

STRATEGI KOMUNIKASI GERAKAN PEDULI SOSIAL POLEWALI MANDAR (GPS-PM) DALAM MEMBANGUN LOYALITAS DONATUR

Muhammad Aslam Ahmad¹, Nurmasita²

Institut Agama Islam Darud Da'wah Wal-Irsyad A.G.H Abdurrahman Ambo Dalle

E-mail: aslam@ddipolman.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi yang diterapkan oleh GPS-PM dalam mencari dan mempertahankan donatur serta mengidentifikasi kendala yang dihadapi dalam implementasi strategi tersebut. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam, analisis dokumen, dan observasi. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan analisis tematik, analisis kontras, serta triangulasi data untuk memastikan validitas dan reliabilitas temuan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa GPS-PM menerapkan beberapa strategi komunikasi, antara lain optimalisasi media sosial, pendekatan personal kepada donatur, dan pemanfaatan jaringan komunitas. Indikator keberhasilan strategi komunikasi ini meliputi peningkatan jumlah donatur baru, tingkat retensi donatur, serta keberlanjutan donasi secara berkesinambungan. Namun, implementasi strategi ini menghadapi beberapa kendala, seperti keterbatasan sumber daya manusia, perubahan preferensi donatur, serta tantangan dalam mempertahankan hubungan jangka panjang dengan para donatur.

Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori komunikasi, khususnya dalam konteks strategi komunikasi organisasi sosial dan filantropi. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi panduan bagi GPS-PM dalam meningkatkan efektivitas strategi komunikasi untuk memperluas dan mempertahankan basis donatur

Kata kunci : Strategi Komunikasi; Gerakan Peduli Sosial; Loyalitas

Latar Belakang

Organisasi sosial memiliki peran yang tak tergantikan dalam menyediakan bantuan kepada masyarakat yang membutuhkan, termasuk di Kabupaten Polewali Mandar. Gerakan Peduli Sosial Polewali Mandar (GPS-PM) adalah salah satu organisasi yang sangat aktif dalam bidang kemanusiaan dan sosial di wilayah tersebut. GPS-PM berkomitmen untuk memberikan bantuan kepada mereka yang membutuhkan, termasuk korban bencana lokal dan dalam melakukan berbagai aksi kemanusiaan lainnya. Namun, untuk menjalankan program-programnya, GPS-PM sangat bergantung pada dukungan dan sumbangan dari masyarakat dan donatur. Berdasarkan pernyataan ketua Gerakan Peduli Sosial Polewali Mandar (GPS-PM):

“Misi dari Gerakan Peduli Sosial Polewali Mandar (GPS-PM) adalah memberikan bantuan kepada warga kurang mampu, anak yatim/piatu dan anak-anak panti asuhan, warga/masyarakat yang terkena musibah, dan lain-lain sesuai program kerja tersebut diatas, secara sosial ekonomi sesuai dengan kemampuan komunitas dan memberikan kesempatan seluas-luasnya pada generasi muda untuk menegajawantahkan kepedulian sosial dalam tindakan dan terlibat sebagai motor kegiatan dalam proses saling belajar untuk melayani sesama” (Nurliah Kadir, 2025).

Dalam menjalankan misinya, GPS-PM menghadapi berbagai tantangan, salah satunya adalah dalam mencari dan mempertahankan donatur. Persaingan yang ketat dalam mendapatkan dukungan finansial, serta tuntutan untuk transparansi

dan akuntabilitas dari pihak donatur, menjadikan pentingnya adanya strategi komunikasi yang efektif. GPS-PM harus mampu menjelaskan visi, misi, dan program-programnya dengan jelas kepada masyarakat dan donatur potensial, serta memastikan kepercayaan dan loyalitas dari donatur yang sudah ada.

GPS-PM dalam mencapai tujuannya tidak hanya bergantung pada strategi komunikasi yang dipilih, tetapi juga pada kesucian niat dan ketulusan hati dalam menjalankan segala aktivitas kemanusiaan. Al-Qur'an Surah Al-Insan ayat 8-10 menyoroti pentingnya memberikan bantuan kepada yang membutuhkan tanpa mengharapkan imbalan atau pujian dari mereka.

Sesuai dengan firman Allah SWT QS/AL-Insan (76:8)

وَيُطْعِمُونَ الطَّعَامَ عَلَى حُبِّهِ مِسْكِينًا وَيَتِيمًا وَأَسِيرًا

Terjemahannya:

“Mereka memberikan makanan yang disukainya kepada orang miskin, anak yatim, dan tawanan”.

Dilanjutkan dengan firman Allah SWT QS/AL-Insan (76:9)

إِنَّمَا نُطْعِمُكُمْ لِوَجْهِ اللَّهِ لَا نُرِيدُ مِنْكُمْ جَزَاءً وَلَا شُكْرًا

Terjemahannya:

“(Mereka berkata,) Sesungguhnya kami memberi makanan kepadamu hanya demi rida Allah. Kami tidak mengharap balasan dan terima kasih darimu”.

Kemudian dengan firman Allah SWT QS/AL-Insan (76:10)

إِنَّا نَخَافُ مِنْ رَبِّنَا يَوْمًا غَمًّوًّا قَمَطِرًا

Terjemahannya:

“Sesungguhnya kami takut akan (azab) Tuhan kami pada suatu hari (ketika) orang-orang berwajah masam penuh kesulitan”.

Ayat ini menekankan pentingnya keikhlasan dalam memberikan bantuan kepada mereka yang membutuhkan. Hal ini mengingatkan bahwa segala bentuk kebaikan dan bantuan yang dilakukan harus dilandaskan pada niat yang tulus dan ikhlas, tanpa mengharapkan balasan atau penghargaan dari manusia, tetapi semata-mata untuk mendapatkan keridhaan Allah.

Dalam konteks GPS-PM, ayat ini menjadi landasan spiritual yang kuat dalam menjalankan misi mereka untuk membantu sesama dan memperjuangkan kemanusiaan. Hal itu sejalan dengan konsep GPS-PM yakni, komunitas sosial yang bergerak di bidang sosial, kemanusiaan, pendidikan dan lingkungan.

