

LAMPIRAN

Lampiran 1: Pedoman Wawancara

Narasumber : Manajer Pendistribusian, Manajer Retail Fundraising dan Manajer Fundraising Online

1. Mendefinisikan Masalah:

- Apa yang menjadi latar belakang sehingga program ini digagas?

2. Tahap perencanaan

- Apa tujuan dari kampanye program Bestari?
- Kapan program ini berjalan?
- Siapa yang menjadi pelaksana kampanye?
- Strategi apa yang dilakukan oleh divisi program dalam melakukan kampanye program Bestari?
- Bagaimana segmentasi khalayak sasaran?
- Media apa saja yang digunakan selama kegiatan kampanye?

3. Tahap Mengambil Tindakan dan Mengkomunikasikannya

- Bagaimana pelaksanaan saat kampanye oleh tim/staf pendistribusian?

4. Evaluasi

- Bagaimana capaian atau dampak dari pelaksanaan program BESTARI baik bagi masyarakat atau lembaga?
- bagaimana evaluasi terhadap proses kampanye program BESTARI yang telah dilaksanakan selama ini?

Lampiran 2 : Transkrip Wawancara dengan Informan 1

Nama Informan : M. Ddzulfikri

Jabatan : Manajer Program Pendistribusian

Tanggal Wawancara : 08 Desember 2021

Peneliti : Assalamualaikum Warohmatullahi Wabarakatuh Pak.

Bpk. Dzulfikri : Waalaikumsalam Warohmatullahi Wabarakatuh.

Peneliti : Perkenalkan, saya Wahyuni dari Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. kedatangan saya kemari bertujuan untuk melakukan wawancara dengan bapak Dzulfikri untuk mendapatkan informasi yang berkaitan dengan penelitian skripsi saya.

Bpk. Dzulfikri : Oh iya boleh mbak Wahyuni, Perkenalkan saya Dzulfikri selaku manajer pendistribusian pada divisi program LAZNAS Yatim Mandiri Surabaya.

Peneliti : Sebelumnya terimakasih karena berkenan meluangkan waktu untuk kegiatan ini, mohon kesediaannya untuk membantu menjawab beberapa pertanyaan yang akan saya ajukan kaitannya dengan proses kampanye program Bestari pada LAZNAS Yatim Mandiri Surabaya.

Bpk. Dzulfikri : Silahkan mbak, Insya Allah akan saya bantu selagi bisa saya jawab.

Peneliti : Apa yang sebetulnya menjadi latar belakang di gagasnya program BESTARI?

Bpk. Dzulfikri : Yang menjadi latar belakang kampanye program BESTARI adalah pertama LAZNAS Yatim Mandiri melihat fakta lapangan bahwa banyak anak yatim yang dhuafa yang kesulitan untuk membayar biaya sekolah seperti untuk membeli buku panduan dan perengkapan sekolah lainnya bahkan terancam putus sekolah. Sedangkan setiap warga negara berhak mendapatkan pendidikan. Sehingga Yatim mandiri menginisiasi Kampanye BESTARI. Kampanye BESTARI ialah

seruan untuk mengajak masyarakat memperhatikan pendidikan anak yatim dan dhuafa dengan cara berpartisipasi dalam program BESTARI atau pemberian beasiswa untuk anak-anak yatim dhuafa yang berprestasi dengan tujuan agar mereka dapat melanjutkan pendidikan dan menggapai cita-citanya.

