



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.

STRATEGI KOMUNIKASI ORGANISASI NON PROFIT DENGAN MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL

**(Studi Kasus Strategi Komunikasi Animal Defenders dengan
Menggunakan Instagram untuk Mendapatkan *Adopter*)**

SKRIPSI



Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S. I.Kom)

Rachel Yolanda

11140110233

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI MULTIMEDIA PUBLIC RELATIONS
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG

2016

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain atau lembaga lain, dan semua karya ilmiah prang lain atau lembaga lain yang dirujuk dalam skripsi ini telah disebutkan sumber kutipannya serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah Skripsi yang telah saya tempuh.

Tangerang, 25 Juli 2016

Rachel Yolanda

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul

**“Strategi Komunikasi Organisasi Non Profit dalam Menggunakan Media Sosial”
(Studi Kasus Strategi Komunikasi Animal Defenders dalam Menggunakan Instagram untuk Mendapatkan Adopter)**

Oleh:

Rachel Yolanda

telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Skripsi Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 25 Juli 2015

Dosen Pembimbing :



(Rony A. Siahaan, M.Si)

Mengetahui Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi :



(Dr. Bertha Sri Eko., Ms.Si.)

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

“Strategi Komunikasi Organisasi Non Profit dengan Menggunakan Media Sosial
(Studi Kasus Strategi Komunikasi Animal Defenders dengan Menggunakan
Instagram untuk Mendapatkan *Adopter*).”

Oleh


Rachel Yolanda

Telah diujikan pada hari Rabu, tanggal 10 Agustus 2016,

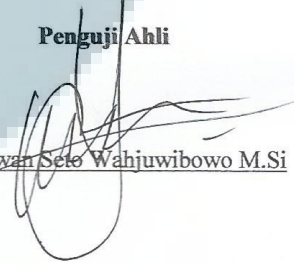
pukul 12.00 s.d. 13.30 dan dinyatakan lulus

dengan susunan penguji sebagai berikut.

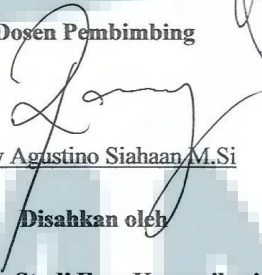
Ketua Sidang


Harry S. Kom., M.A

Penguji Ahli



Dr. Indiwati Seto Wahjuwibowo M.Si

Dosen Pembimbing


Rony Agustino Siahaan M.Si

Disahkan oleh

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi – UMN


Dr. Bertha Sri Eko M., M.Si

HALAMAN PERSEMBAHAN

“Dialah yang menciptakan langit dan bumi dalam enam masa: Kemudian Dia bersemayam di atas arsy. Dia mengetahui apa yang masuk ke dalam bumi dan apa yang keluar daripadanya dan apa yang turun dari langit dan apa yang naik kepadanya. Dan Dia bersama kamu di mana saja kamu berada. Dan Allah Maha Melihat apa yang kamu kerjakan.”

- Al Hadid 57:4 -

Alhamdulillah rabbil 'alamin

Kupersembahkan kepada Allah SWT,

Mama dan alm. Papa,

dan kedua saudaraku.

Terima Kasih selalu ada untukku.

U
M
M
N

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Selama proses penelitian ini, peneliti mendapat bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu perkenankan peneliti untuk mengucapkan terima kasih kepada :

1. Pembimbing skripsi, Rony Agustino Siahaan M. Si. atas bimbingannya selama penelitian ini.
2. Ketua program studi Ilmu Komunikasi, Dr. Bherta Sri Eko M., M.Si atas bantuan yang diberikan penulis sejak awal kuliah hingga terselesaikannya skripsi.
3. Orang tua peneliti, Alm. Papa dan Mama atas doa dan dukungannya yang tak terhingga, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Saudara-saudara yaitu Yola Amanda, Dylan Adila, Lita Citra Dewi, Sylvia Fully Rahaesita, dan Aldo Matalino atas dukungannya selama proses pembuatan skripsi.
5. Kurniawan Wijaya, terima kasih atas bantuan serta dukungannya selama pembuatan skripsi ini dari awal hingga selesai.
6. Duta Pariwisata, Abang Mpok Kota Bekasi dan Mojang Jajaka Jawa Barat atas dukungan dan doa yang diberikan kepada peneliti.

7. Amigo, teman-teman terdekat peneliti In Meilia Jim Vionna, Agnes Cyntia Dewi, Kelvin Hendrian, Daniel Conelius, dan Gerdy Gunawan atas dukungan kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi.
8. UMN *friends*, Lily Julianda, Berthier Pandu, Rachel Kesya, Maria Anjas terima kasih atas dukungan dan bantuannya.
9. Narasumber penelitian, Mas Doni, Mas Vic, Mas Hendrik, dan Bang Aldo atas ketersediaannya untuk menjadi narasumber penelitian ini.

Peneliti menyadari bahwa dalam menyusun skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu peneliti menghargai setiap kritik dan saran yang dapat diberikan untuk melengkapi skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Tangerang, 25 Juli 2016

Rachel Yolanda

UMMN

ABSTRAK

Strategi Komunikasi Organisasi Non Profit dengan Menggunakan Media Sosial (Strategi Komunikasi *Animal Defenders* dengan Menggunakan Instagram untuk Mendapatkan *Adopter*)

