

BAB I. PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara berkembang yang di dalamnya berdiri beragam organisasi dengan kontribusinya membangun berbagai sektor seperti sosial, ekonomi, keagamaan, dan kemanusiaan. Berdasarkan data di tahun 2021, Indonesia menduduki peringkat pertama sebagai negara yang paling dermawan versi *World Giving Index* (WGI) yakni laporan tahunan mengenai tingkat kedermawanan masyarakat yang diterbitkan oleh Charities Aid Foundation (CAF). Antusiasme masyarakat yang tinggi dalam berbagi tentu dapat menjadi peluang bagi organisasi yang bergerak di bidang sosial dan kemanusiaan.

Salah satunya adalah organisasi nirlaba yakni suatu kumpulan dari beberapa orang yang bekerjasama untuk sebuah tujuan dengan pelaksanaannya yang tidak berorientasi pada keuntungan secara pribadi (Nainggolan 2005). Begitupun halnya dengan organisasi nirlaba Elfoundation atau Yayasan El Indonesia Mulya yang bergerak di bidang sosial, keagamaan dan kemanusiaan. Elfoundation didirikan tahun 2017 oleh pemilik perusahaan PT. Bersama Zatta Jaya yang bergerak di bidang busana muslim dengan merek terkenalnya yakni Elzatta. Elfoundation memiliki prinsip sebagai yayasan yang *rahmatan lil'aalamiin* atau menjadi rahmat bagi semesta dengan melahirkan banyak manfaat.

Adapun Elfoundation memiliki beragam program yang berjalan setiap tahunnya antara lain program *Quick Response*, Peduli Pangan, *Sustainable Project*, *Junior Camp*, dan program Takbir. Program *Quick Response* adalah program tanggap bencana guna membantu korban yang terdampak, program Peduli Pangan seperti berbagi paket makanan, sembako hingga daging qurban, program *Sustainable Project* yakni kegiatan pelestarian lingkungan, program *Junior Camp* yaitu kegiatan edukasi dan mengenal lingkungan industri untuk anak-anak, serta program Takbir (Tebar Kebaikan di Bulan Ramadan) seperti berbagi alat kebersihan dan alat ibadah.

Yayasan Elfoundation belum dikenal luas oleh masyarakat, program-program yang diselenggarakan pun terbatas pada melibatkan donatur yang memiliki ikatan

tertentu atau yang sudah mengenal baik Elfoundation seperti *vendor*, relasi perusahaan Elcorps, serta mitra dan agen yang bekerjasama dengan Elzatta. Hal ini dipengaruhi oleh tingkat kesadaran masyarakat yang masih rendah terhadap Elfoundation, dapat dibuktikan pada unggahan-unggahan yang telah dibagikan di media sosial, dilihat dari jumlah pengunjung dan juga interaksinya pada Instagram dan Facebook masih terbilang sedikit atau minim. Apabila dilihat dari sudut pandang yayasan, Elfoundation memiliki keterbatasan SDM untuk mengelola media publikasi yang berdampak pada kurangnya pemanfaatan media serta teknik komunikasinya yang kurang menarik masyarakat untuk berinteraksi maupun berpartisipasi.

Idealnya masyarakat memiliki kesadaran terhadap keberadaan Elfoundation seperti dapat memahami, merespon dan juga berpartisipasi pada program-program yang diselenggarakan. Elfoundation juga diharapkan dapat meningkatkan level komunikasi yang lebih baik dan menarik agar dapat membangun interaksi yang lebih aktif pada pengunjung media sosial seperti memiliki ciri khas yang dapat melekat di benak masyarakat terhadap Elfoundation.

Hal ini pun penting untuk dikaji lebih lanjut karena animo masyarakat terhadap yayasan sosial saat ini cukup rendah, imbas dari kasus penyalahgunaan dana sosial dari yayasan lain dengan tidak tersalurkannya seluruh donasi melainkan digunakan untuk keperluan pribadi yayasan. Maka dari itu, pentingnya meningkatkan kepercayaan para donatur terhadap yayasan sosial sehingga bisa berdonasi tanpa rasa khawatir melalui Elfoundation. Pentingnya kasus permasalahan sosial di masyarakat juga dapat terbantu penyelesaiannya dengan keberadaan Elfoundation. Penerima manfaat dari program-program Elfoundation dengan donasi dari masyarakat lainnya pun bisa jauh lebih meningkat dan tersalurkan.

I.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, maka dapat diidentifikasi masalahnya sebagai berikut:

- Masyarakat kurang menyadari akan keberadaan Elfoundation sebagai yayasan berbasis sosial, keagamaan dan kemanusiaan.
- Pihak Elfoundation kurang memaksimalkan teknik komunikasi pada media

sosial dalam mempromosikan yayasan, seperti tidak menampilkan konten-konten yang menarik perhatian dan tidak memiliki ciri khas yang mampu diingat dalam benak masyarakat.

- Adanya kasus negatif dari salah satu yayasan sosial yang tersebar di masyarakat sehingga menyebabkan turunnya animo masyarakat untuk berpartisipasi dalam program-program sosial kemanusiaan melalui sebuah yayasan.

I.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari identifikasi masalah diatas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

“Bagaimana cara mengenalkan Elfoundation kepada masyarakat sebagai yayasan yang dapat menjadi pilihan ketika hendak berdonasi?”

I.4 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan, maka perancangan akan dibatasi pada beberapa hal berdasarkan batasan objektif, subjektif dan keterangan tempat sebagai berikut:

- **Batasan Objek**
Perancangan ini membatasi objek yakni Yayasan El Indonesia Mulya atau Elfoundation yang terletak di Elcorps Building, Kp. Harikukun Cigondewah Kaler, Kota Bandung. Penelitian ini memusatkan pada informasi terbaru program yang berjalan di bulan April 2023 sampai dengan April 2024, untuk menjaga relevansi program dengan keadaan masyarakat saat ini serta menyesuaikan pada rencana promosi yang akan dilaksanakan.
- **Batasan Subjek**
Batasan subjek pada perancangan ini memusatkan pada kalangan dewasa awal yang telah berpenghasilan dengan status ekonomi menengah ke atas, dikarenakan mengacu pada kemampuan untuk bersedekah.
- **Batasan Tempat**
Wilayah yang dibatasi pada perancangan ini yakni pada wilayah perkotaan khususnya berada di Jawa Barat. Hal ini bertujuan sebagai langkah pengenalan pada masyarakat yang berada di wilayah yang sama dengan Elfoundation.

I.5 Tujuan & Manfaat Perancangan

I.5.1 Tujuan Perancangan

Berdasarkan pada latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah serta batasan masalah yang telah dipaparkan sebelumnya maka perancangan ini memiliki tujuan, antara lain:

- Agar Elfoundation dapat dikenal oleh masyarakat sebagai yayasan sosial kemanusiaan dan keagamaan yang terpercaya dengan jangkauan yang lebih luas, sehingga dapat meningkatkan motivasi masyarakat dalam berpartisipasi pada program-program yang diselenggarakan.
- Agar Elfoundation dikenal sebagai yayasan yang menyalurkan dana donasi seluruhnya kepada penerima manfaat tanpa memotong sepeserpun untuk kepentingan pribadi yayasan.

I.5.2 Manfaat Perancangan

Adapun hasil dari perancangan ini diharapkan dapat memberi manfaat teoritis dan manfaat praktis, diantaranya:

- **Manfaat Teoritis**
Dalam bidang akademis, perancangan ini diharapkan dapat menjadi referensi di bidang Desain Komunikasi Visual terkait persuasi yayasan sosial khususnya di Jawa Barat.
- **Manfaat Praktis**
Adapun manfaat praktis dari perancangan ini antara lain:
 - a. Manfaat dari perancangan ini diharapkan dapat membuat program-program yang diselenggarakan oleh Elfoundation bisa lebih mudah disampaikan dan meningkatkan motivasi masyarakat untuk ikut merespon hingga berpartisipasi langsung.
 - b. Masyarakat yang berpartisipasi dapat memiliki rasa percaya untuk mendonasikan hartanya pada program-program sosial Elfoundation yang tersalurkan secara terpadu.