- Peneliti : Apa tujuan kampanye
- Bpk Dzulfikri : Untuk tujuan kampanye BESTARI ialah mengajak masyarakat untuk turut memperhatikan dan berpartisipasi dalam mewujudkan pendidikan yang dapat dirasakan semua anak, termasuk anak-anak yatim dhuafa. Sebetulnya strategi yang digunakan banyak dan tiap divisi bisa berbeda sesuai peranannya masing-masing dan saling berkesinambungan dalam rangka memperkuat kampanye BESTARI. Tapi yang pasti kita menggunakan strategi pesan, bagaimana dengan pesan kampanye yang kita sampaikan dapat mengubah pola pikir dan perilaku masyarakat yang menganggap bahwa jaminan pendidikan hanya kewajiban pemerintah menjadi sadar bahwa pendidikan menjadi tanggung jawab bersama.
- Peneliti : Strategi apa yang digunakan dalam melakukan kampanye program BESTARI?
- Bpk Dzulfikri : Strategi yang dilakukan pada divisi program dalam mengkampanyekan BESTARI pada kegiatan pendistribusian yakni menentukan lokasi kampanye yang strategis pada acara penyerahan beasiswa Yatim Mandiri (BESTARI) kepada penerima manfaat. Pada acara tersebut tidak hanya menghadirkan para penerima manfaat tapi juga mengundang warga sekitar lokasi, sponsorship, tokoh berpengaruh di lingkungan tersebut. selain untuk meningkatkan *awarness* masyarakat juga untuk meningkatkan kepercayaan donatur. Peran tim pendistribusian mengkampanyekan program BESTARI kepada masyarakat tidak hanya untuk meningkatkan jumlahdonatur tetapi juga bertugas mensosialisasikan

kepada masyarakat mengenai alur pendaftaran, kriteria dan persyaratan untuk bisa mendapatkan benefit dari program BESTARI. Dengan demikian masyarakat yang ingin mengajukan anak ataupun saudara menjadi penerima manfaat program BESTARI tidak bingung.

Peneliti : Bagaimana penentuan khalayak sasaran penerima BESTARI maupun khalayak sasaran donatur?

Bpk Dzulfikri : Untuk penentuan penerima manfaat itu yang pertama adalah harus yatim yang dhuafa atau dhuafa yang betul-betul membutuhkan bantuan beasiswa, untuk memastikan calon penerima manfaat harus menyertakan surat keterangan tidak mampu (SKTM), kemudian nilai rata-rata minimal tujuh, jenjang pendidikan yang sedang ditempuh adalah SD/SMP/SMA. Sedangkan untuk donatur sebetulnya tidak terlalu pakem ya target sasarannya, yang jelas orang dewasa memiliki penghasilan, masyarakat sekitar dilokasi pengadaan *Ivent* pendidikan/penyaluran, komunitas, instansi pemerintah maupun swasta (program CSR). Tapi kalau tim pendistribusian ini lebih fokus ke khalayak penerima manfaat.

Peneliti : Media apa saja yang digunakan selama kegiatan kampanye?

Bpk Dzulfikri : Tim pendistribusian bentuk kegiatannya kampanye adalah penyaluran dan *ivent-ivent* pendidikan dan bertemu langsung dengan penerima manfaat, para sponsorship dan juga masyarakat maka media yang efektif adalah spanduk, X-banner, brosur dan juga flyer digital yang di *publish* di website dan juga media sosial agar masyarakat luas juga tau bahwa akan ada *ivent* pendidikan atau kegiatan penyaluran.

Peneliti: : Bagaimana pelaksanaan saat kampanye oleh tim/staf pendistribusian?

- Bpk Dzulfikri : Kalau tim pendistribusian bentuk kegiatannya dalam mengkampanyekan program BESTARI ialah saat penyaluran BESTARI dan juga mengadakan *ivent-ivent* dengan tema pendidikan seperti *ivent Robotic* dan *ivent OMATIQ* (Olimpiade Matematika dan Al-Qur'an) terbesar yang diikuti oleh anak yatim dhuafa berprestasi binaan Yatim Mandiri secara nasional yang digelar setiap tahun.
- Peneliti : Bagaimana capaian dari kampanye program Bestari baik dari sisi lembaga ataupun masyarakat?
- Bpk Dzulfikri : BESTARI ini menjadi pelopor program beasiswa yang di khususkan untuk yatim yang dhuafa dan sudah pernah mendapatkan rekor MURI kategori lembaga pemberi beasiswa terbanyak di Indonesia dengan total 17.531 anak dalam waktu satu semester, bahkan hingga saat ini namun tidak diperbaharui. Pada tahun 2021 Total penerima manfaat pada tahun 2021 ini sebanyak 16.145 anak yang terdiri dari jenjang SD, SMP dan SMA.”
- Peneliti : Bagaimana pelaksanaan proses kampanye BESTARI selama program ini berjalan?
- Bpk Dzulfikri : Kalau pelaksanaan proses kampanye telah dijalankan oleh staf-staf program pendistribusian, hanya saja karena Yatim Mandiri ini belum ada divisi atau tenaga profesional public relations, sehingga penyampaian pesannya bisa jadi kurang maksimal. Tapi selama ini kami di internal divisi program pendistribusian selalu melakukan evaluasi secara menyeluruh pasca kegiatan penyaluran dan juga *ivent-ivent* dengan tema pendidikan baik skala regional dan nasional. Kegiatan evaluasi mulai dari segmentasi penerima manfaat, penggunaan anggaran, strategi pesan, penentuan lokasi dan juga media yang digunakan selama kampanye.
- Peneliti : Terimakasih bapak atas waktu yang telah bapak Dzulfikri berikan dan penjelasan yang sangat membantu saya dalam menyelesaikan penelitian skripsi ini. Apabila