Dengan mempertimbangkan nilai-nilai spiritual ini, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi strategi komunikasi yang diterapkan oleh GPS-PM dalam mencari dan mempertahankan donatur, sambil memperhatikan kebersihan niat dan ketulusan hati dalam menjalankan misi kemanusiaan mereka. Melalui pemahaman yang lebih baik tentang hubungan antara strategi komunikasi yang efektif dan keikhlasan niat dalam Islam, diharapkan GPS-PM dapat meningkatkan kualitas dan dampak dari program-program kemanusiaan mereka.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain studi kasus kualitatif untuk memperoleh pemahaman mendalam dan kontekstual mengenai strategi komunikasi organisasi sosial. Studi kasus dipilih karena memungkinkan eksplorasi mendalam terhadap fenomena spesifik dalam setting kehidupan nyata (Inayat, 2024:43). Lokus penelitian adalah Gerakan Peduli Sosial Polewali Mandar (GPS-PM), dengan lokasi utama di Kecamatan Polewali, Kabupaten Polewali Mandar, Sulawesi Barat. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada pertimbangan bahwa wilayah tersebut menjadi area operasional dan penyaluran bantuan utama GPS-PM.

Partisipan dan Teknik Pengumpulan Data Partisipan penelitian dipilih secara purposive berdasarkan kedalaman pengetahuan dan keterlibatan langsung dengan aktivitas GPS-PM (Palinkas *et al.*, 2020). Mereka terdiri dari: (1) Ketua dan pengurus inti GPS-PM, (2) Anggota/relawan aktif, (3) Donatur tetap, serta (4) Penerima manfaat dari program GPS-PM.

Pengumpulan data dilakukan melalui triangulasi sumber dan

metode untuk memastikan kedalaman dan keabsahan data (Noble & Heale, 2019; Lim, 2025). Teknik yang digunakan meliputi:

1. Wawancara Mendalam Semi-Terstruktur: Dilakukan dengan menggunakan panduan wawancara yang mencakup pertanyaan tentang strategi komunikasi, tantangan, dan upaya mempertahankan donatur (Ruslin *et al.*, 2022).
2. Observasi Partisipan: Peneliti terlibat dalam beberapa kegiatan GPS-PM, seperti penyaluran bantuan dan rapat koordinasi, untuk mengamati secara langsung praktik komunikasi dan interaksi yang terjadi (Ayton, 2023).
3. Analisis Dokumen: Meliputi analisis terhadap konten media sosial GPS-PM (Instagram, Facebook), proposal kegiatan, laporan donasi, serta dokumen internal lainnya yang relevan (Bowen, 2009).

Analisis Data dianalisis secara kualitatif melalui tiga tahap yang saling terkait: (1) Analisis Tematik, (2) Analisis Kontras, dan (3) Triangulasi Data.

1. Analisis Tematik dilakukan mengikuti model Braun dan Clarke (2022) untuk mengidentifikasi pola makna (tema) dalam data. Prosesnya meliputi familiarisasi dengan data transkrip wawancara, catatan observasi, dan dokumen; pembuatan kode awal; pencarian tema; peninjauan tema; pendefinisian dan pemberian nama tema; serta produksi laporan.
2. Analisis Kontras digunakan untuk memperdalam interpretasi dengan cara secara sengaja membandingkan dan mempertentangkan temuan yang muncul dari kelompok partisipan yang berbeda serta membandingkan data dengan konsep-konsep teoritis yang relevan dari literatur (Fusch *et al.*, 2018). Tahap ini menghubungkan data empiris

STRATEGI KOMUNIKASI GERAKAN PEDULI SOSIAL POLEWALI MANDAR (GPS-PM) DALAM MEMBANGUN LOYALITAS DONATUR

dengan kerangka teori untuk mendapatkan pemahaman yang kritis.

3. Triangulasi Data diterapkan untuk meningkatkan keandalan temuan (Fusch & Fusch, 2017). Teknik ini dilakukan dengan cara: (a) triangulasi sumber membandingkan informasi dari berbagai partisipan; dan (b) triangulasi metode mengonfirmasi temuan dari wawancara dengan hasil observasi dan analisis dokumen. Konsistensi dari berbagai sumber dan metode ini menjadi dasar untuk menarik kesimpulan yang valid.

Hasil Penelitian

1. Strategi Komunikasi yang Digunakan oleh GPS-PM dalam mempertahankan dan mencari donatur

Penelitian ini bertujuan untuk memahami strategi komunikasi yang diterapkan oleh GPS-PM dalam mempertahankan dan mencari donatur. Pendekatan penelitian dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dan analisis dokumen yang melibatkan berbagai responden yang berperan penting dalam operasional GPS-PM.

Responden yang terlibat antara lain Nurlia Kadir, Ketua GPS-PM, yang memiliki wawasan strategis mengenai pengelolaan komunikasi organisasi; Rasmawati, seorang donatur yang aktif mendukung kegiatan GPS-PM, memberikan perspektif dari sisi pemberi dana; serta Nurfadilah, anggota masyarakat yang pernah berpartisipasi dalam kegiatan GPS-PM, yang menawarkan sudut pandang dari penerima manfaat kegiatan. Analisis dilakukan menggunakan metode tematik untuk mengidentifikasi pola-pola komunikasi, analisis kontras untuk membandingkan efektivitas strategi yang digunakan, dan triangulasi untuk memverifikasi data dari berbagai sumber. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan lebih dalam mengenai praktik komunikasi efektif yang membantu GPS-PM tidak hanya

mempertahankan hubungan dengan donatur yang sudah ada, tetapi juga menarik perhatian calon donatur baru.

a. Strategi Media Sosial

Nurlia Kadir, ketua GPS-PM, menjelaskan bahwa GPS-PM memanfaatkan media sosial seperti Facebook dan Instagram untuk menarik donatur baru.

“Kami menggunakan Facebook dan Instagram untuk mempromosikan

kegiatan kami. Dengan postingan yang menarik, terutama foto-foto dokumentasi kegiatan, kami berhasil menarik perhatian masyarakat untuk ikut berdonasi,” (Nurlia Kadir, 2022).

Rasmawati, seorang donatur GPS-PM, mengkonfirmasi efektivitas strategi ini. Ia mengaku pertama kali mengetahui GPS-PM melalui postingan di Instagram.

“Saya melihat postingan mereka di Instagram, lalu saya tertarik untuk berdonasi karena kegiatannya terlihat transparan dan bermanfaat,” (Rasmawati, 2022).

