

ABSTRAK

Maulana Ikhsan Sazaly, NIM 1840210115. “Strategi Komunikasi Public Relation dalam Meningkatkan Minat Donatur di Yayasan Yatim Mandiri “Darul Qur’an” Desa Suwawal. Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam. Skripsi. Progam Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Yayasan Yatim Darul Qur’an Desa Suwawal merupakan salah satu lembaga sosial yang berperan penting dalam membantu anak-anak yatim piatu. Namun, pendanaan menjadi salah satu kendala utama dalam menjalankan program-programnya. maka dari itu kehadiran donatur sangat diharapkan untuk menunjang kebutuhan anak-anak yatim sehingga dapat merasakan kesempatan yang sama seperti anak-anak yang lain. Oleh karena itu, yayasan perlu menerapkan strategi komunikasi public relation yang efektif untuk meningkatkan minat donatur. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana humas Yayasan Yatim Mandiri “Darul Qur’an” dalam menerapkan strategi komunikasi sebagai upaya meningkatkan minat donatur. Serta apa saja tantangan dan kendala humas dalam menarik minat donatur untuk Yayasan Yatim Mandiri “Darul Qur’an”

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi public relation yang efektif dalam meningkatkan minat donatur di Yayasan Yatim Darul Quran Desa Suwawal. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian lapangan (*Field research*) teknik yang digunakan dalam melakukan penelitian ini adalah wawancara dan observasi partisipan, serta mengumpulkan dokumentasi-dokumentasi yang diperlukan. Subjek penelitian adalah pengurus sekaligus staf humas yayasan “Darul Qur’an” Desa Suwawal.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi public relation yang efektif dalam meningkatkan minat donatur di Yayasan Yatim Darul Quran Desa Suwawal adalah dengan

Menggunakan *Press Agency* dengan memanfaatkan media surat kabar dan baliho sebagai media informasi, *Public Information Model* memanfaatkan media sosial seperti Facebook, Instagram, YouTube dan juga website, serta *Two Ways Symethric Model* dengan membuat forum diskusi atau dialog, sebagai media dan upaya mengenalkan program-program yayasan. Proses pelaksanaan strategi komunikasi tersebut didukung oleh kejelasan tujuan dan target donatur, kredibilitas yayasan, kualitas konten dan pesan, juga penggunaan media komunikasi. Namun ada beberapa hambatan yang membuat strategi yang berjalan kurang efektif, seperti kesalahan dalam menentukan target donatur, kurangnya sumber daya manusia, finansial dan juga teknologi, kurangnya pemahaman mengenai penggunaan komunikasi public relation, dan juga adanya pesaing.

Kata kunci: Strategi Komunikasi, Public Relation, Minat Donatur