nanti ada hal-hal yang berkaitan dengan data atau informasi tambahan saya dapat izin menemui bapak kembali atau saya bisa menghubungi bapak melalui Whats App.

Bpk. Dzulfikri : sama-sama mbak, mohon maaf apabila ada informasi yang lurang dari kami, apabila masih memerlukan data tambahan dikemudian hari, silahkan saja datang kemari atau bisa hubungi di WA saya yang sudah dishare oleh divisi kesekretariatan.

Peneliti : baik Pak, silahkan kembali beraktivitas. Terimakasih, Wasalamualaikum Warohmatullahi Wabarakatuh.

Pak Dzulfikri : iya sama-sama mbak. Waalaikumsalam Warohmatullahi Wabarakatuh.

Informan 2

Jabatan : Manajer Retail Fundraising

Nama Informan : Wahid Nur Choirudin

Tanggal Wawancara : 09 Desember 2021

Peneliti : Assalamualaikum Warohmatullahi Wabarakatuh Pak.

Bpk. Wahid : Waalaikumsalam Warohmatullahi Wabarakatuh.

Peneliti : Perkenalkan, saya Wahyuni dari Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. kedatangan saya kemari bertujuan untuk melakukan wawancara dengan bapak Wahid untuk mendapatkan informasi yang berkaitan dengan penelitian skripsi saya.

Bpk. Wahid : Oh iya, saya Wahid Nur Cchoirudin selaku manajer retail fundraising LAZNAS Yatim Mandiri Surabaya.

Peneliti : Sebelumnya terimakasih karena bapak Wahid telah berkenan meluangkan waktu untuk kegiatan ini, mohon kesediaannya untuk membantu menjawab beberapa pertanyaan yang akan saya ajukan kaitannya dengan proses kampanye program Bestari pada LAZNAS Yatim Mandiri Surabaya.

Bpk. Wahid : Silahkan mbak, Insya Allah akan saya bantu selagi bisa saya jawab.

Peneliti : Apa yang menjadi latar belakang sehingga program ini digagas?

Bpk. Wahid : Fakta dilapangan masih banyak dijumpai anak yatim dari keluarga yang mengalami kesulitan ekonomi atau kalau kita nyebutnya dhuafa ya mbak, orang tua mereka tidak bisa membayar biaya pendidikan ataupun membeli perlengkapan sekolah ya karena kan sudah tidak punya bapak sebagai pencari nafkah. Tujuan diberikannya bantuan berupa beasiswa yang dibagikan setiap semester, diharapkan dapat meringankan para ibu-ibu janda dhuafa dan memotivasi anak-anak yatim dhuafa ini agar tetap bisa untuk terus bersekolah dan berpretasi.

Peneliti : Apa tujuan dari kampanye program Bestari?

Bpk. Wahid : Untuk tujuan kampanye BESTARI, menciptakan kesadaran masyarakat bahwa ada anak-anak yatim dhuafa yang membutuhkan bantuan untuk biaya pendidikan.

Peneliti : Kapan program ini berjalan?

Bpk. Wahid : Kalau untuk kegiatan penyaluran dalam setahun itu dua kali. Karena beasiswa ini diberikan setiap semester. Namun untuk kegiatan kampanye ke masyarakat atau calon donatur ya aktif setiap hari teman-teman di lapangan. Tapi untuk share konten yang ada di website bestarimandiri.id itu sepekan paling 2-3 kali.

Peneliti :Strategi apa yang dilakukan oleh divisi retail fundraising dalam melakukan kampanye program Bestari?