Oleh: Rachel Yolanda

Saat ini setiap organisasi baik itu profit ataupun non profit, harus memiliki strategi komunikasi yang tepat agar tujuan dari organisasi tersebut dapat tercapai. Pada era digital saat ini, strategi komunikasi yang banyak digunakan adalah dengan menggunakan media sosial. Salah satu organisasi non profit yang menggunakan media sosial yaitu *Animal Defenders*, merupakan organisasi yang menjunjung tinggi kesejahteraan hewan. Media sosial yang digunakan oleh *Animal Defenders* adalah Instagram.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan paradigma postpositivistik. Penelitian ini juga menekankan pada Media Baru, Strategi Komunikasi, dan Media Sosial. Hasil penelitiannya adalah strategi komunikasi yang dilakukan *Animal Defenders* dengan Instagram merupakan strategi yang efektif digunakan untuk mendapatkan *Adopter*, dibandingkan dengan menggunakan *Facebook* atau *Twitter*. Hal ini dikarenakan penggunaan Instagram melalui fitur visual dan tulisan yang *to the point*, penggunaan akun Instagram yang lebih *simple* dengan hanya *follow* akun tersebut, penyebaran *hashtag* yang memperluas informasi, sehingga memudahkan *followers* untuk melihat isi pesan yang ingin disampaikan oleh *Animal Defenders*. Sedangkan jika menggunakan *Facebook*, dirasa lebih menyusahakan jika masyarakat ingin bergabung serta mendapatkan informasinya dan *Twitter* terlalu singkat dalam pemberian informasi.

(Kata Kunci: *Media Sosial, Strategi Komunika*s, *Organisasi Nonprofit, Animal Defenders*)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR BAGAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	15
1.3 Tujuan Penelitian	15
1.4 Kegunaan Penelitian	15
1.4.1 Kegunaan Akademis	15
1.4.2 Kegunaan Praktis	16

BAB II KERANGKA TEORI

2.1 Penelitian Terdahulu	17
2.2 Media Baru dan Media sosial	24
2.3 Organisasi Non Profit	26
2.4 Strategi Komunikasi	27
2.5 Strategi Komunikasi pada Organisasi Non-profit	28
2.6 Penggunaan Media Sosial Instagram pada Organisasi Non Profit	38
2.7 Kerangka Pemikiran	43

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sifat Penelitian	44
3.2 Metode Penelitian	46
3.3 Key Informan dan Informan.....	47
3.4 Teknik Pengumpulan Data	50
3.5 Keabsahan Data	52
3.6 Teknik Analisis Data	52

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Subjek Penelitian	54
4.2 Hasil Penelitian.....	72
4.3 Pembahasan	111

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan	124
5.2 Saran	125

DAFTAR PUSTAKA	130
----------------------	-----

LAMPIRAN

UMMN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Animal Defenders</i> Indonesia.....	6
Gambar 1.2 Grafik Pertumbuhan Media Sosial Tahun 2013.....	9
Gambar 1.3 <i>Rescue</i> oleh <i>Animal Defenders</i>	11
Gambar 1.4 Proses rehabilitasi setelah di <i>rescue</i>	11
Gambar 1.5 Kehidupan hewan di <i>shelter</i>	12
Gambar 1.6 <i>Adopter</i> mengadopsi hewan di <i>Animal Defenders</i>	12
Gambar 1.7 Edukasi cara antisipasi saat anjing/kucing panic oleh petasan.....	13
Gambar 1.8 Acara <i>Adoption Day</i> oleh <i>Animal Defenders</i>	14
Gambar 1.9 <i>Animal Defenders</i> di Metro TV.....	15
Gambar 2.1 Proses Komunikasi	35
Gambar 4.1 <i>Rescue</i> oleh <i>Animal Defenders</i>	55
Gambar 4.2 <i>Rehab</i> oleh <i>Animal Defenders</i>	56
Gambar 4.3 Proses <i>rehome</i> oleh <i>Animal Defenders</i>	57
Gambar 4.4 <i>Education</i> oleh <i>Animal Defenders</i>	62
Gambar 4.5 <i>Shelter Visit</i> oleh <i>Animal Defender</i>	63
Gambar 4.6 <i>Pawradiso</i> oleh <i>Animal Defenders</i>	64
Gambar 4.7 Silverfur Petfood oleh <i>Animal Defenders</i>	65
Gambar 4.8 Silverfur Dog & Cat Grooming by <i>Animal Defenders</i>	66

Gambar 4.9 Silverfur Pet Taxi.....	67
Gambar 4.10 Merchandise berupa baju.....	68
Gambar 4.11 Buletin Howligans oleh Animal Defenders.....	69
Gambar 4.12 <i>Website</i> Animal Defenders.....	70
Gambar 4.13 Instagram Animal Defenders.....	71
Gambar 4.14 Buletin Howligans.....	84
Gambar 4.15 Instagram Animal Defenders.....	85
Gambar 4.16 Proses Komunikasi.....	88
Gambar 4.17 Hewan Terlantar.....	89
Gambar 4.18 Undangan <i>Adoption Day</i>	90
Gambar 4.19 Rehab oleh Animal Defenders.....	92
Gambar 4.20 Web Profil Animal Defenders.....	102
Gambar 4.21 Hashtag #edukasi.....	103
Gambar 4.22 Tampilan Instagram di <i>website</i>	105
Gambar 4.23 Video hewan yang di <i>rescue</i>	106
Gambar 4.24 Jumlah Followers Instagram Animal Defenders.....	107
Gambar 4.25 Tag oleh Animal Defenders.....	108
Gambar 4.26 <i>Repost</i> oleh Animal Defenders.....	109
Gambar 4.27 <i>Chat/comment</i> di Instagram Animal Defender.....	110

Gambar 4.28 Kehidupan hewan di shelter.....112

Gambar 4.29 Animal Defenders berkomunikasi dengan *followers*.....113

Gambar 4.30 Permintaan menjadi *followers*.....114

Gambar 4.31 Komunikasi antara Animal Defenders dengan *followers*.....115



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Matrix Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1 Kriteria Informan Peneliti.....	48



DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran.....42