1) Analisis Tematik

Media sosial terbukti sangat efektif dalam memperluas jangkauan Gerakan Peduli Sosial Polewali Mandar (GPS-PM) kepada calon donatur, terutama di kalangan muda yang aktif di dunia digital. Menurut Nurlia Kadir, ketua GPS-PM, penggunaan platform seperti Facebook dan Instagram memungkinkan mereka untuk mempromosikan kegiatan dengan postingan yang menarik, seperti foto-foto dokumentasi kegiatan. Hal ini sejalan dengan pernyataan Rasmawati, seorang donatur GPS-PM, yang mengaku pertama kali mengetahui tentang GPS-PM melalui postingan di Instagram. Rasmawati merasa tertarik untuk berdonasi karena kegiatannya terlihat transparan dan bermanfaat.

Hasil wawancara ini menggarisbawahi bahwa foto dan cerita yang dibagikan di media sosial tidak hanya menarik perhatian, tetapi juga berfungsi sebagai alat penting dalam membangun kepercayaan di kalangan calon donatur. Visualisasi kegiatan sosial yang dilakukan

STRATEGI KOMUNIKASI GERAKAN PEDULI SOSIAL POLEWALI MANDAR (GPS-PM) DALAM MEMBANGUN LOYALITAS DONATUR

oleh GPS-PM memotivasi audiens untuk berpartisipasi dan berdonasi, menciptakan rasa keterhubungan yang lebih dalam terhadap misi organisasi. Dengan memanfaatkan media sosial secara efektif, GPS-PM mampu menjangkau demografi yang lebih luas, termasuk mereka yang mungkin tidak terjangkau melalui metode komunikasi lainnya, dan membangun hubungan yang lebih kuat dengan donatur baru..

2) Analisis Kontras

Media sosial memberikan keunggulan signifikan dalam hal komunikasi dengan audiens yang lebih luas secara cepat dibandingkan dengan metode komunikasi tradisional. Platform seperti Facebook dan Instagram memungkinkan GPS-PM untuk menjangkau berbagai kalangan dengan efisien, mempromosikan kegiatan mereka, dan menarik perhatian donatur baru melalui postingan visual dan kampanye digital. Nurlia Kadir, ketua GPS-PM, menjelaskan bahwa penggunaan media sosial ini sangat membantu dalam menarik donatur baru dengan mengedepankan foto-foto dokumentasi kegiatan yang menarik.

Namun, hasil wawancara dengan Nurfadilah, seorang anggota masyarakat yang tinggal di daerah pedesaan, mengungkapkan bahwa media sosial memiliki keterbatasan dalam menjangkau masyarakat di wilayah tersebut. Nurfadilah menyatakan bahwa banyak anggota masyarakat di daerah pedesaan kurang familiar dengan teknologi digital dan memiliki akses yang terbatas ke platform media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun media sosial efektif untuk audiens yang aktif secara digital, ia kurang optimal dalam mencakup masyarakat yang berada di daerah dengan infrastruktur teknologi yang terbatas.

Oleh karena itu, meskipun media sosial merupakan alat yang kuat untuk menjangkau donatur baru di kalangan pengguna aktif digital, GPS-PM perlu mempertimbangkan metode komunikasi tambahan untuk menjangkau audiens yang lebih luas, termasuk mereka yang tinggal

di daerah pedesaan dan kurang terpapar teknologi.

3) Triangulasi Data

Hasil wawancara ini didukung oleh beberapa sumber data yang berbeda untuk memastikan keakuratan dan validitas temuan. Observasi aktivitas media sosial GPS-PM menunjukkan bahwa kampanye mereka secara konsisten memanfaatkan platform seperti Facebook dan Instagram untuk mempromosikan kegiatan dan menarik donatur baru. Analisis dokumentasi kampanye, termasuk postingan dan foto-foto kegiatan yang dibagikan di media sosial, memperkuat temuan ini dengan menunjukkan bagaimana strategi visual dan konten yang menarik diterapkan untuk membangun keterlibatan dan kepercayaan.

Selain itu, konfirmasi dari Rasmawati, seorang donatur yang pertama kali mengetahui GPS-PM melalui Instagram, memberikan dukungan tambahan terhadap efektivitas strategi media sosial. Rasmawati menjelaskan bahwa postingan yang dia lihat di Instagram mendorongnya untuk berdonasi karena informasi yang disajikan tampak transparan dan kegiatan yang dilakukan dianggap bermanfaat.

Pendekatan ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial merupakan strategi yang sukses dalam menjangkau audiens yang aktif secara digital, meskipun terdapat kebutuhan untuk melengkapi dengan metode lain untuk mencakup audiens yang lebih luas.

Penggunaan media sosial oleh GPS-PM terbukti efektif dalam menarik perhatian dan membangun kepercayaan donatur baru, terutama di kalangan pengguna digital aktif. Namun, efektivitasnya mungkin terbatas untuk menjangkau masyarakat di daerah pedesaan yang kurang familiar dengan teknologi. Oleh karena itu, GPS-PM mungkin perlu mempertimbangkan strategi tambahan untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam.

b. Pendekatan Personal

GPS-PM juga menggunakan pendekatan personal dalam mencari dan mempertahankan donatur. Nurlia Kadir menjelaskan bahwa komunikasi tatap muka dan telepon sering dilakukan, terutama dengan donatur senior atau yang memiliki jaringan sosial yang kuat.

“Kami biasanya menghubungi mereka secara langsung atau melalui telepon untuk membangun hubungan yang lebih dekat,” (Nurlia Kadir, 2022).

Rasmawati mengakui pentingnya pendekatan personal dalam membangun kepercayaan. “Setelah berdonasi pertama kali, saya dihubungi oleh salah satu pengurus yang menjelaskan lebih lanjut tentang program-program mereka. Ini membuat saya merasa dihargai dan termotivasi untuk terus berdonasi,” ungkapnya.

1) Analisis Tematik

Pendekatan personal dalam komunikasi memberikan sentuhan humanis yang signifikan dan memperkuat hubungan antara GPS-PM dan donaturnya. Temuan ini didukung oleh wawancara dengan Nurlia Kadir, ketua GPS-PM, yang menjelaskan bahwa mereka sering melakukan pendekatan langsung kepada donatur, baik melalui panggilan telepon pribadi, pertemuan tatap muka, maupun pesan personal. Pendekatan ini membantu menciptakan hubungan yang lebih mendalam dan membuat donatur merasa dihargai secara individu.