Bpk. Wahid : Untuk tim fundraising retail menggunakan strategi pesan yang dilakukan secara *face to face* atau bertemu langsung dengan khalayak sasaran. Namun saat pandemi seperti ini orang-orang jadi kurang suka dan membatasi diri untuk bertemu langsung dengan orang lain. Kebiasaan masyarakat mulai beralih ke digitalisasi sehingga kami menginisiasi adanya kampanye BESTARI melalui platform digital dan baru berjalan sekitar bulan Agustus 2021.”

Peneliti : Bagaimana segmentasi khalayak sasaran pada tim retail fundraising?

Bpk. Wahid : Kalau khalayak sasaran dari sisi penerima manfaat memang ada ketentuan tertentu ya mbak, penentuan khalayak penerima yakni snsk ystim yang dhuafa, dhuafa yang berprestasi, prestasi nilai rata-rata tujuh dan sedang menempuh pendidikan SD, SMP, SMA. Persyaratan tersebut berlaku baik itu anak binaan Yatim Mandiri ataupun dari masyarakat umum. Sedangkan kalau temen-temen di lapangan mensosialisasikan kepada donatur hampir semua program seperti program ekonomi, program kemanusiaan program kesehatan. Akan tetapi memang program beasiswa pendidikan untuk anak yatim itu lebih diminati oleh sebagian besar orang,

terutama ibu-ibu. Untuk target sasaran donatur ya mereka yang sudah dewasa dan berpenghasilan tapi yang menjadi target utama itu donatur insidentil (yang belum rutin) diarahkan ke program BESTARI agar bisa menjadi donatur rutin LAZNAS Yatim Mandiri.

- Peneliti : Media apa saja yang digunakan selama kegiatan kampanye?
- Bpk. Wahid : Media yang digunakan oleh tim retail fundraising dalam kegiatan kampanye ialah proposal untuk menjalin kerjasama dengan instansi, brosur, kupon Muharrom, kupon BESTARI, majalah, dan juga flyer untuk kampanye melalui website
- Peneliti : Bagaimana pelaksanaan saat kampanye oleh tim/staf retail fundraising?
- Bpk. Wahid : Kalau tim retail fundraising dalam mengkampanyekan BESTARI dilakukan oleh staf lapangan atau disebut ZIS consultan secara mobile dengan mengadakan sosialisasi perorangan, ke kelompok/komunitas, mempresentasikan ke perusahaan/instansi untuk program CSR ataupun kepada parakaryawan, menawarkan kepada donatur insidentil secara personal agar menjadi donatur tetap LAZNAS Yatim Mandiri, karena program ini sifatnya berkelanjutan. Dalam menawarkan program BESTARI tim retail fundraising menggunakan strategi pesan dan melakukan pendekatan personal, seperti menyampaikan bahwa ada anak yatim yang bersal dari daerah tempat tinggal si target(donator/calon donatur) yang membutuhkan bantuan pendidikan, biasanya orang-orang lebih antusias ketika penerima manfaatnya atau yang dibantu adalah berasal dari daerahnya. Selain itu, tim ini juga bertanggung jawab untuk mengelola dan melakukan kampanye melalui website bestarimandiri.id sejak bulan Agustus 2021. Di dalam website yang berdomain bestarimandiri.id, disana disediakan informasi mengenai sejarah dan tujuan program BESTARI, data diri penerima manfaat, beberapa personal story penerima manfaat, artikel dan dokumentasi penyaluran yang dilakukan oleh tim pendistribusian. Dengan demikian diharapkan

masyarakat bisa lebih mengenal BESTARI dan tertarik untuk mendukung program ini.

Peneliti : Bagaimana capaian atau dampak dari pelaksanaan program BESTARI baik bagi masyarakat atau lembaga?

Bpk. Wahid : Program BESTARI ini merupakan program berkelanjutan sejak 2007 ya dan jika dibanding program beasiswa yang ada dilembaga lain, jumlahnya penyaluran beasiswanya paling banyak dan tersebar di 46 kantor cabang di seluruh Indonesia. Program BESTARI ini memberikan dampak yang dapat dirasakan masyarakat luas, khususnya anak-anak yatim dhuafa. Beasiswa ini tidak hanya diberikan kepada anak yatim dhuafa binaan yatim mandiri akan tetapi juga diberikan kepada masyarakat umum yang dapat memenuhi persyaratan sebagai kategori penerima manfaat. Dari program BESTARI Yatim Mandiri juga mendapat bebrapa piagam penghargaan, salah satunya piagam MURI sebagai lembaga penyalur beasiswa terbanyak

Peneliti : ini pertanyaan terakhir ya pak, Bagaimana evaluasi terhadap proses kampanye program BESTARI yang telah dilaksanakan selama ini?

