



ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI LKSA YAATAMA DALAM MEMBANGUN KEPERCAYAAN DONATUR PADA PROGRAM SANTUNAN BULANAN

Revalina Olivia Hendser^{1*}, Amiruddin Saleh², & Harvia Atika Zahira³

^{1,2,&3}Program Studi Komunikasi Digital dan Media, Sekolah Vokasi, IPB University,
Jalan Kumbang Nomor 14, Bogor, Jawa Barat 16128, Indonesia

*Email: revaaa101205olivia@apps.ipb.ac.id

Submit: 29-05-2026; Revised: 05-06-2026; Accepted: 08-06-2026; Published: 16-07-2026

ABSTRAK: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi yang diterapkan oleh Lembaga Kesejahteraan Sosial Anak (LKSA) Yaatama dalam membangun dimensi kepercayaan, khususnya integritas dan transparansi kepada donatur tetap pada program santunan bulanan. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, dokumentasi, dan wawancara mendalam kepada pengelola lembaga serta perwakilan donatur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa LKSA Yaatama menggunakan strategi komunikasi dua arah melalui pemanfaatan media digital *WhatsApp* secara personal (*japri*) untuk mengirimkan Laporan Pertanggungjawaban (LPJ) secara mendetail. Penggunaan media ini dinilai efektif berdasarkan *Media Richness Theory*, karena mampu menyampaikan pesan kaya berupa teks, dokumen PDF, dan dokumentasi visual yang memvalidasi penyaluran dana. Selain itu, pendekatan komunikasi antarpribadi melalui kunjungan *door-to-door* tetap dipertahankan untuk membangun kedekatan emosional dan menunjukkan niat baik (*benevolence*). Hambatan yang muncul seperti *information overload* dan perbedaan karakter donatur dimitigasi melalui evaluasi rutin dan pendekatan yang humanis. Simpulannya, transparansi informasi yang konsisten dan interaksi personal yang hangat menjadi kunci utama dalam menjaga loyalitas donatur tetap.

Kata Kunci: Kepercayaan Donatur, Media Digital, Strategi Komunikasi, Transparansi.

ABSTRACT: This study aims to analyze the communication strategies employed by the Child Social Welfare Institution (LKSA) Yaatama to build trust specifically regarding integrity and transparency among regular donors of its monthly financial aid program. A descriptive qualitative research method was used, with data collected through observation, documentation, and in-depth interviews with institution administrators and donor representatives. The results indicate that LKSA Yaatama utilizes a two-way communication strategy by leveraging *WhatsApp* for personal, direct messaging to share detailed accountability reports. This medium is considered effective under *Media Richness Theory*, as it enables the transmission of rich content such as text, PDF documents, and visual records that validates the distribution of funds. Additionally, an interpersonal communication approach involving *door-to-door* visits is maintained to foster emotional closeness and demonstrate *benevolence*. Challenges such as *information overload* and varying donor personalities are mitigated through routine evaluations and a humanistic approach. In conclusion, consistent information transparency and warm personal interactions are the key factors in maintaining the loyalty of regular donors.

Keywords: Donor Trust, Digital Media, Communication Strategy, Transparency.

How to Cite: Hendser, R. O., Saleh, A., & Zahira, H. A. (2026). Analisis Strategi Komunikasi LKSA Yaatama dalam Membangun Kepercayaan Donatur pada Program Santunan Bulanan. *Educatoria : Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(3), 688-692. <https://doi.org/10.36312/educatoria.v6i3.1490>



Educatoria : Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan is Licensed Under a CC BY-SA [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).



PENDAHULUAN

Lembaga sosial seperti Lembaga Kesejahteraan Sosial Anak (LKSA) punya tantangan tersendiri, terutama dalam menghadapi dinamika internal dan potensi konflik antar pengurus karena beban kerja yang berat. Biasanya, akar masalah ini ada pada instruksi yang membingungkan atau pembagian tugas yang tidak jelas (Faizal & Lukitasari, 2024). Kondisi tersebut dapat menghambat koordinasi, menurunkan efektivitas kerja tim, serta berdampak pada kualitas layanan yang diberikan kepada anak-anak binaan.

Kelancaran program santunan bulanan di LKSA Yaatama sangat bergantung pada kesetiaan para donatur tetap. Membangun kepercayaan di bidang ini bukan cuma soal data, tapi juga melibatkan sisi moral dan keyakinan emosional donatur bahwa lembaga tersebut memang sejalan dengan nilai-nilai yang mereka pegang (Ranitawati, 2025). Hal ini juga didukung oleh kenyataan bahwa laporan keuangan yang jujur dan akuntabel punya pengaruh besar dalam memperkuat ikatan antara lembaga dan donaturnya (Febriyanti & Devi, 2022).

Pemilihan saluran komunikasi yang tepat sangat penting untuk memastikan informasi sampai dengan benar tanpa adanya gangguan. Komunikasi tatap muka langsung punya kelebihan, karena kita bisa melihat reaksi orang lain secara langsung dan mendapatkan jawaban dengan cepat (Anggraini *et al.*, 2022). Di sisi lain, penggunaan media digital seperti *WhatsApp* juga sangat membantu, karena bisa mengirimkan "pesan kaya" (seperti foto kegiatan atau dokumen PDF) yang bisa mengurangi keraguan donatur (Ikhsan *et al.*, 2025).

Strategi *Customer Relationship Management* (CRM) perlu diterapkan oleh lembaga melalui pemberian layanan yang personal dan kemudahan akses informasi agar loyalitas donatur tetap terjaga (Melvia, 2024). Tak kalah penting, suasana internal yang stabil berkat kepemimpinan yang suportif juga sangat berpengaruh pada semangat pengurus dalam melayani donatur (Waliyuddinsyah, 2021). Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana strategi komunikasi LKSA Yaatama dalam membangun loyalitas donatur dengan memanfaatkan media digital sebagai sarana transparansi.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif (Sugiyono, 2020) dengan jenis penelitian deskriptif untuk memberikan gambaran komprehensif mengenai strategi komunikasi yang diterapkan oleh LKSA Yaatama. Lokasi penelitian berada di Desa Cogreg, Kecamatan Parung, Kabupaten Bogor. Pemilihan metode ini selaras dengan tujuan penelitian untuk menggali fenomena sosial secara mendalam terkait interaksi antara pengelola lembaga dengan donatur. Subjek penelitian melibatkan pengelola LKSA Yaatama sebagai informan kunci yang memberikan data kebijakan komunikasi, pengurus lembaga sebagai pelaksana teknis, serta perwakilan donatur tetap sebagai informan pendukung untuk mendapatkan perspektif eksternal terkait transparansi lembaga.

Teknik pengumpulan data dilakukan sepenuhnya melalui wawancara mendalam guna menggali informasi terkait dimensi integritas dan akuntabilitas dalam pengelolaan pesan. Wawancara dilakukan kepada narasumber untuk memahami persepsi dan pengalaman mereka secara personal. Teknik analisis data



yang digunakan meliputi reduksi data untuk memfokuskan pada hal-hal pokok yang sesuai dengan tujuan penelitian, penyajian data dalam bentuk uraian naratif tanpa penggunaan penomoran (*numbering*) atau poin-poin (*bulleting*), serta penarikan simpulan untuk menjawab rumusan masalah secara objektif. Validitas data dijaga melalui teknik triangulasi sumber dengan membandingkan hasil wawancara antar informan yang berbeda untuk memastikan konsistensi informasi yang diperoleh.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa LKSA Yaatama menerapkan mekanisme pelaporan personal melalui fitur pesan pribadi (*japri*) di media sosial *WhatsApp* untuk membangun transparansi. Strategi ini dipilih agar donatur dapat memahami detail kegiatan secara eksklusif tanpa terganggu oleh fenomena *information overload* yang sering terjadi di dalam grup percakapan massal. Berdasarkan analisis *Media Richness Theory*, *WhatsApp* efektif digunakan karena mampu mengirimkan pesan kaya yang meliputi teks, dokumen digital laporan keuangan, hingga foto dokumentasi penyerahan santunan. Kepercayaan donatur diperkuat melalui rincian Laporan Pertanggungjawaban (LPJ) yang sangat mendetail, mencakup jumlah donatur, total pendapatan, statistik anak yatim yang dibantu, hingga dokumentasi visual yang menjadi bukti nyata penyaluran dana.