Efektivitas pendekatan ini terutama terlihat pada donatur yang lebih matang dan mereka yang berasal dari komunitas lokal. Sebagai contoh, Rasmawati, seorang donatur GPS-PM, mengkonfirmasi hal ini dengan menjelaskan bagaimana ia merasa lebih terhubung dengan GPS-PM melalui komunikasi personal yang diterimanya. Ia menyebutkan bahwa interaksi yang hangat dan perhatian pribadi dari pihak GPS-PM membuatnya merasa lebih terlibat dan dihargai, yang pada akhirnya mendorongnya untuk terus mendukung organisasi tersebut.

Pendekatan personal ini memungkinkan GPS-PM untuk

membangun kepercayaan yang kuat dan meningkatkan loyalitas donatur dengan mengakui kontribusi mereka secara individual. Ini terbukti menjadi strategi yang efektif dalam memperkuat hubungan dengan donatur, terutama di kalangan individu yang lebih matang atau mereka yang berada dalam komunitas lokal yang lebih terhubung secara personal.

2) Analisis Kontras

Pendekatan personal dalam komunikasi memang memerlukan waktu dan sumber daya yang lebih besar dibandingkan dengan penggunaan media sosial. Pendekatan ini melibatkan interaksi langsung seperti panggilan telepon, pertemuan tatap muka, dan pengiriman pesan pribadi, yang semuanya memerlukan perencanaan, waktu, dan tenaga kerja tambahan. Dalam wawancara dengan Nurlia Kadir, ketua GPS-PM, terungkap bahwa meskipun pendekatan personal ini memerlukan investasi yang lebih besar dalam hal waktu dan biaya, hasilnya sangat berharga dalam membangun hubungan yang lebih mendalam dengan donatur.

Di sisi lain, media sosial menawarkan keunggulan dalam hal efisiensi dan jangkauan yang luas, memungkinkan GPS-PM untuk berkomunikasi dengan banyak orang secara cepat dan biaya yang relatif rendah. Namun, meskipun media sosial dapat menjangkau audiens yang lebih besar dalam waktu singkat, dampak yang ditimbulkan biasanya kurang mendalam dalam membangun hubungan pribadi dibandingkan dengan pendekatan personal.

Sebagai contoh, meskipun Rasmawati mengetahui GPS-PM melalui Instagram dan merasa informasi yang disajikan cukup menarik, interaksi personal yang diterima setelahnya, seperti panggilan telepon atau pertemuan langsung, memberikan dampak yang lebih besar dalam hal membangun kepercayaan dan keterlibatan yang lebih kuat.

Dengan demikian, meskipun pendekatan personal memerlukan lebih banyak sumber daya, ia menawarkan manfaat yang lebih mendalam dalam

membangun hubungan yang kuat dan langgeng dengan donatur, yang tidak sepenuhnya dapat dicapai hanya dengan penggunaan media sosial.

1. Triangulasi Data

Temuan mengenai efektivitas pendekatan personal dalam membangun hubungan dengan donatur diperkuat melalui triangulasi data yang mencakup berbagai sumber informasi. Observasi langsung terhadap interaksi tatap muka dan komunikasi melalui telepon menunjukkan bahwa pendekatan ini menciptakan pengalaman yang lebih personal dan memadai untuk membangun kepercayaan. Selama observasi, terlihat bahwa pertemuan tatap muka dan panggilan telepon sering kali diakhiri dengan perasaan positif dari donatur, yang berkontribusi pada peningkatan loyalitas mereka terhadap GPS-PM.

Data dokumentasi yang dikumpulkan dari catatan komunikasi dan laporan aktivitas juga mendukung temuan ini. Dokumentasi tersebut menunjukkan pola yang konsisten, di mana donatur yang terlibat dalam interaksi personal menunjukkan tingkat retensi yang lebih tinggi dibandingkan dengan mereka yang hanya berinteraksi melalui media sosial. Misalnya, catatan menunjukkan bahwa donatur yang menerima panggilan pribadi atau terlibat dalam pertemuan langsung cenderung melakukan donasi berulang dan lebih sering terlibat dalam kegiatan GPS-PM.

Selain itu, konfirmasi dari wawancara dengan Rasmawati, yang mengaku merasa lebih terhubung dan terlibat setelah menerima perhatian personal dari GPS-PM, memberikan dukungan tambahan terhadap efektivitas pendekatan ini.

Dengan menggabungkan hasil observasi, data dokumentasi, dan umpan balik dari donatur, triangulasi data ini mengonfirmasi bahwa pendekatan personal secara signifikan berkontribusi pada retensi donatur dan membangun hubungan yang lebih kuat dan langgeng.

c. Jaringan Relasi

GPS-PM memanfaatkan jaringan relasi untuk memperluas basis donatur mereka. Nurlia Kadir menjelaskan bahwa mereka sering bekerja sama dengan tokoh masyarakat dan organisasi lokal.

“Kami sering meminta bantuan tokoh masyarakat atau organisasi lokal untuk memperkenalkan kami kepada orang-orang yang berpotensi menjadi donatur,” (Nurlia Kadir, 2022).

Rasmawati menambahkan bahwa jaringan sosial yang kuat membantu memperluas jangkauan GPS-PM.

“Melalui relasi, GPS-PM dapat menjangkau donatur-donatur potensial yang mungkin tidak aktif di media sosial atau acara komunitas,”. (Nurlia Kadir, 2022).

1) Analisis Tematik

Jaringan sosial yang luas dan kuat terbukti menjadi kunci dalam memperluas basis donatur GPS-PM, terutama di kalangan masyarakat yang lebih mapan dan memiliki pengaruh sosial. Temuan ini dikonfirmasi melalui wawancara dengan Nurlia Kadir, ketua GPS-PM, yang menjelaskan bahwa membangun dan memelihara hubungan dengan individu berpengaruh dalam komunitas sangat penting untuk menarik donatur baru. Jaringan ini tidak hanya menyediakan akses ke potensi donatur yang lebih besar tetapi juga membuka peluang untuk memperluas pengaruh organisasi melalui referensi dan rekomendasi.

Pendekatan ini efektif karena anggota masyarakat yang lebih mapan sering kali memiliki koneksi yang luas dan dapat mempengaruhi kelompok lain untuk mendukung GPS-PM. Sebagai contoh, Rasmawati, seorang donatur yang berpengaruh dalam komunitasnya, mengakui bahwa keterlibatannya dengan GPS-PM terjadi berkat jaringan sosial yang luas dari teman-teman dan rekan bisnisnya yang juga terlibat dalam kegiatan organisasi.

Analisis tematik ini menunjukkan bahwa memanfaatkan jaringan sosial yang kuat tidak hanya membantu dalam

mengidentifikasi dan menarik donatur baru tetapi juga memperkuat kredibilitas dan visibilitas GPS-PM dalam komunitas. Dengan demikian, strategi yang berfokus pada pengembangan dan pemanfaatan jaringan sosial berpotensi meningkatkan dukungan dan keterlibatan dari donatur yang memiliki posisi strategis dan pengaruh sosial dalam masyarakat.

2) Analisis Kontras

Jaringan relasi memberikan keuntungan penting dalam mengakses donatur yang mungkin tidak dapat dijangkau melalui media sosial atau metode komunikasi lainnya. Keberadaan jaringan sosial yang kuat membuka pintu untuk berinteraksi dengan individu yang memiliki potensi untuk mendukung GPS-PM tetapi tidak aktif di platform digital atau mungkin tidak terpapar oleh kampanye online. Sebagai contoh, individu yang memiliki pengaruh dalam komunitas sering kali dapat memberikan dukungan atau referensi kepada donatur potensial yang tidak terjangkau melalui saluran media sosial.

Namun, efektivitas jaringan relasi sangat bergantung pada kekuatan dan kualitas hubungan interpersonal yang terjalin. Interaksi ini memerlukan waktu, upaya, dan keterampilan dalam membangun dan memelihara hubungan yang solid. Dalam wawancara dengan Nurlia Kadir, ketua GPS-PM, terungkap bahwa meskipun jaringan relasi dapat membuka akses ke donatur baru, keberhasilan dalam memanfaatkan jaringan tersebut sangat bergantung pada hubungan yang sudah terbangun dan tingkat kepercayaan yang ada. Jaringan yang kuat membutuhkan hubungan yang saling menguntungkan dan berbasis kepercayaan, yang sering kali memerlukan investasi yang lebih besar dalam hal waktu dan perhatian pribadi.

Sebaliknya, media sosial memungkinkan jangkauan yang luas dan efisien tetapi mungkin tidak memiliki kedalaman hubungan yang sama dengan apa yang diperoleh melalui jaringan relasi. Media sosial sering kali bersifat lebih

umum dan kurang personal, yang dapat membatasi kemampuan untuk membangun hubungan yang mendalam dan saling percaya dengan donatur.

Dengan demikian, sementara jaringan relasi menawarkan akses yang berharga kepada donatur yang tidak dapat dijangkau oleh media sosial atau metode lainnya, keberhasilannya sangat tergantung pada kekuatan dan kualitas hubungan interpersonal yang terjalin. Sebaliknya, media sosial memberikan jangkauan yang lebih luas tetapi mungkin tidak menyediakan kedalaman hubungan yang sama.

3) Triangulasi Data

Temuan mengenai peran penting jaringan sosial dalam memperluas basis donatur GPS-PM didukung oleh berbagai sumber data yang saling melengkapi. Pertama, analisis dokumen kerja sama antara GPS-PM dan berbagai organisasi lokal menunjukkan adanya kemitraan strategis yang memanfaatkan jaringan sosial untuk mengakses donatur baru. Dokumen-dokumen ini mencakup perjanjian kerjasama, laporan aktivitas, dan catatan tentang inisiatif bersama yang mencerminkan bagaimana jaringan relasi digunakan untuk memperluas jangkauan GPS-PM di komunitas.

Kedua, wawancara dengan pihak terkait, termasuk Nurlia Kadir dan perwakilan dari organisasi lokal, mengkonfirmasi bahwa jaringan sosial memainkan peran krusial dalam menarik donatur. Nurlia Kadir menjelaskan bahwa kolaborasi dengan organisasi lokal sering kali membuka kesempatan untuk berhubungan dengan individu yang memiliki pengaruh dan akses ke potensi donatur. Selain itu, wawancara dengan anggota komunitas dan donatur yang diidentifikasi melalui jaringan relasi menunjukkan bahwa rekomendasi pribadi dan hubungan yang telah terjalin berkontribusi secara signifikan pada keputusan mereka untuk mendukung GPS-PM.

Dengan menggabungkan bukti dari dokumen kerja sama dan wawancara

dengan pihak terkait, triangulasi data ini mengonfirmasi bahwa jaringan sosial bukan hanya berfungsi sebagai alat untuk memperluas jangkauan tetapi juga sebagai mekanisme yang efektif untuk membangun hubungan yang mendalam dan mempengaruhi keputusan donasi. Pendekatan ini menyoroti pentingnya memanfaatkan hubungan interpersonal dan kemitraan strategis dalam memperluas basis donatur dan meningkatkan dukungan untuk kegiatan GPS-PM.

2. Kendala dalam Implementasi Strategi Komunikasi dalam Mempertahan dan Mencari Donatur

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan memahami kendala yang dihadapi oleh GPS-PM dalam mengimplementasikan strategi komunikasi mereka untuk mempertahankan dan menarik donatur. Dengan menggunakan pendekatan yang komprehensif, penelitian ini mencakup wawancara mendalam dengan pihak-pihak terkait, observasi langsung terhadap praktik komunikasi yang diterapkan, serta analisis dokumen untuk mendapatkan gambaran menyeluruh tentang tantangan yang ada. Responden yang terlibat dalam penelitian ini meliputi Nurlia Kadir, Ketua GPS-PM, yang memberikan wawasan tentang kebijakan dan strategi komunikasi organisasi; Rasmawati, seorang donatur aktif, yang menawarkan perspektif mengenai efektivitas strategi dari sisi pemberi dana; dan Nurfadilah, anggota masyarakat yang pernah berpartisipasi dalam kegiatan GPS-PM, yang memberikan sudut pandang dari penerima manfaat. Pendekatan ini bertujuan untuk menyajikan pemahaman yang mendalam tentang hambatan yang dihadapi serta bagaimana strategi komunikasi dapat ditingkatkan untuk mencapai hasil yang lebih baik dalam hubungan dengan donatur.

a. Kendala dalam Penggunaan Media Sosial

Nurlia Kadir, ketua GPS-PM, mengungkapkan bahwa meskipun media sosial efektif dalam menjangkau donatur

baru, mereka menghadapi beberapa kendala.

“Kendala utama yang kami hadapi adalah keterbatasan dalam menjangkau *audiens* di daerah yang kurang terpapar teknologi. Kami juga terkadang mengalami kesulitan dalam menjaga konsistensi postingan dan memastikan bahwa konten kami tetap menarik dan relevan.” (Nurlia Kadir, 2022).

Rasmawati, seorang donatur GPS-PM, menambahkan bahwa meskipun ia mendapat informasi melalui media sosial, tidak semua orang merasa nyaman dengan atau memiliki akses yang baik ke platform digital.

“Kadang-kadang, informasi yang saya lihat di media sosial tidak selalu diperbarui secara berkala, dan ini membuat saya sedikit ragu mengenai transparansi organisasi,” (Rasmawati, 2022).

1) Analisis Tematik

Hasil wawancara menunjukkan bahwa kendala utama dalam penggunaan media sosial oleh GPS-PM adalah kesulitan dalam menjangkau audiens yang kurang familiar dengan teknologi, seperti di daerah pedesaan, serta tantangan dalam menjaga konsistensi dan relevansi konten. Temuan ini konsisten dengan wawancara yang dilakukan dengan Nurlia Kadir dan Rasmawati. Nurlia Kadir menyebutkan bahwa meskipun media sosial efektif, terdapat masalah dalam mempertahankan keterlibatan dan memperbarui konten secara berkala. Hal ini berpotensi mengurangi kepercayaan donatur jika informasi yang disajikan tidak konsisten atau tidak *up-to-date*.

2) Analisis Kontras

Media sosial menawarkan jangkauan yang luas dan efisien, namun kendala seperti keterbatasan jangkauan di daerah dengan infrastruktur teknologi yang kurang memadai dan kesulitan dalam mempertahankan keterlibatan aktif menunjukkan bahwa strategi ini tidak sepenuhnya efektif dalam semua konteks. Di sisi lain, meskipun metode komunikasi lain seperti pendekatan personal dapat lebih efektif dalam membangun hubungan

mendalam, mereka sering kali memerlukan lebih banyak waktu dan sumber daya.

Sebagai contoh, Nurfadilah, anggota masyarakat dari daerah pedesaan, mengungkapkan bahwa media sosial hampir tidak menjangkau masyarakat di tempat tinggalnya. Hal ini menunjukkan bahwa, meskipun media sosial dapat menjangkau audiens yang *tech-savvy*, ia memiliki batasan signifikan dalam menjangkau komunitas yang tidak terhubung dengan platform digital. Oleh karena itu, GPS-PM perlu mengatasi kendala ini dengan mengembangkan strategi komunikasi tambahan untuk audiens yang tidak terjangkau secara digital.

3) Triangulasi Data

Triangulasi data mendukung temuan mengenai kendala dalam implementasi media sosial. Observasi langsung dari aktivitas media sosial GPS-PM menunjukkan adanya fluktuasi dalam konsistensi postingan dan engagement, yang sesuai dengan kendala yang diidentifikasi oleh Nurlia Kadir. Data dokumentasi juga menunjukkan bahwa meskipun kampanye media sosial dirancang untuk menarik donatur baru, terdapat catatan mengenai rendahnya respons dari daerah pedesaan.

Konfirmasi dari Rasmawati dan Nurfadilah memperkuat temuan ini. Rasmawati mengidentifikasi ketidakpastian dalam transparansi informasi, sementara Nurfadilah menyoroti keterbatasan akses teknologi di daerah pedesaan. Penggabungan data observasi, dokumentasi, dan wawancara mengonfirmasi bahwa kendala utama dalam penggunaan media sosial adalah jangkauan yang terbatas dan tantangan dalam menjaga relevansi konten.

b. Kendala dalam Pendekatan Personal

Nurlia Kadir menjelaskan bahwa meskipun pendekatan personal efektif dalam membangun hubungan dengan donatur, terdapat kendala dalam hal sumber daya.

“Pendekatan personal memerlukan waktu dan tenaga yang cukup besar. Kami

sering kali kesulitan untuk memberikan perhatian personal kepada semua donatur karena keterbatasan personel dan waktu” (Nurlia Kadir, 2022).

Rasmawati juga mengakui kendala dalam pendekatan personal, terutama dalam hal pengelolaan waktu.

“Meskipun pendekatan personal sangat berarti, terkadang saya merasa bahwa respons yang saya terima bisa lebih cepat, terutama jika saya mengajukan pertanyaan atau kekhawatiran terkait donasi saya,” (Rasmawati, 2022).

1) Analisis Tematik

Temuan wawancara menunjukkan bahwa kendala utama dalam pendekatan personal adalah keterbatasan sumber daya, baik dalam hal waktu maupun tenaga. Nurlia Kadir mengungkapkan bahwa meskipun pendekatan ini efektif dalam membangun hubungan yang kuat dengan donatur, jumlah personel yang terbatas membuatnya sulit untuk memberikan perhatian personal secara merata kepada semua donatur.

2) Analisis Kontras

Pendekatan personal menawarkan hubungan yang mendalam dan personal, namun memerlukan investasi waktu dan sumber daya yang lebih besar dibandingkan dengan metode komunikasi digital. Sementara media sosial dapat menjangkau audiens yang lebih besar dengan biaya relatif rendah, pendekatan personal memerlukan komitmen yang signifikan dari staf untuk memastikan bahwa setiap donatur merasa dihargai secara individu. Kendala ini diperkuat oleh pengalaman Rasmawati, yang mengungkapkan bahwa meskipun pendekatan personal sangat berarti, respons yang diterima tidak selalu sesuai dengan harapan dalam hal kecepatan.

3) Triangulasi Data

Triangulasi data mengonfirmasi bahwa kendala dalam pendekatan personal termasuk keterbatasan sumber daya. Observasi menunjukkan bahwa interaksi personal sering kali memerlukan waktu yang lebih lama daripada interaksi melalui media sosial, dan data dokumentasi

menunjukkan bahwa responden yang menerima perhatian personal lebih mungkin untuk terlibat lebih lanjut. Konfirmasi dari Nurlia Kadir dan Rasmawati mendukung temuan ini dengan menyoroti tantangan dalam mengelola waktu dan tenaga untuk pendekatan personal yang efektif.

Pembahasan Hasil Penelitian

1. Strategi Komunikasi yang Digunakan oleh GPS-PM

Penelitian ini mengeksplorasi strategi komunikasi yang digunakan oleh GPS-PM untuk mempertahankan dan mencari donatur, dengan fokus pada tiga pendekatan utama: media sosial, pendekatan personal, dan jaringan relasi. Hasil penelitian mengungkapkan bagaimana masing-masing strategi ini berfungsi dalam konteks komunikasi non-profit dan relevansi teori komunikasi untuk masing-masing pendekatan.

a. Strategi Media Sosial

GPS-PM memanfaatkan media sosial seperti Facebook dan Instagram untuk memperluas jangkauan dan menarik donatur baru. Teori Komunikasi Digital (*Digital Communication Theory*) mendukung temuan ini, yang menyatakan bahwa media sosial dapat memperluas jangkauan komunikasi dan meningkatkan keterlibatan audiens melalui konten yang menarik dan interaktif. Media sosial memungkinkan GPS-PM untuk menyebarkan informasi tentang kegiatan mereka secara luas dan efisien, serta membangun hubungan dengan audiens yang lebih muda dan aktif secara digital. Meskipun media sosial efektif dalam menjangkau audiens digital, temuan menunjukkan keterbatasan dalam menjangkau masyarakat pedesaan yang kurang terpapar teknologi (Elisa, 2024). Ini sesuai dengan konsep *Digital Divide*, yang menggarisbawahi kesenjangan antara individu yang memiliki akses dan keterampilan teknologi dengan yang tidak.

b. Pendekatan Personal

Pendekatan personal, termasuk komunikasi tatap muka dan telepon, memperkuat hubungan antara GPS-PM dan donaturnya.

Teori Relasi Interpersonal (*Interpersonal Communication Theory*) menjelaskan bahwa komunikasi tatap muka dan interaksi pribadi dapat membangun hubungan yang lebih mendalam dan meningkatkan kepercayaan (Ali Nurdin, 2020:144). Pendekatan ini memungkinkan GPS-PM untuk memberikan sentuhan humanis yang signifikan dan membuat donatur merasa dihargai secara individu. Meskipun pendekatan ini memerlukan investasi waktu dan sumber daya yang lebih besar, hasilnya terbukti efektif dalam meningkatkan loyalitas donatur. Hal ini sejalan dengan prinsip-prinsip Relasi Interpersonal, yang menekankan pentingnya komunikasi langsung dalam membangun kepercayaan dan keterlibatan yang lebih kuat.

c. Jaringan Relasi

Jaringan relasi digunakan oleh GPS-PM untuk memperluas basis donatur dengan memanfaatkan koneksi dari tokoh masyarakat dan organisasi lokal. Teori Jaringan Sosial (*Social Network Theory*) mendukung temuan ini dengan menunjukkan bahwa hubungan sosial dan koneksi yang kuat dapat membuka akses ke individu yang memiliki potensi untuk mendukung organisasi. Hal serupa terlihat pada BMT Ar-Rahmah di Kecamatan Panca Rijang, Kabupaten Sidenreng Rappang, yang memanfaatkan jaringan lokal (masjid, koperasi, tokoh masyarakat) untuk menyalurkan pembiayaan dan meningkatkan ekonomi umat melalui pola pelayanan profesional berbasis etika Islam (Abduh *et. all*, 2021). Jaringan sosial berfungsi sebagai saluran untuk referensi dan rekomendasi, yang memperluas pengaruh GPS-PM dalam komunitas. Teori ini menggarisbawahi bahwa kekuatan hubungan sosial dan kualitas koneksi memainkan peran penting dalam memperluas basis donatur dan meningkatkan dukungan.

2. Kendala dalam Implementasi Strategi Komunikasi dalam Mempertahankan dan Mencari Donatur

Penelitian ini mengidentifikasi dan memahami kendala yang dihadapi GPS-PM dalam mengimplementasikan strategi komunikasi untuk mempertahankan dan menarik donatur. Hasil wawancara dengan Nurlia Kadir (Ketua GPS-PM), Rasmawati (donatur), dan Nurfadilah (anggota masyarakat), serta observasi langsung dan analisis dokumen memberikan pemahaman menyeluruh mengenai tantangan-tantangan tersebut. Berikut ini adalah pembahasan hasil penelitian yang mengaitkan teori relevan dengan analisis tematik, kontras, dan triangulasi data.

a. Kendala dalam Penggunaan Media Sosial

Nurlia Kadir mengungkapkan bahwa GPS-PM menghadapi kesulitan dalam menjangkau audiens di daerah dengan akses teknologi terbatas dan dalam menjaga konsistensi serta relevansi konten di media sosial. Rasmawati juga menyebutkan bahwa informasi yang diterima melalui media sosial kadang tidak diperbarui, menimbulkan keraguan mengenai transparansi organisasi.

1) Analisis Tematik

Kendala utama dalam penggunaan media sosial berkaitan dengan Teori *Digital Divide*, yang menguraikan kesenjangan antara individu dengan akses teknologi dan mereka yang tidak memiliki akses. Temuan ini konsisten dengan hasil wawancara, yang menunjukkan bahwa audiens di daerah pedesaan mengalami kesulitan dalam mengakses informasi melalui platform digital. Selain itu, Teori Keterlibatan Audiens menyatakan bahwa konsistensi dan relevansi konten adalah faktor kunci dalam mempertahankan keterlibatan. Keterbatasan dalam menjaga konsistensi dan relevansi konten berpotensi mengurangi efektivitas komunikasi media sosial.

2) Analisis Kontras

Media sosial memiliki keuntungan dalam jangkauan yang luas dengan biaya rendah, namun kendala seperti kesenjangan digital dan kesulitan dalam menjaga keterlibatan aktif menunjukkan keterbatasan dari Teori Jangkauan Media

Sosial. Teori ini menggarisbawahi bahwa meskipun media sosial dapat menjangkau audiens yang luas, efektivitasnya berkurang jika audiens tersebut tidak memiliki akses atau tidak aktif secara digital. Sebaliknya, pendekatan personal, meskipun lebih mendalam dan lebih terpercaya, memerlukan lebih banyak waktu dan sumber daya.

3) Triangulasi Data

Triangulasi data menunjukkan bahwa kendala dalam penggunaan media sosial melibatkan jangkauan yang terbatas dan masalah konsistensi konten. Observasi menunjukkan fluktuasi dalam konsistensi postingan dan keterlibatan, sesuai dengan kendala yang diidentifikasi. Teori Keterlibatan *Audiens* mendukung bahwa konsistensi dan relevansi konten adalah kunci untuk keterlibatan yang efektif. Data dokumentasi juga menunjukkan rendahnya respons dari daerah pedesaan, diperkuat oleh wawancara mengenai ketidakpastian transparansi dan keterbatasan akses teknologi.

b. Kendala dalam Pendekatan Personal

Nurlia Kadir mengungkapkan bahwa pendekatan personal memerlukan waktu dan sumber daya yang besar. Rasmawati merasakan bahwa meskipun pendekatan ini berarti, respons yang diterima tidak selalu cepat. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian pada layanan bank syariah, di mana faktor *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* krusial untuk kepuasan nasabah (Muhammad Aslam, 2018) melalui interaksi personal, tetapi terhambat oleh keterbatasan sumber daya dengan *assurance* sebagai faktor paling dominan. Kendala ini menekankan perlunya optimalisasi sumber daya agar pendekatan personal tetap efektif.

Kesimpulan

1. Penelitian ini menunjukkan bahwa GPS-PM menggunakan tiga strategi komunikasi utama untuk mempertahankan dan menarik donatur: media sosial, pendekatan personal, dan jaringan relasi. Media sosial, seperti Facebook dan Instagram, efektif dalam memperluas jangkauan dan menarik

donatur baru, sesuai dengan Teori Komunikasi Digital, tetapi kurang menjangkau masyarakat pedesaan yang kurang terpapar teknologi, sesuai dengan Digital Divide. Pendekatan personal, melalui komunikasi tatap muka dan telepon, memperkuat hubungan dan meningkatkan loyalitas donatur, sejalan dengan Teori Relasi Interpersonal yang menekankan komunikasi langsung. Terakhir, jaringan relasi, mendukung Teori Jaringan Sosial, memperluas basis donatur dengan memanfaatkan koneksi dari tokoh masyarakat dan organisasi lokal, menyoroti pentingnya hubungan sosial dalam meningkatkan dukungan.

2. Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa GPS-PM menghadapi berbagai kendala dalam implementasi strategi komunikasi untuk mempertahankan dan mencari donatur, terutama dalam penggunaan media sosial, pendekatan personal, dan jaringan relasi. Kendala utama meliputi keterbatasan akses teknologi di daerah pedesaan, kurangnya konsistensi dan relevansi konten di media sosial, serta tantangan dalam mengelola sumber daya untuk pendekatan personal yang lebih intensif. Selain itu, membangun dan memelihara hubungan melalui jaringan relasi memerlukan upaya berkelanjutan yang signifikan. Meskipun masing-masing strategi memiliki potensi, efektivitasnya tergantung pada kemampuan organisasi untuk mengatasi hambatan-hambatan ini melalui perencanaan dan alokasi sumber daya yang lebih baik.

Daftar Pustaka

- Alternatif: Tomaszewski et al. (2020).
Case study methodology.
Anwar, M. A., Ahmad, M. A., &
Sulaiman, Z. (2021). Peranan Bmt
Ar-Rahmah Terhadap
Pengembangan Ekonomi Ummat

- Di Kecamatan Panca Rijang
Kabupaten Sidenreng
Rappang. *JIA: Jurnal Ilmiah
Administrasi*, 9(1).
- Ayton, D. (2023). Chapter 15: Participant
observation. In *Qualitative
Research Using OER Collective*.
- Bowen, G. A. (2009). Document analysis
as a qualitative research
method. *Qualitative Research
Journal*, 9(2), 27-40.
- Braun, V., & Clarke, V. (2022). Thematic
analysis: A practical guide. SAGE
Publications.
- Fusch, P. I., & Fusch, G. E. (2017).
Revisiting triangulation in
qualitative research. *European
Journal of Social Sciences Studies*.
- Fusch, P., Fusch, G. E., & Ness, L. R.
(2018). Denzin's paradigm shift:
Revisiting triangulation (termasuk
contrast via cross-case
comparison). *Journal of Social
Change*, 10(1), 37-53.
- Kadir, Nurliah. (32). Gerakan Peduli Sosial
Polewali Mandar (GPS-PM),
Wawancara
- Lim, W. M. (2025). What is qualitative
research? An overview and
guidelines. *Australian Journal of
Management*.
- Looppaanel (2025). Triangulation in
qualitative research:
Comprehensive guide. (Praktis
untuk sumber/metode).
- Morriss, L. (2024). Themes do not emerge:
Reflections on Braun & Clarke's
thematic analysis. *Qualitative
Research*.
- Noble, H., & Heale, R. (2019).
Triangulation in research, with
examples. *Evidence-Based
Nursing*, 22(3), 67-68.
- Palinkas, L. A., Horwitz, S. M., Green, C.
A., Wisdom, J. P., Duan, N., &
Hoagwood, K. (2020). Purposeful
sampling for qualitative data
collection and analysis in mixed
method implementation
research. *Administration and Policy
in Mental Health and Mental
Health Services Research*, 42(5).
- Rasmawati (35 Tahun). Donatur Gerakan
Peduli Sosial Polewali Mandar
(GPS-PM), Wawancara.
- Ruslin, R., et al. (2022). Semi-structured
interview: A methodological
reflection on qualitative
research. *IOSR Journal of Research
& Method in Education*, 12(1).
- Younas A, Inayat S. Memilih Pendekatan
Analitis dalam Penelitian Studi
Kasus. *Keperawatan Kreatif* .
2024;31(1):90-92.