Bpk. Wahid : Tim retail fundraising juga melakukan evaluasi secara menyeluruh, mulai dari strategi, media kampanye dan target sasaran ya disesuaikan dengan tujuan kampanye ini. Staf retail fundraising ini bertugas dilapangan dan menjalin komunikasi langsung dengan donatur. Maka lebih mudah dalam melakukan observasi mengenai karakteristik khalayak sasaran, kendala-kendala yang dihadapi, sehingga dalam pemilihan media, pengeemasan pesan dan juga strategi dapat disesuaikan dengan karakteristik khalyak sasaran yang bisa berbeda disetiap daerahnya. Contohnya seperti yang saya sampaikan tadi, bahwa saat ini tim retail fundraising juga menyesuaikan dengan gaya masyarakat yang berubah dan lebih suka melakukan segala sesuatu secara online, sehingga diluncurkan website khusus bestarimandiri.id sebagai media tambahan dalam melakukan kampanye. Dibuatnya platform digital khusus kampanye BESTARI juga bermaksud agar

kedepannya mudah dalam melakukan evaluasi baik dari segi konten, perhitungan donasi, jumlah donatur dan penerima manfaat lebih terbuka dan mudah diakses publik. Saat ini website bestarimandiri.id, masih perlu proses pengenalan ke masyarakat melalui media-media kampanye yang digunakan selama ini.

- Peneliti : Alhamdulillah pertanyaan saya sudah terjawab semua pak, terimakasih atas waktu dan jawaban yang telah diberikan.
- Bpk. Wahid : Alhamdulillah, saya setelah ini juga ada pertemuan dengan kepala cabang Yatim Mandiri Bogor mbak.
- Peneliti : Baik pak, kalau begitu saya sudahi untuk wawancara ini. Tapi jika ada yang ingin saya tanyakan atau data-data yang kurang saya ijin menghubungi bapak kembali ya pak.
- Bpk. Wahid : Baik Mbak silahkan saja, bisa ke kantor atau WA saja.
- Peneliti : Wasalamualaikum
- Bpk. Wahid : Waalaikumsalam

Informan 3

Nama Informan : Didik Kurniawan
Jabatan : Manajer Fundraising Online
Tanggal Wawancara : 09 Desember 2021

Peneliti : Assalamualaikum Warohmatullahi Wabarakatuh Pak.

Bpk. Wahid : Waalaikumsalam Warohmatullahi Wabarakatuh.

Peneliti : Perkenalkan, saya Wahyuni dari Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. kedatangan saya kemari bertujuan untuk melakukan wawancara dengan bapak Didik untuk mendapatkan informasi yang berkaitan dengan penelitian skripsi saya.

Bpk. Wahid : Oh iya salam kenal mbak Wahyuni, saya Didik Kurniawan selaku manajer fundraising onlien LAZNAS Yatim Mandiri Surabaya.

Peneliti : Sebelumnya terimakasih karena bapak Didik telah berkenan meluangkan waktu untuk kegiatan ini, mohon kesediaannya untuk membantu menjawab beberapa pertanyaan yang akan saya ajukan kaitannya dengan proses kampanye program Bestari pada LAZNAS Yatim Mandiri Surabaya.

Bpk. Wahid : Silahkan mbak, Insya Allah akan saya bantu selagi bisa saya jawab.

Peneliti : Mengapa program ini digagas?

