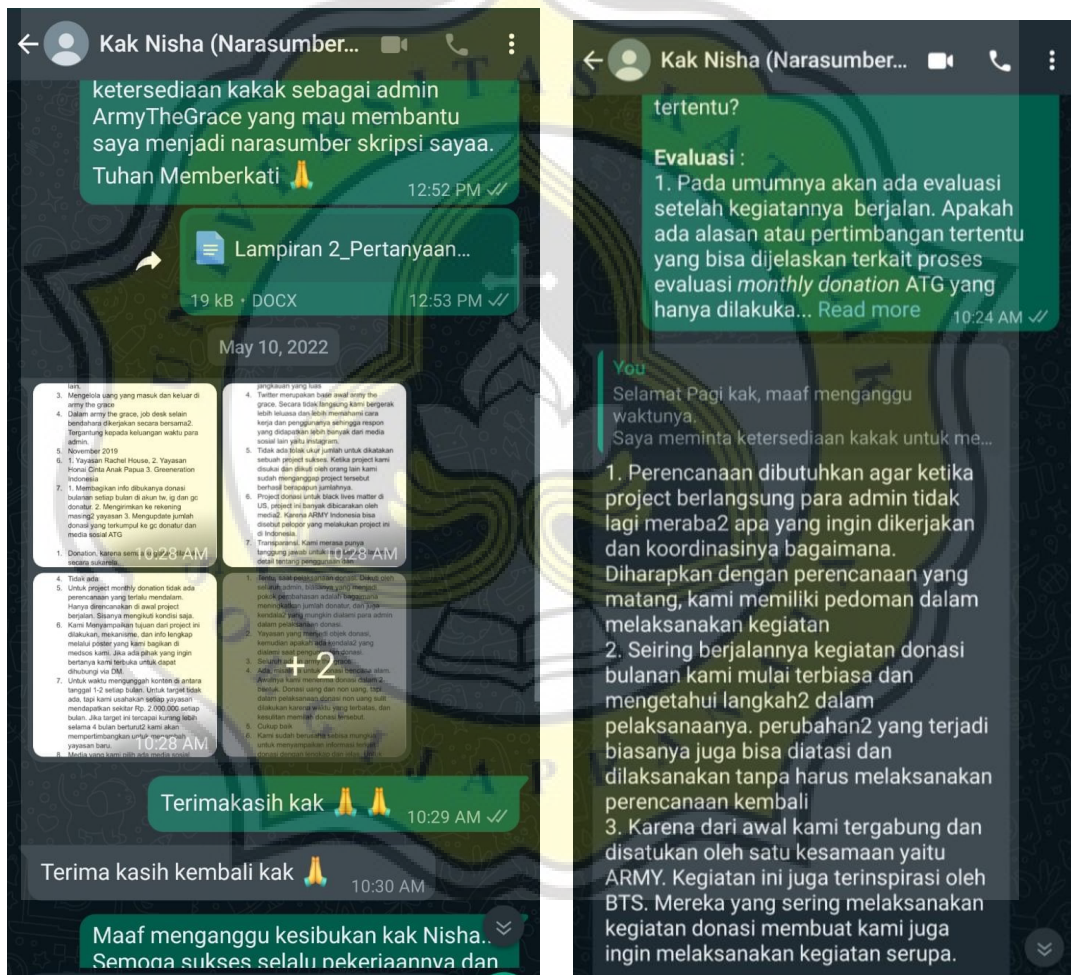


## LAMPIRAN

### Lampiran 1 : Bukti Pelaksanaan Wawancara

#### Bukti Wawancara Khairunissa Afrini :



## Bukti Wawancara Hasna Hanifah :



## Bukti Wawancara Khozanatur Asror :



## Lampiran 2 : Transkrip Wawancara

### Informan 1 :

Nama : Khairunissa Afrini

Jabatan: Bendahara

#### Pertanyaan Umum :

1. Sudah berapa lama Anda menjadi pengurus akun @ArmyTheGrace?

**Jawaban :** Sudah 2.5 tahun dari mulai November 2019.

2. Apakah visi dan misi akun @ArmyTheGrace?

**Jawaban :** Membantu orang membutuhkan bantuan sampai tidak ada lagi yang dapat kami bantu. Kami percaya hasil donasi yang kami kumpulkan walaupun sedikit tetapi apabila di kumpulkan dari banyak orang maka tetap akan memberikan kontribusi bagi orang lain.

3. Apa sajakah *jobdesk* yang harus Anda selesaikan sebagai pengurus akun @ArmyTheGrace?

**Jawaban :** Sebagai bendahara, tugas dan tanggungjawab saya adalah mengelola uang yang masuk dan keluar dari setiap *project* donasi yang dilakukan ArmyTheGrace.

4. Apakah pernah ada perubahan *jobdesk* selama anda menjadi pengurus akun @ArmyTheGrace?

**Jawaban :** Tidak ada perubahan untuk bendahara, tetapi selain bendahara akan dikerjakan secara bersama-sama tergantung waktu luang masing-masing anggota (admin).

5. Sejak kapan kegiatan *monthly donation* resmi mulai dilaksanakan?

**Jawaban :** Mulai November 2019.

6. Donasi yang terkumpul dalam *project monthly donation* akan disalurkan kemana saja? (Jika ada perubahan, mohon dijelaskan secara detail).

**Jawaban :** 1) Yayasan Rachel House, 2) Yayasan Honai Cinta Anak Papua, 3) Greeneration Indonesia.

7. Bisakah anda menjelaskan secara singkat *jobdesk* yang harus diselesaikan khususnya dalam *monthly donation project*?

**Jawaban :** *Jobdesk* saya itu ada beberapa (di gabungkan dengan tanggungjawab bersama) ada : 1) Membagikan info dibukanya donasi bulanan di akun Twitter dan *Group Chat* WhatsApp (Donatur), 2) Mengirimkan hasil donasi ke rekening masing-masing Yayasan, 3) Memberikan perkembangan terbaru terkait jumlah donasi yang terkumpul di Twitter dan *Group Chat* WhatsApp (Donatur).

Pertanyaan Khusus :

*Crowdfunding* :

1. Menurut anda apakah jenis kegiatan *crowdfunding* yang dilakukan ArmyTheGrace?

**Jawaban :** Bentuk Donation, karena kegiatan yang dilakukan ini donasinya bersifat sukarela dari donatur.

2. Mengapa ArmyTheGrace memilih menerapkan jenis *crowdfunding* tersebut?

**Jawaban :** Niat awal kami melakukan kegiatan ini adalah murni untuk menggerakkan kegiatan donasi menjadi hal yang mudah dilakukan dan membantu menyalurkan hasil donasi kepada mereka yang membutuhkan. Tim

ArmyTheGrace sendiri tidak pernah ada niat untuk mendapatkan keuntungan atau imbalan apapun, sehingga jenis *donation crowdfunding* merupakan yang paling cocok untuk tujuan dan niat kami.

3. Media apa sajakah yang digunakan dalam melaksanakan *project crowdfunding* ArmyTheGrace? (Sebutkan alasan pemilihan media tersebut)

**Jawaban :** Twitter, Instagram, dan WhatsApp. Kami menggunakan Twitter dan Instagram karena menganggap kedua media sosial itu merupakan media sosial dengan jumlah pengguna yang lebih banyak dibandingkan media lain dan memiliki jangkauan yang luas untuk membantu mempromosikan kegiatan donasi yang dilakukan ArmyTheGrace. Sedangkan untuk WhatsApp kami menggunakan media sosial tersebut sebagai media komunikasi dengan donatur karena bersifat lebih *private*.

4. Jika ada beberapa media yang dipilih, bisakah Anda menjelaskan masing-masing *engagement* yang diperoleh melalui media yang dipilih? (Apakah ada perbedaan dibandingkan dengan sosial media lainnya)?

**Jawaban :** Untuk saat ini kami lebih berfokus dan lebih aktif melalui Twitter karena merupakan *base* awal ArmyTheGrace. Perbedaannya sendiri terlihat bahwa dari Twitter kami lebih bisa menjangkau calon donatur baru dan mendapatkan respon lebih banyak dari media sosial Instagram. Untuk WhatsApp *engagement* yang didapatkan itu banyak, tetapi hanya berasal dari mereka yang memang telah menjadi donatur ArmyTheGrace sendiri.

5. Berdasarkan observasi yang saya lakukan, ada beberapa bentuk *project crowdfunding* yang dilakukan ArmyTheGrace seperti : *monthly donation*, *birthday donation*, hingga beberapa *social donation*. Apakah tolak ukur *project* tersebut agar dibidang terlaksana secara baik (sukses)?

**Jawaban :** Tidak ada tolak ukur jumlah untuk dapat dikatakan sebuah *project* yang dilakukan kami sukses. Ketika kami dapat mengumpulkan orang untuk berdonasi bahkan jika kegiatan donasi yang kami lakukan hanya disukai dan didukung oleh orang lain kami sudah menganggap *project* tersebut berhasil berapapun jumlahnya.

6. Jika berkenan, apakah bisa disampaikan hasil *project crowdfunding* ArmyTheGrace apa yang bisa dianggap paling sukses?

**Jawaban :** *Project* donasi untuk BLM (*Black Lives Matter*) di US. Karena *project* ini banyak dibicarakan oleh media – Army Indonesia bisa di sebut pelopor yang melakukan *project* ini di Indonesia. Untuk *monthly donation* sendiri sebenarnya juga merupakan sebuah pencapaian, karena bisa mengumpulkan 4-6 juta setiap bulannya.

7. Berdasarkan observasi yang saya lakukan, saya melihat bahwa ArmyTheGrace memberikan bukti konfirmasi penyaluran hasil *crowdfunding* melalui media sosial. Menurut anda, apa sebenarnya tujuan dari hal tersebut? (Hasil apa yang di harapkan?)

**Jawaban :** Transparansi. Kami merasa punya tanggungjawab untuk memberikan laporan detail tentang penggunaan dan pengumpulan dana berapapun jumlahnya. Karena nyatanya semua dana yang terkumpul ini bukanlah milik kami tetapi milik para donatur. Ini juga merupakan salah satu cara untuk mendapatkan kepercayaan calon donatur karena seringkali sebuah akun donasi diragukan apabila tidak ada transparansi aliran dana donasi.

Strategi Komunikasi :

**Perencanaan :**

1. Menurut anda, dalam melakukan *project monthly donation* apakah ada tahap penyusunan rencana? (Jika iya, apakah proses penyusunan itu dilakukan setiap bulan atau hanya pada pertama kali *project monthly donation* dilakukan?)

**Jawaban :** Ada, hal itu dilakukan pada saat awal pertama kali *monthly donation* dilakukan (November 2019).

2. Apabila ada tahap perencanaan, apakah tujuan (latar belakang) pelaksanaan *project* donasi bulanan ArmyTheGrace?

**Jawaban :** Tujuannya untuk membantu orang-orang yang membutuhkan melalui yayasan yang di percaya. Kami percaya donasi berapapun, apabila dikumpulkan dari banyak orang akan dapat membantu orang lain

3. Sebelum mengadakan kegiatan *monthly donation*, mengapa melakukan perencanaan? Apa yang diharapkan?

**Jawaban :** Perencanaan dibutuhkan agar ketika *project* berlangsung para admin tidak lagi hanya menebak apa yang ingin dikerjakan dan koordinasinya bagaimana. Diharapkan dengan adanya satu kali perencanaan yang sudah matang, kami memiliki pedoman dalam melaksanakan kegiatan.

4. Mengapa hanya melakukan perencanaan pada satu kali saja (pada saat awal) sebelum berlangsungnya kegiatan *monthly donation*? (Mohon jelaskan alasan dan pertimbangannya)

**Jawaban :** Seiring berjalannya kegiatan donasi bulanan kami mulai terbiasa dan mengetahui langkah-langkah dalam pelaksanaannya. perubahan<sup>2</sup> yang terjadi biasanya juga bisa diatasi dan dilaksanakan tanpa harus melaksanakan perencanaan kembali.

5. Siapa saja yang dapat menjadi donatur? Apakah terbuka untuk umum atau hanya kelompok tertentu seperti hanya ARMY saja?



**Jawaban :** Khusus ARMY saja, karena nantinya donasi ini akan dikirimkan atas nama BTS ARMY INDONESIA.

6. Untuk donatur, mengapa hanya menargetkan ARMY? Apakah ada alasan tertentu?

**Jawaban :** Karena dari awal kami tergabung dan disatukan oleh satu kesamaan yaitu ARMY. Kegiatan ini juga terinspirasi oleh BTS. Mereka yang sering melaksanakan kegiatan donasi membuat kami juga ingin melaksanakan kegiatan serupa.

7. Apakah ada tema tertentu dalam setiap *project monthly donation*?

**Jawaban :** Tidak ada.

8. Apakah ada proses perencanaan konten media sosial untuk *project monthly donation*? (Jika ada, Siapa saja yang hadir dalam rapat tersebut?)

**Jawaban :** Untuk *monthly donation* tidak ada perencanaan yang terlalu mendalam. Proses kegiatan donasi bulanan ini hanya direncanakan pada saat awal saja, sisanya mengikuti kondisi saja.

9. Bagaimana proses penyusunan dan menyampaikan pesan terhadap donatur agar mau berpartisipasi dalam *project* yang dilakukan ArmyTheGrace?

**Jawaban :** Kami menyampaikan tujuan dari *project* ini – bagaimana dilakukannya, mekanisme, serta ada info lengkap melalui poster dan *thread* yang ada di media sosial (Twitter). Dan jika ada pihak yang ingin bertanya kami terbuka dan dapat langsung menghubungi kami melalui DM Twitter.

10. Apakah ada perencanaan target dan waktu mengunggah konten untuk *project monthly donation*?

**Jawaban :** Untuk waktu mengunggah konten antara tangga 1-2 setiap bulannya. Untuk target konten sendiri tidak ada, tetapi ada target hasil donasi – kami menargetkan mendapatkan sekitar Rp. 2.000.000,- setiap bulan. Jika

target ini tercapai maka kami akan mempertimbangkan kemungkinan menambahkan yayasan baru.

11. Dalam pemilihan media, apakah Anda bisa menyebutkan media yang dipilih dan alasan pemilihan media tersebut?

**Jawaban :** Media yang kami pilih adalah media sosial, salah satunya yang paling aktif adalah Twitter dan Instagram. Kami memilih kedua media itu karena kami melihat jumlah pengguna dan cakupannya yang cukup luas.

12. Pada tahap perencanaan ini, bagaimana Anda (sebagai tim) membagikan *jobdesk* bagi masing-masing pengurus?

**Jawaban :** *Jobdesk* selain bendahara akan dibagi rata, bahu membahu dan saling bertukar pikiran untuk merencanakan *project* agar dapat terlaksana dengan baik.

13. Apakah Anda dan tim ArmyTheGrace memiliki tolak ukur (cara mengetahui) strategi komunikasi *crowdfunding* ini dapat dikatakan berhasil?

**Jawaban :** Kami mengukur dari jumlah orang yang merespon lewat *tweet, like, re-tweet*. Jika banyak yang melakukan hal tersebut, maka kami menganggap kegiatan ini akan berhasil.

14. Bagaimana ArmyTheGrace membangun kepercayaan publik untuk mau berdonasi?

**Jawaban :** Transparansi dan Komunikasi. Kami sebisa mungkin akan menginformasikan kepada publik (Twitter dan WhatsApp), apabila ada perubahan apapun yang terjadi.

15. Bagaimana ArmyTheGrace merencanakan strategi untuk memperoleh donatur baru?

**Jawaban :** Setiap bulan kami membagikan info mengenai kegiatan donasi ini melalui media sosial (seringkali di Twitter). Dengan harapan bisa menjangkau lebih banyak orang lagi.

**Implementasi :**

1. Dari bulan November 2021 – April 2022 ini, Apakah ada perbedaan/perubahan tujuan pelaksanaan *project project monthly donation* akun ArmyTheGrace?

**Jawaban :** Tidak ada.

2. Dari bulan November 2021 – April 2022 ini, Apakah ada situasi tertentu yang membuat perubahan segmentasi mengenai siapa yang dapat berdonasi (donatur) pada *project monthly donation* ini?

**Jawaban :** Tidak ada, yang berdonasi hanya ARMY.

3. Berdasarkan observasi yang saya lakukan (dari bulan November 2021 – April 2022), saya mengetahui bahwa ArmyTheGrace selalu mengutip *tweet* informasi donasi bulanan yang sama setiap bulannya. Apakah ada alasan mengapa Anda (tim) tidak mengubah narasi isi pesan tersebut setiap bulannya?

**Jawaban :** Karena kami merasa narasi tersebut masih sesuai dengan informasi yang hendak kami sampaikan terkait tentang *monthly donation*.

4. Apakah ada perubahan penggunaan media sebagai penyampai pesan? (Misalnya menambah penggunaan media atau ada pengurangan media)

**Jawaban :** Belum ada, sampai sekarang kami hanya menggunakan Twitter, Instagram, dan *Group WhatsApp* saja. Untuk keperluan *monthly donation* kami lebih aktif di Twitter dan WhatsApp.

5. Apakah ada perubahan jadwal mengunggah konten donasi melalui media sosial?

**Jawaban :** Tidak ada, kami biasa mengunggah di malam hari sekitar pukul 7-9 malam. Bisa ada waktu lain (di unggah pada waktu senggang) jika admin terlalu sibuk.

6. Menurut anda apakah ada perbedaan tanggapan dari *followers* dan *non-followers* selaku donatur *project* ArmyTheGrace terhadap konten yang di unggah oleh tim?

**Jawaban :** Tidak ada.

7. Setelah pelaksanaan beberapa *project monthly donation* (dari bulan November 2021 – April 2022) apakah ada perbedaan atau perubahan dalam proses penyusunan dan penyampaian pesan terhadap donatur agar dapat meningkatkan partisipasinya dalam *project* yang dilakukan ArmyTheGrace?

**Jawaban :** Tidak ada perubahan spesifik. Pesan yang kami sampaikan tiap bulan formatnya akan sama tentang rincian informasi pembukaan donasi, rincian donasi yang masuk, serta penyaluran dan respon yayasan terhadap yang diberikan.

8. Setelah melakukan kegiatan observasi, saya mengetahui bahwa ada perubahan susunan pengurus akun ArmyTheGrace. Apakah bisa dijelaskan bagaimana cara Anda (dalam tim) mengatasi masalah tersebut?

**Jawaban :** Di awal memang cukup sulit karena pada awalnya ada lebih banyak orang dan bisa mencakup *jobdesk* yang lebih banyak. Tetapi kami berusaha saling membantu dan mengevaluasi apabila masih ada kekurangan sehingga dapat mengisi posisi yang kosong tersebut.

9. Apa tujuan komunikasi dari pengunggahan bukti penyaluran donasi sebagai konten?

**Jawaban :** Memberi informasi yang jelas tentang penyaluran donasi dan sebagai bukti asas transparansi yang selalu kami utamakan.

10. Bagaimana respon *followers* dan *non-followers* terhadap konten yang baru diunggah oleh ArmyTheGrace (terutama tentang *project monthly donation*)?

**Jawaban :** Responnya kebanyakan positif, untuk yang baru mengetahui biasanya akan bertanya detail melalui akun DM (Twitter) kami.

**Evaluasi :**

1. Dalam pelaksanaan *monthly donation*, apakah ada pelaksanaan evaluasi terhadap kegiatan yang telah dilakukan? (Jika ada kapan saja di laksanakan kegiatan evaluasi tersebut? Apa saja yang dibahas?)

**Jawaban :** Tentu saja ada. Biasanya dilakukan setiap selesai pelaksanaan donasi setiap bulannya. Hal itu dilakukan dan diikuti oleh seluruh admin. Yang menjadi pembahasan adalah bagaimana cara meningkatkan jumlah donatur, dan juga kendala-kendala yang mungkin dialami para admin dalam pelaksanaan donasi.

2. Pada umumnya akan ada evaluasi setelah kegiatannya berjalan. Apakah ada alasan atau pertimbangan tertentu yang bisa dijelaskan terkait proses evaluasi *monthly donation* ATG yang hanya dilakukan beberapa kali saja?

**Jawaban :** Karena *monthly donation* biasanya tidak terlalu mengalami banyak perubahan signifikan itulah mengapa evaluasi tidak terlalu sering dilaksanakan. Disela2 kegiatan *monthly donation* berlangsung pun evaluasi yang sifatnya fleksibel biasa kami lakukan.

3. Jika ada proses evaluasi, aspek apa saja yang akan di evaluasi dari *project monthly donation* yang dilakukan ArmyTheGrace?

**Jawaban :** Karena *monthly donation* biasanya tidak terlalu mengalami banyak perubahan signifikan itulah mengapa evaluasi tidak terlalu sering dilaksanakan. Disela-sela kegiatan *monthly donation* berlangsung pun beberapa kali kamu pernah evaluasi yang sifatnya fleksibel.

**Jawaban :** Yayasan yang menjadi objek donasi dan apakah ada kendala-kendala yang dialami saat kegiatan pelaksanaan donasi.

4. Siapa sajakah yang menghadiri pelaksanaan evaluasi?

**Jawaban :** Seluruh admin ArmyTheGrace.

5. Berdasarkan pengalaman anda, apakah dalam *project* yang diadakan ArmyTheGrace ada keadaan tertentu yang membuat tim mengubah rencana awal bahkan membedakan hasil partisipasi donatur?

**Jawaban :** Beberapa kali ada, misalnya untuk donasi bencana alam. Awalnya kami menerima donasi dalam dua bentuk yaitu tunai dan non-tunai. Tetapi karena sulit menerima donasi dalam bentuk non-tunai (terbatas) maka kami memutuskan untuk hanya menerima donasi tunai saja. Untuk *monthly donation* tidak ada perubahan.

6. Apakah tujuan komunikasi yang telah di tentukan pada proses perencanaan telah tercapai dengan baik?

**Jawaban :** Cukup baik.

7. Menurut Anda apakah pesan yang disampaikan telah diterima dengan baik oleh khalayak sehingga dapat mendorong partisipasi donatur agar mau berpartisipasi dalam *project monthly donation* yang dilakukan ArmyTheGrace?

**Jawaban :** Kami telah berusaha sebisa mungkin untuk menyampaikan informasi mengenai donasi bulanan ini dengan lengkap dan jelas. Dengan

*feedback* dan jumlah donasi yang kami dapatkan setiap bulannya kami merasa pesan yang kami sampaikan telah diterima dengan cukup baik.

8. Apakah ada evaluasi terkait penyusunan dan metode penyampaian pesan?

**Jawaban :** Tentu saja ada, apabila diperlukan. Semua hal terkait dengan pelaksanaan donasi akan dibicarakan dan didiskusikan oleh seluruh admin.

9. Menurut anda apakah ada perbedaan tanggapan dari *followers* dan *non-followers* selaku donatur project ArmyTheGrace terhadap konten yang di unggah oleh tim?

**Jawaban :** Mungkin ada perbedaan tetapi tidak terlalu banyak. Hanya di cara penerimaan informasi – para *followers* akan lebih cepat menerima dan mendapatkan *update* karena sudah mengikuti akun kami.

10. Menurut Anda, apakah tim ArmyTheGrace telah melakukan pemilihan media yang tepat? (Jika tidak, Apakah ada evaluasi atau perubahan media yang digunakan?)

**Jawaban :** Saya rasa sudah.

11. Apabila menggunakan beberapa media, Apakah ada evaluasi terkait *engagement* masing-masing media yang digunakan?

**Jawaban :** Tentu, kami masih memikirkan bagaimana agar *engagement* Instagram lebih baik dari sekarang.

12. Apakah ada evaluasi terkait *design* ataupun penulisan deskripsi konten dalam unggahan di media sosial @ArmyTheGrace?

**Jawaban :** Iya, saat ada waktu kami akan berusaha memperbaiki design dan mempelajari metode penulisan yang baik dalam design agar dapat meningkatkan kualitas yang baik kedepannya.

13. Apabila ada kesalahan yang dilakukan oleh salah satu pengurus, apa akan ada evaluasi tertentu yang dilakukan?

**Jawaban :** Akan ada evaluasi hingga peringatan, kami akan bertanggungjawab juga bersama-sama.

14. Adakah penggantian atau rotasi *jobesk* masing-masing pengurus? Jika iya, mengapa hal tersebut dilakukan?

**Jawaban :** Ada, biasanya dilakukan karena admin yang bersangkutan memiliki kesibukan di *real life* dan tidak bisa mengerjakan *jobdesk*-nya.

15. Bagaimana respon yang di dapatkan dari *project crowdfunding* ini? Apakah telah sesuai dengan yang di harapkan?

**Jawaban :** Saya rasa sudah.

16. Setelah pelaksanaan beberapa *project monthly donation* (dari bulan November 2021 – April 2022), Apakah kegiatan yang dilakukan ArmyTheGrace ini dapat di kategorikan telah berhasil?

**Jawaban :** Menurut saya sudah, karena sampai saat ini *project* kami masih berjalan khususnya untuk *monthly donation*. Beberapa donatur baru juga bergabung.

17. Jika ada tolak ukur kesuksesan *project* donasi, Apakah ada *project monthly donation* (dari bulan November 2021 – April 2022) yang memenuhi tolak ukur tersebut?

**Jawaban :** Semuanya memenuhi target, karena kami bisa mengumpulkan kurang lebih Rp. 2.000.000,- setiap bulannya. Kami juga dapat menambah target donasi kami yang awalnya hanya 1 yayasan tetapi sekarang dapat terlaksana dengan 3 yayasan.



18. Dari bulan November 2021 – April 2022 ini, *project monthly donation* pada bulan apakah yang dianggap paling sukses?

**Jawaban :** Saya rasa di bulan Maret 2022, karena di bulan tersebut donasi bulanan memperoleh jumlah terbanyak dibanding bulan lainnya dalam periode yang disebutkan.



**Informan 2 :**

Nama : Hasna Hanifah

Jabatan: Admin (Editor)

Pertanyaan Umum :

1. Sudah berapa lama Anda menjadi pengurus akun @ArmyTheGrace?

**Jawaban :** Saya menjadi admin di ATG dari bulan Juni 2020.

2. Apakah visi dan misi akun @ArmyTheGrace?

**Jawaban :** Kami berharap dengan adanya ATG setidaknya kami bisa membantu pihak-pihak yang membutuhkan dan bisa jadi wadah juga bagi ARMY yang ingin membantu sesama.

3. Apa sajakah *jobdesk* yang harus Anda selesaikan sebagai pengurus akun @ArmyTheGrace?

**Jawaban :** Mengecek apakah ada kesalahan donasi (*Double Input*), memastikan total nominal donasi, mengecek bentuk bukti pembayaran apakah sudah sesuai, *update* hasil donasi di media sosial, dan sebagai Editor Konten.

4. Apakah pernah ada perubahan *jobdesk* selama anda menjadi pengurus akun @ArmyTheGrace?

**Jawaban :** Tidak Ada.

5. Sejak kapan kegiatan *monthly donation* resmi mulai dilaksanakan?

**Jawaban :** Setau saya sejak November 2019.

6. Donasi yang terkumpul dalam *project monthly donation* akan disalurkan kemana saja? (Jika ada perubahan, mohon dijelaskan secara detail).

**Jawaban :** 1) Yayasan Rachel House, 2) Yayasan Honai Cinta Anak Papua, 3) Greeneration Indonesia.

7. Bisakah anda menjelaskan secara singkat *jobdesk* yang harus diselesaikan khususnya dalam *monthly donation project*?

**Jawaban :** Untuk bagian saya. Saya bertugas mengecek apakah ada donasi yang *double input*, memastikan nominal dan bukti pembayaran sesuai, update hasil donasi, dan sebagai editor konten.

Pertanyaan Khusus :

*Crowdfunding* :

1. Menurut anda apakah jenis kegiatan *crowdfunding* yang dilakukan ArmyTheGrace?

**Jawaban :** Bentuk donasi.

2. Mengapa ArmyTheGrace memilih menerapkan jenis *crowdfunding* tersebut?

**Jawaban :** Karena bertujuan untuk membantu yang membutuhkan tanpa kami mengharapkan keuntungan apapun.

3. Media apa sajakah yang digunakan dalam melaksanakan *project crowdfunding* ArmyTheGrace? (Sebutkan alasan pemilihan media tersebut)

**Jawaban :** Twitter, Instagram dan WhatsApp. Meski donasi yang kami buka terbuka untuk umum, tapi kami memfokuskan diri untuk lebih mengkampanyekan donasi yang sedang kami buka pada teman-teman ARMY. Twitter adalah platform pertama berdirinya ATG dan media yang paling aktif digunakan. Sementara untuk pembukaan Instagram ATG hanya karena banyak

ARMY yang request supaya ATG memiliki akun di Instagram sehingga kami tidak begitu aktif di Instagram.

4. Jika ada beberapa media yang dipilih, bisakah Anda menjelaskan masing-masing *engagement* yang diperoleh melalui media yang dipilih? (Apakah ada perbedaan dibandingkan dengan sosial media lainnya)?

**Jawaban :** Kami fokus di twitter karena memang itu platform awal dari ATG dan untuk Instagram karena banyak donator yang request supaya ATG ada di Instagram juga. Untuk *engagement*, sejauh ini Twitter lebih baik dibandingkan Instagram. WhatsApp sendiri hanya kami gunakan untuk keperluan komunikasi dengan donatur *project monthly donation*.

5. Berdasarkan observasi yang saya lakukan, ada beberapa bentuk *project crowdfunding* yang dilakukan ArmyTheGrace seperti : *monthly donation, birthday donation*, hingga beberapa *social donation*. Apakah tolak ukur *project* tersebut agar dibilang terlaksana secara baik (sukses)?

**Jawaban :** Kami tidak ada tolak ukur untuk setiap *project*. Berapapun hasil donasi yang terkumpul, akan kami salurkan. Yang biasa kami lakukan adalah melakukan promosi dengan maksimal di setiap *project*.

6. Jika berkenan, apakah bisa disampaikan hasil *project crowdfunding* ArmyTheGrace apa yang bisa dianggap paling sukses?

**Jawaban :** Project paling sukses menurut kami adalah *Black Lives Matter* pada bulan Juni 2020 karena *engagement* yang cukup tinggi.

7. Berdasarkan observasi yang saya lakukan, saya melihat bahwa ArmyTheGrace memberikan bukti konfirmasi penyaluran hasil *crowdfunding* melalui media sosial. Menurut anda, apa sebenarnya tujuan dari hal tersebut? (Hasil apa yang di harapkan?)

**Jawaban :** Tujuannya adalah transparansi kepada para donator agar membangun kepercayaan antara donator dan ATG.

Strategi Komunikasi :

**Perencanaan :**

1. Menurut anda, dalam melakukan *project monthly donation* apakah ada tahap penyusunan rencana? (Jika iya, apakah proses penyusunan itu dilakukan setiap bulan atau hanya pada pertama kali *project monthly donation* dilakukan?)

**Jawaban :** Karena ini termasuk donasi rutin, jadi penyusunannya sudah ada di awal pertama kali project tersebut dilaksanakan (November 2019).

2. Apabila ada tahap perencanaan, apakah tujuan (latar belakang) pelaksanaan *project* donasi bulanan ArmyTheGrace?

**Jawaban :** Di awal tujuannya adalah untuk membantu yang membutuhkan, dan kami hanya berfokus pada Yayasan Rachel House. Seiring bertambahnya donator bulanan, jadi kita menambahkan 2 yayasan baru.

3. Sebelum mengadakan kegiatan *monthly donation*, mengapa melakukan perencanaan? Apa yang diharapkan?

**Jawaban :** Perencanaan hanya dilakukan saat awal *monthly donation* dilakukan. Hal itu dilakukan dengan pertimbangan matang (melakukan perencanaan dengan maksimal seluruh detailnya), agar project bulanan ini bisa berjalan dengan baik dan tidak ada kendala selama project berlangsung.

4. Mengapa hanya melakukan perencanaan pada satu kali saja (pada saat awal) sebelum berlangsungnya kegiatan *monthly donation*? (Mohon jelaskan alasan dan pertimbangannya)

**Jawaban :** Karena tiap bulan sistem dan waktu pengumpulan donasi sama. Desain yg digunakan dan lembaga yg menerima donasi bulanan pun sama. Kebanyakan dari yg ikut donasi bulanan merupakan donatur tetap yg

sudah paham sistem berjalannya project monthly donation seperti apa, jadi tidak perlu direncanakan ulang di setiap pengadaan donasi bulanan.

5. Siapa saja yang dapat menjadi donatur? Apakah terbuka untuk umum atau hanya kelompok tertentu seperti hanya ARMY saja?

**Jawaban :** Khusus ARMY saja, karena nantinya donasi ini akan dikirimkan atas nama BTS ARMY INDONESIA.

6. Untuk donatur, mengapa hanya menargetkan ARMY? Apakah ada alasan tertentu?

**Jawaban :** Memang dari awal pun pondasi dasar kami mendirikan ATG karena kami ARMY. Jadi kami ingin menyediakan wadah terpercaya bagi ARMY yg ingin berbagi kepada sesama.

7. Apakah ada tema tertentu dalam setiap *project monthly donation*?

**Jawaban :** Tidak Ada.

8. Apakah ada proses perencanaan konten media sosial unuk *project monthly donation*? (Jika ada, Siapa saja yang hadir dalam rapat tersebut?)

**Jawaban :** Tidak ada perencanaan konten yang mendalam dan hanya di rencanakan pada awal saja dan untuk seterusnya konten media sosial sendiri memiliki format yang sama setiap bulannya.

9. Bagaimana proses penyusunan dan menyampaikan pesan terhadap donatur agar mau berpartisipasi dalam *project* yang dilakukan ArmyTheGrace?

**Jawaban :** Rajin promosi di media sosial saat *project* berlangsung, kami melakukan transparansi mengenai *project* ini dan biasanya kami juga menyampaikan rasa terima kasih kami terhadap donatur lewat email setelah melakukan donasi.

10. Apakah ada perencanaan target dan waktu mengunggah konten untuk *project monthly donation*?

**Jawaban :** Biasanya kami update konten di Twitter di awal bulan (dari tanggal 1 sampai tanggal 5 (penutupan donasi bulanan)). Setelah itu, biasanya pada tanggal 6, kami akan mengunggah konten tentang penyaluran donasi dan jumlah donasi yang berhasil dikumpulkan di bulan tersebut.

11. Dalam pemilihan media, apakah Anda bisa menyebutkan media yang dipilih dan alasan pemilihan media tersebut?

**Jawaban :** Twitter, Instagram dan WhatsApp. Meski donasi yang kami buka terbuka untuk umum, tapi kami memfokuskan diri untuk lebih mengkampanyekan donasi yang sedang kami buka pada teman-teman ARMY. Twitter adalah platform pertama berdirinya ATG dan media yang paling aktif digunakan. Sementara untuk pembukaan Instagram ATG hanya karena banyak ARMY yang request supaya ATG memiliki akun di Instagram sehingga kami tidak begitu aktif di Instagram.

12. Pada tahap perencanaan ini, bagaimana Anda (sebagai tim) membagikan *jobdesk* bagi masing-masing pengurus?

**Jawaban :** *Jobdesk* setiap bulannya tidak berubah, kecuali jika ada salah satu pengurus berhalangan, maka pengurus lain yang harus mengcover *jobdesk* mereka.

13. Apakah Anda dan tim ArmyTheGrace memiliki tolak ukur (cara mengetahui) strategi komunikasi *crowdfunding* ini dapat dikatakan berhasil?

**Jawaban :** Tidak ada, karena kami benar-benar bergantung pada kesukarelaan pada donator. Jadi jumlah berapapun yang kami dapatkan, tidak masalah.

14. Bagaimana ArmyTheGrace membangun kepercayaan publik untuk mau berdonasi?

**Jawaban :** Dengan transparansi jumlah dana yang terkumpul project sekaligus mengirimkan bukti penyaluran hasil project yang dilakukan.

15. Bagaimana ArmyTheGrace merencanakan strategi untuk memperoleh donatur baru?

**Jawaban :** Biasanya kami membagikan info mengenai kegiatan kami khususnya di Twitter dan *mention* akun @OneInArmy dan @WingsofBangtan\_ setiap kami melakukan donasi. Kami juga biasanya mengupdate donasi terbaru di *menfess* khusus ARMY.

**Implementasi :**

1. Dari bulan November 2021 – April 2022 ini, Apakah ada perbedaan/perubahan tujuan pelaksanaan *project project monthly donation* akun ArmyTheGrace?

**Jawaban :** Tidak ada.

2. Dari bulan November 2021 – April 2022 ini, Apakah ada situasi tertentu yang membuat perubahan segmentasi mengenai siapa yang dapat berdonasi (donatur) pada *project monthly donation* ini?

**Jawaban :** Tidak ada.

3. Berdasarkan observasi yang saya lakukan (dari bulan November 2021 – April 2022), saya mengetahui bahwa ArmyTheGrace selalu mengutip *tweet* informasi donasi bulanan yang sama setiap bulannya. Apakah ada alasan mengapa Anda (tim) tidak mengubah narasi isi pesan tersebut setiap bulannya?

**Jawaban :** Karena itu donasi rutin. Tujuan maupun cara donasinya tetap sama setiap bulan.

4. Apakah ada perubahan penggunaan media sebagai penyampai pesan? (Misalnya menambah penggunaan media atau ada pengurangan media)

**Jawaban :** Tidak ada.



5. Apakah ada perubahan jadwal mengunggah konten donasi melalui media sosial?

**Jawaban :** Tidak ada.

6. Menurut anda apakah ada perbedaan tanggapan dari *followers* dan *non-followers* selaku donatur *project* ArmyTheGrace terhadap konten yang di unggah oleh tim?

**Jawaban :** Tidak ada.

7. Setelah pelaksanaan beberapa *project monthly donation* (dari bulan November 2021 – April 2022) apakah ada perbedaan atau perubahan dalam proses penyusunan dan menyampaikan pesan terhadap donatur agar dapat meningkatkan partisipasinya dalam *project* yang dilakukan ArmyTheGrace?

**Jawaban :** Tidak ada.

8. Setelah melakukan kegiatan observasi, saya mengetahui bahwa ada perubahan susunan pengurus akun ArmyTheGrace. Apakah bisa dijelaskan bagaimana cara Anda (dalam tim) mengatasi masalah tersebut?

**Jawaban :** Kebetulan saya adalah admin paling baru dan saya tidak ada kendala dalam beradaptasi dengan pengurus lainnya karena dari awal saya sudah diberitahu *jobdesk* apa saja yang harus saya lakukan.

9. Apa tujuan komunikasi dari pengunggahan bukti penyaluran donasi sebagai konten?

**Jawaban :** Agar lebih transparan terkait dengan donasi yang sudah terkumpul kepada para donatur, sekaligus sebagai bentuk tanggungjawab kami kepada para donatur.

10. Bagaimana respon *followers* dan *non-followers* terhadap konten yang baru diunggah oleh ArmyTheGrace (terutama tentang *project monthly donation*)?

**Jawaban :** Responnya positif, tetapi hasil donasi agak menurun semenjak pandemi, tapi masih banyak yang antusias.

**Evaluasi :**

1. Dalam pelaksanaan *monthly donation*, apakah ada pelaksanaan evaluasi terhadap kegiatan yang telah dilakukan? (Jika ada kapan saja di laksanakannya kegiatan evaluasi tersebut? Apa saja yang dibahas?)

**Jawaban :** Sebenarnya ada tetapi tidak rutin. Sempat ada evaluasi saat ada penurunan hasil donasi saat pandemi. Namun setelah didiskusikan, pada saat ini mungkin kondisi ekonomi orang tidak semua sedang baik, jadi kita pun tidak bisa berbuat banyak untuk menambah jumlah donasi. Terlebih kami memang tidak memiliki target khusus dalam hal jumlah donasi minimal yang harus terkumpul tiap bulannya.

2. Jika ada proses evaluasi, aspek apa saja yang akan di evaluasi dari *project monthly donation* yang dilakukan ArmyTheGrace?

**Jawaban :** Terkait jumlah donasi yang terkumpul.

3. Pada umumnya akan ada evaluasi setelah kegiatannya berjalan. Apakah ada alasan atau pertimbangan tertentu yang bisa dijelaskan terkait proses evaluasi *monthly donation* ATG yang hanya dilakukan beberapa kali saja?

**Jawaban :** Karena memang setiap bulan alurnya sama jadi evaluasi terkadang tidak diperlukan..

4. Siapa sajakah yang menghadiri pelaksanaan evaluasi?

**Jawaban :** Semua pengurus ATG

5. Berdasarkan pengalaman anda, apakah dalam *project* yang diadakan ArmyTheGrace ada keadaan tertentu yang membuat tim mengubah rencana awal bahkan membedakan hasil partisipasi donatur?

**Jawaban :** Sebenarnya untuk *project* rutin seperti donasi bulanan, atau *project* ulang tahun member, wajib diadakan dan tidak ada keadaan khusus yang mengubah rencana awal. Jadi biasanya itu diubah apabila ada *project* dadakan seperti bencana alam, kami akan memilih waktu yang tersedia di luar dari *project* bulanan atau *project* lainnya.

6. Apakah tujuan komunikasi yang telah di tentukan pada proses perencanaan telah tercapai dengan baik?

**Jawaban :** Cukup baik.

7. Menurut Anda apakah pesan yang disampaikan telah diterima dengan baik oleh khalayak sehingga dapat mendorong partisipasi donatur agar mau berpartisipasi dalam *project monthly donation* yang dilakukan ArmyTheGrace?

**Jawaban :** Sudah tersampaikan dengan baik ditunjukkan dari respon donatur dan hasil donasi.

8. Apakah ada evaluasi terkait penyusunan dan metode penyampaian pesan?

**Jawaban :** Tidak ada.

9. Menurut anda apakah ada perbedaan tanggapan dari *followers* dan *non-followers* selaku donatur *project* ArmyTheGrace terhadap konten yang di unggah oleh tim?

**Jawaban :** Tidak ada.

10. Menurut Anda, apakah tim ArmyTheGrace telah melakukan pemilihan media yang tepat? (Jika tidak, Apakah ada evaluasi atau perubahan media yang digunakan?)

**Jawaban :** Saya rasa sudah.

11. Apabila menggunakan beberapa media, Apakah ada evaluasi terkait *engagement* masing-masing media yang digunakan?

**Jawaban :** Tidak ada. Tetapi untuk Instagram kami sedang berusaha untuk menaikkan *engagement*.

12. Apakah ada evaluasi terkait *design* ataupun penulisan deskripsi konten dalam unggahan di media sosial @ArmyTheGrace?

**Jawaban :** Tidak ada.

13. Apabila ada kesalahan yang dilakukan oleh salah satu pengurus, apa akan ada evaluasi tertentu yang dilakukan?

**Jawaban :** Biasanya langsung didiskusikan saat itu juga agar bisa dicari solusinya dan tidak terulang lagi.

14. Adakah penggantian atau rotasi *jobesk* masing-masing pengurus? Jika iya, mengapa hal tersebut dilakukan?

**Jawaban :** Tidak ada.

15. Bagaimana respon yang di dapatkan dari *project crowdfunding* ini? Apakah telah sesuai dengan yang di harapkan?

**Jawaban :** Cukup sesuai.

16. Setelah pelaksanaan beberapa *project crowdfunding* (dari bulan November 2021 – April 2022), Apakah kegiatan yang dilakukan ArmyTheGrace ini dapat di kategorikan telah berhasil?

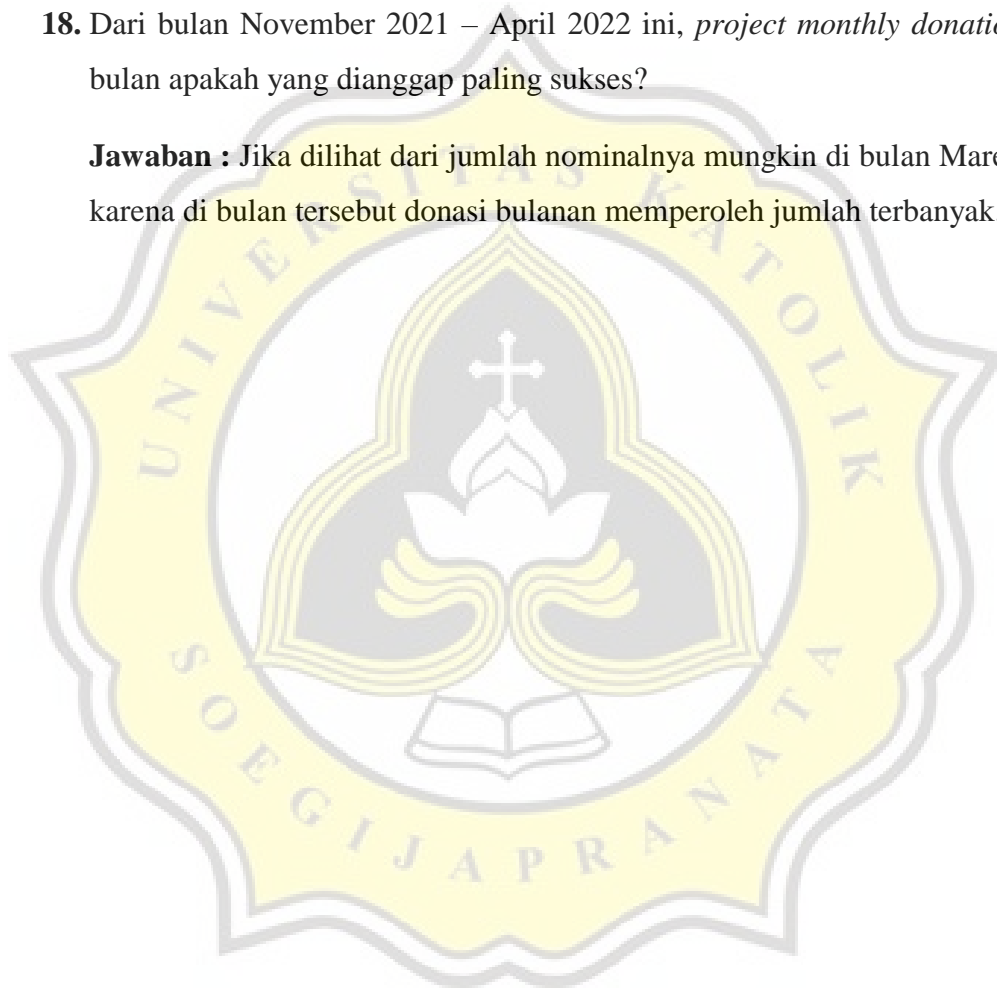
**Jawaban :** Sudah cukup berhasil dilihat dari respon positif *followers* dan hasil donasi yang diberikan yang sangat melebihi ekspektasi kami.

17. Jika ada tolak ukur kesuksesan *project* donasi, Apakah ada *project monthly donation* (dari bulan November 2021 – April 2022) yang memenuhi tolak ukur tersebut?

**Jawaban :** Tidak ada.

18. Dari bulan November 2021 – April 2022 ini, *project monthly donation* pada bulan apakah yang dianggap paling sukses?

**Jawaban :** Jika dilihat dari jumlah nominalnya mungkin di bulan Maret 2022, karena di bulan tersebut donasi bulanan memperoleh jumlah terbanyak.



**Informan 3 :**

Nama : Khozanatur Asror

Jabatan: Admin (Sosial Media)

Pertanyaan Umum :

1. Sudah berapa lama Anda menjadi pengurus akun @ArmyTheGrace?

**Jawaban :** Sejak awal Army The Grace ada (Sejak November 2019).

2. Apakah visi dan misi akun @ArmyTheGrace?

**Jawaban :** Agar keberadaan kami dapat membantu pihak yang membutuhkan, entah manusia, hewan, lingkungan, dsb.

3. Apa sajakah *jobdesk* yang harus Anda selesaikan sebagai pengurus akun @ArmyTheGrace?

**Jawaban :** Mengunggah donasi yang berlangsung, memberi informasi terbaru mengenai hasil donasi, dan mengirimkan email kepada donatur untuk memantau hasil yang masuk.

4. Apakah pernah ada perubahan *jobdesk* selama anda menjadi pengurus akun @ArmyTheGrace?

**Jawaban :** Tidak ada.

5. Sejak kapan kegiatan *monthly donation* resmi mulai dilaksanakan?

**Jawaban :** Mulai November 2019, kita baru mulai melaksanakan secara rutin.

6. Donasi yang terkumpul dalam *project monthly donation* akan disalurkan kemana saja? (Jika ada perubahan, mohon dijelaskan secara detail).

**Jawaban :** Rachel House ( Perawatan Paliatif Untuk Pejuang Kanker) ,  
Yayasan Honai Cinta Anak Papua ( Panti Asuhan Dan Untuk Membantu Pendidikan), Greeneration ( Untuk Masalah Pengolahan Sampah).

7. Bisakah anda menjelaskan secara singkat *jobdesk* yang harus diselesaikan khususnya dalam *monthly donation project*?

**Jawaban :** Tanggal 1 Posting *Monthly Donation*, Tanggal 5 mengingatkan tentang hari terakhir donasi, tanggal 6/7 mengunggah bukti transfer donasi yang sudah disalurkan.

Pertanyaan Khusus :

*Crowdfunding* :

1. Menurut anda apakah jenis kegiatan *crowdfunding* yang dilakukan ArmyTheGrace?

**Jawaban :** Jenis donasi Sukarela.

2. Mengapa ArmyTheGrace memilih menerapkan jenis *crowdfunding* tersebut?

**Jawaban :** ATG memang hanya berfokus di donasi (sukarela) saja, karena setiap donatur yang ikut berdonasi akan kami kirim ucapan terimakasih dan link untuk memantau donasi yg masuk lewat email. Kami hanya ingin membantu yang membutuhkan tanpa mengharapkan apapun.

3. Media apa sajakah yang digunakan dalam melaksanakan *project crowdfunding* ArmyTheGrace? (Sebutkan alasan pemilihan media tersebut)

**Jawaban :** Twitter (karena dari awal kita para admin adalah orang yang dipertemukan di Twitter dan kami lebih aktif di Twitter), Instagram (karena

permintaan dari Followers twitter, supaya jangkauan donasi juga lebih luas), dan WhatsApp (yang hanya digunakan untuk Grup donasi bulanan).

4. Jika ada beberapa media yang dipilih, bisakah Anda menjelaskan masing-masing *engagement* yang diperoleh melalui media yang dipilih? (Apakah ada perbedaan dibandingkan dengan sosial media lainnya)?

**Jawaban :** Paling bagus adalah di Twitter.

5. Berdasarkan observasi yang saya lakukan, ada beberapa bentuk *project crowdfunding* yang dilakukan ArmyTheGrace seperti : *monthly donation*, *birthday donation*, hingga beberapa *social donation*. Apakah tolak ukur *project* tersebut agar dibilang terlaksana secara baik (sukses)?

**Jawaban :** Apabila dapat tersebar dengan luas ya. Kalau untuk target nominal, tidak ada.

6. Jika berkenan, apakah bisa disampaikan hasil *project crowdfunding* ArmyTheGrace apa yang bisa dianggap paling sukses?

**Jawaban :** Waktu *project Black Lives Matter*.

7. Berdasarkan observasi yang saya lakukan, saya melihat bahwa ArmyTheGrace memberikan bukti konfirmasi penyaluran hasil *crowdfunding* melalui media sosial. Menurut anda, apa sebenarnya tujuan dari hal tersebut? (Hasil apa yang di harapkan?)

**Jawaban :** Karena ATG memiliki prinsip donasi yang transparan. Oleh karena itu harus ada bukti do



Strategi Komunikasi :

**Perencanaan :**

1. Menurut anda, dalam melakukan *project monthly donation* apakah ada tahap penyusunan rencana? (Jika iya, apakah proses penyusunan itu dilakukan setiap bulan atau hanya pada pertama kali *project monthly donation* dilakukan?)

**Jawaban :** Ada. Hanya pada pertama kali sebelum *project* mulai rutin dilakukan. Untuk sekarang yang penting mengunggah konten sesuai waktu yang ditentukan (awal bulan).

2. Apabila ada tahap perencanaan, apakah tujuan (latar belakang) pelaksanaan *project* donasi bulanan ArmyTheGrace?

**Jawaban :** Awalnya kita hanya ingin membantu Yayasan yang membutuhkan, khususnya pada saat itu adalah Yayasan Rachel House.

3. Sebelum mengadakan kegiatan *monthly donation*, mengapa melakukan perencanaan? Apa yang diharapkan?

**Jawaban :** Supaya kegiatan kita nanti lebih terstruktur dan mengurangi kendala yang bisa saja terjadi di tengah jalan jika tidak dilakukan perencanaan dengan matang..

4. Mengapa hanya melakukan perencanaan pada satu kali saja (pada saat awal) sebelum berlangsungnya kegiatan *monthly donation*? (Mohon jelaskan alasan dan pertimbangannya)

**Jawaban :** Karena pada dasarnya *project monthly donation* ini project yang memiliki konsep yang sama berulang setiap bulannya dan dengan tujuan yayasan yg sama. Jadi tidak seperti project lainnya (ultah BTS, ARMY dan MEMBER) yang sebelum melakukan *project* harus melakukan perencanaan terlebih dahulu.

5. Siapa saja yang dapat menjadi donatur? Apakah terbuka untuk umum atau hanya kelompok tertentu seperti hanya ARMY saja?

**Jawaban :** Khusus ARMY saja, karena nantinya donasi ini akan dikirimkan atas nama BTS ARMY INDONESIA.

6. Untuk donatur, mengapa hanya menargetkan ARMY? Apakah ada alasan tertentu?

**Jawaban :** karena dari awal juga kami membuat ATG dengan Tujuan membuat donasi atas nama Fans BTS yang tentu saja Target kami ya hanya ARMY bukan fandom lain apalagi lokal.

7. Siapa saja yang dapat menjadi donatur? Apakah terbuka untuk umum atau hanya kelompok tertentu seperti hanya ARMY saja?

**Jawaban :** Kita terbuka untuk umum meskipun fokusnya di ARMY saja.

8. Apakah ada tema tertentu dalam setiap *project monthly donation*?

**Jawaban :** Tidak ada.

9. Apakah ada proses perencanaan konten media sosial untuk *project monthly donation*? (Jika ada, Siapa saja yang hadir dalam rapat tersebut?)

**Jawaban :** Tidak ada.

10. Bagaimana proses penyusunan dan menyampaikan pesan terhadap donatur agar mau berpartisipasi dalam *project* yang dilakukan ArmyTheGrace?

**Jawaban :** Yang penting kita selalu update *project* donasi yg sedang berlangsung agar makin banyak orang yang tertarik untuk jadi donatur.

11. Apakah ada perencanaan target dan waktu mengunggah konten untuk *project monthly donation*?

**Jawaban :** Untuk mengunggah di awal bulan setiap tanggal 1-5.

12. Dalam pemilihan media, apakah Anda bisa menyebutkan media yang dipilih dan alasan pemilihan media tersebut?

**Jawaban :** Tidak ada alasan khusus.

13. Pada tahap perencanaan ini, bagaimana Anda (sebagai tim) membagikan *jobdesk* bagi masing-masing pengurus?

**Jawaban :** Sebenarnya kita Tim yang Fleksible sih, Misal ada salah satu anggota yang sibuk ya kita bisa bantu *jobdesk* dia dulu biar dia bisa fokus dengan urusannya di RL

14. Apakah Anda dan tim ArmyTheGrace memiliki tolak ukur (cara mengetahui) strategi komunikasi *crowdfunding* ini dapat dikatakan berhasil?

**Jawaban :** Jika *project* dapat menarik donasi banyak orang.

15. Bagaimana ArmyTheGrace membangun kepercayaan publik untuk mau berdonasi?

**Jawaban :** Penerapan prinsip transparansi penting ya agar donatur (baik calon donatur atau donatur lama) bisa mengecek alur donasi yang ada – menandakan ATG itu dapat dipercayai.

16. Bagaimana ArmyTheGrace merencanakan strategi untuk memperoleh donatur baru?

**Jawaban :** Rajin *update* konten jika suatu *project* sedang berlangsung, transparansi, terkadang minta bantuan teman untuk menginfokan *project* kita di Base *Open Donation* ARMY.

#### **Implementasi :**

1. Dari bulan November 2021 – April 2022 ini, Apakah ada perbedaan/perubahan tujuan pelaksanaan *project project monthly donation* akun ArmyTheGrace?

**Jawaban :** Tidak ada.

2. Dari bulan November 2021 – April 2022 ini, