universal tanpa membedakan suku, golongan, dan agama,

peneliti ingin menganalisis lebih dalam mengenai Peran dan Fungsi Public Relations di Organisasi Nonprofit Dalam Menarik Relawan (Studi Kasus pada Yayasan Buddha Tzu Chi Indonesia).

1.2 Rumusan Masalah

Dilihat dari latar belakang yang ada, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Bagaimana peran public relations di Yayasan Buddha Tzu Chi Indonesia dalam menarik relawan?
2. Bagaimana fungsi public relations di Yayasan Buddha Tzu Chi Indonesia dalam menarik relawan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang ada, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis peran public relations di Yayasan Buddha Tzu Chi Indonesia dalam menarik relawan.
2. Untuk menganalisis fungsi public relations di Yayasan Buddha Tzu Chi Indonesia dalam menarik relawan.

1.4 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan pada tujuan penelitian, maka penelitian ini nantinya akan memiliki manfaat sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Akademis

Dalam bidang akademis, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam memberikan kontribusi akademis secara langsung terhadap studi komunikasi khususnya public relations yang mengkaji mengenai peran dan fungsi public relations dari sebuah organisasi nonprofit.

1.4.2 Manfaat Praktis

Dalam bidang praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Memberikan masukan kepada Yayasan Buddha Tzu Chi Indonesia.
2. Bermanfaat juga bagi para praktisi public relations untuk mengetahui bagaimana peran dan fungsi public relations dalam sebuah organisasi nonprofit.