Bpk. Didik : Kalau saya kan 11 tahun ya di Yatim Mandiri ini atau mulai 2009. Jadi gini ya, kita flash back ke sejarah, tujuan dibentuknya Yatim Mandiri sejak awal memang memiliki tiga program utama yakni kesehatan, pendidikan dan ekonomi. Sebelum ada BESTARI itu ada yang namanya kampanye program OTA (Orang Tua Asuh) untuk anak-anak yatim yang menjadi cikal bakal berkembangnya program Pendidikan yang lain. Program OTA ini sangat diminati oleh masyarakat dan saat itu kampanyenya mengajak masyarakat menjadi orang tua asuh bagi anak-anak yatim kurang mampu. Namun karena peminat yang begitu besar terkendala

kurangnya SDM sehingga kerepotan dalam memberikan laporan hasil belajar anak-anak secara manual kepada masing-masing donatur/orang tua asuh. akhirnya kampanye program OTA di alihkan pada program pendidikan yang lain. Pada tahun 2007 Yatim mandiri mulai mengkampanyekan program pemberian beasiswa pendidikan untuk anak-anak yatim yang kurang mampu atau disebut BESTARI. Program ini digagas sebagai wujud komitmen Yatim Mandiri untuk memandirikan anak-anak yatim dhuafa melalui Pendidikan. Intinya dengan kampanye program BESTARI ini, Yatim Mandiri punya andil dalam mencerdaskan kehidupan bangsa melalui pendidikan. Karena pendidikan ini tidak untuk orang yang mampu saja tapi hak setiap orang termasuk anak yatim dari keluarga pra sejahtera juga memiliki kesempatan yang sama agar mereka bisa meraih cita-citanya dan memperbaiki status sosialnya dimasa mendatang.”

Peneliti : Apa tujuan dari kampanye program Bestari?

Bpk. Didik : Tujuan kampanye BESTARI untuk mengajak masyarakat berpartisipasi dalam kegiatan galang donasi beasiswa pendidikan untuk anak-anak yatim dhuafa di Indonesia.

Peneliti : Kapan program ini berjalan?

Bpk. Didik : Program ini sudah ada sejak saya belum disini, kira-kira tahun 2007. Cuma untuk kampanye melalui media sosial ini baru berjalan saat awal pandemi yakni sekitar bulan april 2020 dibentuklah tim fundraising online sebagai pengembangan media kampanye dan juga mengatasi dampak dari wabah Covid-19 yang membatasi teman-teman divisi retail yang saat itu benar-benar dibatasi. Jadi sekarang kampanyenya lebih masih dan terencana, seperti update konten 2-3 kali dalam satu pekan

Peneliti : Siapa yang menjadi pelaksana kampanye?

Bpk. Didik : untuk pelaksanaan kampanye di media sosial ya temen-temen marketing online. Masing-masing punya akun pribadi yang khusus untuk mengkampanyekan program-program Bestari.

- Peneliti : Strategi apa yang dilakukan oleh divisi program dalam melakukan kampanye program Bestari?
- Bpk. Didik : Strategi kampanye yang dilakukan pada divisi fundraising online yakni mengangkat personal story. Personal story dapat menceritakan latar belakang keluarga, cita-cita penerima manfaat, kisah penerima manfaat yang telah sukses ataupun masalah yang dihadapi oleh penerima manfaat BESTARI. Personal story dapat lebih menyentuh sisi emosional para calon donatur. Personal story dibuat berdasarkan fakta lapangan yang didapat dari staf program kemudian diproduksi oleh tim creator dan kemudian diunggah diwebsite bestarimandiri, dan tim fundraising online mengkampanyekan BESTARI melalui media sosial seperti Instagram, Face book dan Whatsapp. Selain personal story, strategi yang dilakukan adalah mengirim link berita penyaluran secara personal kepada donatur ataupun dijakdikan story WA. Membagikan foto dokumentasi.”
- Peneliti : Bagaimana segmentasi khalayak sasaran pada tim fundraising online?
- Bpk. Didik : kalau kriteria untuk penerima manfaat ya ditentukan, supaya beasiswa ini benar-benar membantu anak-anak yatim yang dhuafa sehingga ada syarat yang terpenuhi untuk pengajuan. Syaratnya antara lain anak yang didaftarkan statusnya yatim harus yang dhuafa karenakan ada yatim yang kaya atau dhuafa yang berprestasi. Yatim atau dhuafa yang berprestasi dengan nilai rata-rata tujuh nah untuk tahapan ini pelaksana utamanya adalah tim divisi program. Sementara untuk tim fundraising onlien fokusnya mengajak orang untuk berpartisipasi dalam program ini supaya menjadi donatur ya secara umum orang dewasa/tua, memiliki penghasilan, terus muslim itu juga berdampak pada sentuhan emosional karena berkaitan dengan anak yatim, tapi walaupun bukan muslim ya sah-sah saja ditawari karena ini kan mendukung program pendidikan.”
- Peneliti : Media apa saja yang digunakan selama kegiatan kampanye?