Transparansi informasi yang akurat ini terbukti secara signifikan meningkatkan reputasi lembaga di mata donatur, serta menginterpretasikan penemuan secara logis sesuai dengan kebutuhan informasi mereka. Selain komunikasi digital, LKSA Yaatama tetap menjalankan strategi komunikasi antarpribadi melalui kunjungan langsung kepada donatur yang tinggal di sekitar lingkungan yayasan sebagai bentuk tanggung jawab moral. Interaksi tatap muka ini memungkinkan pengurus untuk menangkap isyarat nonverbal dan membangun hubungan yang lebih manusiawi serta menunjukkan niat baik (*benevolence*) lembaga secara nyata (Prasetyo *et al.*, (2022).

Meskipun demikian, terdapat beberapa hambatan komunikasi yang ditemukan di lapangan, seperti perbedaan karakter psikologis donatur, penumpukan informasi secara mekanis, serta kendala teknis sinyal yang menghambat pengiriman dokumen berukuran besar (Heryanto & Utami, 2022). Lembaga memitigasi hambatan tersebut melalui evaluasi rutin yang konsisten dan pendekatan interpersonal yang humanis untuk menjaga stabilitas organisasi (Khaunaini *et al.*, 2024). Strategi gabungan antara kecanggihan media digital dan kehangatan interaksi personal terbukti mampu menciptakan rasa memiliki kolektif di kalangan donatur tetap.

SIMPULAN

Strategi komunikasi LKSA Yaatama dalam membangun kepercayaan donatur dilakukan melalui kombinasi transparansi laporan keuangan yang dikirimkan secara personal *via WhatsApp* dan pendekatan komunikasi antarpribadi melalui kunjungan langsung. Dimensi integritas lembaga dibuktikan dengan keterbukaan data dan dokumentasi visual yang membuat donatur merasa amanah mereka terjaga dengan baik, sementara hambatan komunikasi diatasi



melalui evaluasi rutin dan pemilihan strategi media yang tepat, guna menghindari penumpukan informasi. Sebagai saran untuk pengembangan selanjutnya, LKSA Yaatama disarankan untuk menyusun Standar Operasional Prosedur (SOP) komunikasi tertulis bagi relawan, serta mulai mengoptimalkan media sosial lain seperti *Instagram* sebagai galeri transparansi publik. Peneliti selanjutnya dapat melakukan studi kuantitatif mengenai pengaruh video testimoni anak asuh terhadap loyalitas donatur atau meneliti dampak literasi digital donatur lansia terhadap penerimaan laporan berbasis digital.

SARAN

Untuk penguatan organisasi, LKSA Yaatama disarankan mulai menyusun SOP komunikasi tertulis bagi relawan dan memperluas galeri transparansi melalui media sosial seperti *Instagram*. Peneliti selanjutnya dapat mengeksplorasi pengaruh konten audio visual seperti testimoni anak asuh terhadap peningkatan minat donatur baru.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan apresiasi dan terima kasih yang setinggi-tingginya kepada Ibu Titin Kartika selaku anggota pengurus LKSA Yaatama dan Bapak Fernandes selaku perwakilan donatur atas kontribusi luar biasa mereka dalam penelitian ini. Terima kasih kepada Ibu Titin Kartika yang telah memberikan wawasan mendalam mengenai mekanisme transparansi Laporan Pertanggungjawaban (LPJ), pengelolaan dana santunan yang amanah, hingga teknis komunikasi personal yang dilakukan lembaga demi menjaga kepercayaan. Apresiasi serupa penulis sampaikan kepada Bapak Fernandes yang telah bersedia berbagi perspektif berharga mengenai pentingnya ikatan emosional, kunjungan langsung (*door-to-door*), serta efektivitas komunikasi digital dalam mendukung keberlangsungan program sosial di LKSA Yaatama. Informasi dan keterbukaan yang diberikan oleh kedua narasumber merupakan fondasi utama yang memungkinkan data dalam artikel penelitian ini tersusun secara komprehensif dan akurat.

DAFTAR RUJUKAN

- Anggraini, C., Ritonga, D. H., Kristina, L., Syam, M., & Kustiawan, W. (2022). *Komunikasi Interpersonal. Jurnal Multidisiplin Dehasen (MUDE)*, 1(3), 337–342. <https://doi.org/10.37676/mude.v1i3.2611>
- Faizal, M. I., & Lukitasari, L. (2024). Peningkatan Komunikasi Interpersonal dalam Organisasi melalui Manajemen Konflik di LKSA Malikul A'la. *Jurnal Bina Manajemen*, 13(1), 52–64. <https://doi.org/10.52859/jbm.v13i1.678>
- Febriyanti, P., & Devi, S. (2022). Pengaruh Akuntabilitas, Kualitas Pelayanan, dan Transparansi Laporan Keuangan terhadap Kepercayaan Donatur pada Lembaga Bali Children Foundation (BCF). *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi)*, 13(2), 344–356.
- Heryanto, H., & Utami, A. B. (2022). Komunikasi Persuasif Penggalangan Dana Kitabisa. *Konvergensi : Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 3(1), 177–189.



<https://doi.org/10.51353/kvg.v3i1.608>

- Ikhsan, M. F., Astagini, N., & Murtiningsih, B. S. E. (2025). Implementasi Media *Richness* pada *Corporate Communication* dalam Pengelolaan Media Komunikasi *Stakeholder* Eskternal di PT Apexindo Pratama Duta Tbk. In *Prosiding Seminar Nasional Komunikasi (SENAKOM)* (pp. 767-788). Jakarta, Indonesia: Universitas Budi Luhur.
- Khaunaini, M. F. F., Arroyyani, P., Komariyah, N. L., Ellyana, A., & Mu'Alimin. (2024). Meningkatkan Kinerja Organisasi melalui Komunikasi Efektif. *Idarotuna : Journal of Administrative Science*, 5(1), 12–22. <https://doi.org/10.54471/idarotuna.v5i1.79>
- Melvia, D. A. (2024). Implementasi *Customer Relationship Management* (CRM) untuk Menjaga Loyalitas Donatur di Lazis Nurul Falah Surabaya. *Journal of Islamic Business Management Studies (JIBMS)*, 5(2), 108–118. <https://doi.org/10.51875/jibms.v5i2.336>
- Prasetyo, D., Fitriyani, N., & Pradana, B. C. S. A. (2022). Strategi Komunikasi ECOTON dalam Mendapatkan Donatur melalui Program *Crowdfunding* di kitabisa.com. *Environmental Pollution Journal*, 2(1), 284-294. <https://doi.org/10.58954/epj.v2i1.43>
- Ranitawati, E. (2025). Pengaruh Transparansi dan Akuntabilitas Laporan Keuangan terhadap Tingkat Kepercayaan Donatur. *Riggs : Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(3), 8064–8071. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i3.3204>
- Sugiyono, S. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif: Untuk Penelitian yang Bersifat Eksploratif, Enterpretif, Interaktif dan Konstruktif*. Bandung: CV Alfabeta.
- Waliyuddinsyah, M. N. (2021). Gaya Kepemimpinan, Budaya Organisasi, dan Loyalitas dalam Meningkatkan Kinerja Amil pada Dompot Dhuafa Yogyakarta. *Skripsi*. Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.