- Bpk. Didik : Kalau divisi fundraising online dalam mengkampanyekan BESTARI memanfaatkan media sosial *face book*, *whats app*, *Instagram* dan *telegram* untuk memposting konten berupa video, flyer digital, juga membagikan majalah dalam bentuk digital/ PDF, kupon BESTARI pada bulan Muharom dalam bentuk digital/PDF
- Peneliti : Bagaimana pelaksanaan saat kampanye oleh tim/staf fundraising online?
- Bpk. Didik : Pada tahap pelaksanaan, tim fundraising online mengkampanyekan BESTARI dengan mengupload konten/foto dokumentasi di *feed* ataupun membagikan melalui story media sosial seperti Instagram, Face book, Whatsap masing-masing staf fundraising online. Selain itu juga mengirim link berita penyaluran BESTARI secara personal kepada donatur. Nah, untuk isi konten video/design flyer digital di buat oleh tim markom dan melalui proses editorial sesuai SOP lembaga, jadi hampir sama dengan yang ada di website hanya saja disesuaikan dengan karakter konten media sosial.
- Peneliti : Bagaimana capaian atau dampak dari pelaksanaan program BESTARI baik bagi masyarakat atau lembaga?
- Bpk. Didik : Mengenai capaian dari kampanye program BESTARI, dari kampanye program BESTARI mendapat dukungan dari perusahaan untuk bisa menjalin kerjasama dalam program CSR. Dengan adanya program ini, banyak anak yatim dhuafa yang terbantu, beasiswa diperuntukan mulai jenjang SD, SMP dan SMA. Setiap tahunnya jumlah penerimanya dan juga jumlah nominal yang diberikan terus bertambah.
- Peneliti : Bagaimana evaluasi terhadap proses kampanye program BESTARI yang telah dilaksanakan selama ini?
- Bpk. Didik : Tim fundraising selalu melakukan evaluasi internal devisi secara berkala minimal satu bulan sekali. Mulai dari melihat pergerakan jumlah danatur dan donasi, menggali kendala yang dihadapi masing-masing staf saat menjalin komunikasi dengan

calon donatur/target sasaran, evaluasi konten, dan juga evaluasi strategi pesan.

Peneliti : Alhamdulillah pertanyaan saya sudah terjawab semua pak, terimakasih atas waktu dan jawaban yang telah diberikan.

Bpk. Didik : Alhadulillah, sudah adzan Dzuhur juga mbak. Saya minta maaf kalau ada keterbatasan atau kekurangan dari pihak kami. Semoga skirpsinya lancar dan segera lulus.

Penelit : Amin Allahumma Aamiin. Baik kalau begitu saya permisi dulu pak. Waasalamualaikum

Bpk. Didik : Waalaikumsalam

LAMPIRAN 3
Dokumentasi Wawancara



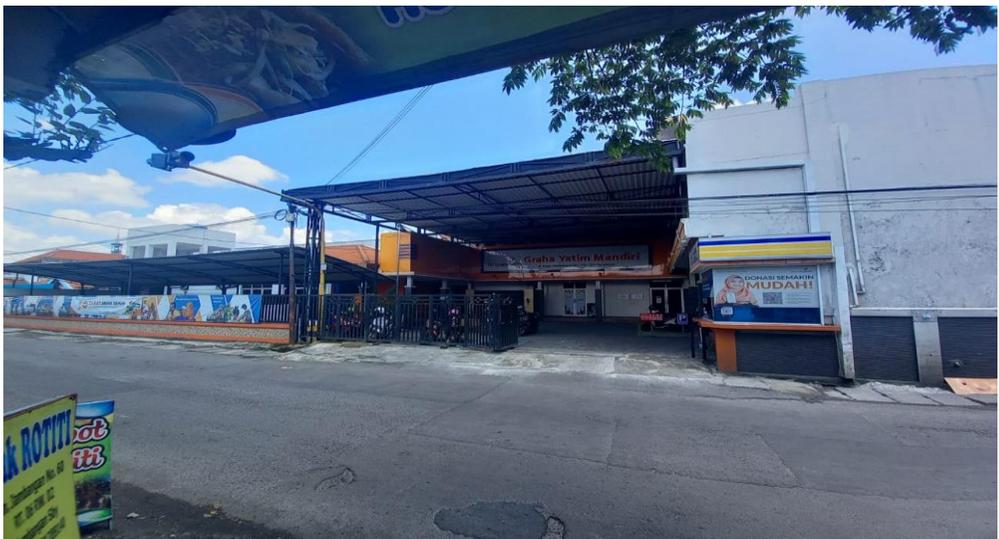
Gambar 1. Dokumentasi wawancara dengan bapak Dzulfikri selaku manajer pendistribusian (divisi Program)



Gambar 2. Dokumentasi wawancara dengan Bapak Wahid selaku Manajer tim Retail Fundraising



Gambar 3. Dokumentasi wawancara dengan Bapak Didik selaku Manajer Fundraising Online



Gambar 4. Foto LAZNAS Yatim Mandiri Surabaya

LAMPIRAN 4

LEMBAR REVISI DOSEN



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Program Studi : Adm. Publik, Adm. Bisnis, Ilmu Komunikasi, Magister Adm. Publik, Doktor Ilmu Adm.
Gedung: F 101, Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)
Telp. 031 5925862, 5931800 psw. 159 e-mail : fisip@untag-sby.ac.id

PERINTAH REVISI

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Penguji Skripsi dari mahasiswa :

N A M A : Sri Wahyuni
N. B. I. : 1151700176
Jurusan : Ilmu Komunikasi

Memerintahkan Untuk Mengadakan Revisi Skripsi Sbb :

NO	MATERI	BAB	HAL
	Ikuti Dosen Penguji 1 dan 2		

Setuju telah direvisi,
Dosen Penguji,

Surabaya, Selasa 4 Januari 2022
Dosen Penguji,


Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom., M.Med.Kom.


Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom., M.Med.Kom.



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Program Studi : Adm. Publik, Adm. Bisnis, Ilmu Komunikasi, Magister Adm. Publik, Doktor Ilmu Adm.
Gedung: F 101. Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)
Telp. 031 5925982, 5931800 psw. 159 e-mail : fisip@untag-sby.ac.id

PERINTAH REVISI

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Penguji Skripsi dari mahasiswa :

N A M A : Sri Wahyuni
N. B. I. : 1151700176
Jurusan : Ilmu Komunikasi

Memerintahkan Untuk Mengadakan Revisi Skripsi Sbb :

NO	MATERI	BAB	HAL
	revisi sesuai dengan yang sudah dibahas pada waktu sidang		

Setuju telah direvisi,
Dosen Penguji,

Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, S. Sos., M. Med Kom.

Surabaya, Selasa 4 Januari 2022
Dosen Penguji,

Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, S. Sos., M. Med Kom.



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Program Studi : Adm. Publik, Adm. Bisnis, Ilmu Komunikasi, Magister Adm. Publik, Doktor Ilmu Adm.
Gedung: F 101. Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)
Telp. 031 5925982, 5931800 psw. 159 e-mail : fisip@untag-sby.ac.id

PERINTAH REVISI

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Penguji Skripsi dari mahasiswa :

N A M A : Sri Wahyuni
N. B. I. : 1151700176
Jurusan : Ilmu Komunikasi

Memerintahkan Untuk Mengadakan Revisi Skripsi Sbb :

NO	MATERI	BAB	HAL
	<ul style="list-style-type: none">- Latar belakang masalah lebih difokuskan lagi- Permasalahan diperjelas- Teori terkait PR masih lemah.- Apa itu teori interpretatif ? Mengapa menggunakannya ? (BAB III)- Alternatif judul >> Proses PR dalam Mengkampanyekan Program Bestari pada Laznaz Yatim Mandiri Surabaya		

Setuju telah direvisi,
Dosen Penguji,

Surabaya, Selasa 4 Januari 2022
Dosen Penguji,

Muchamad Rizqi, S.I Kom., M Med.Kom.

Muchamad Rizqi, S.I Kom., M Med.Kom.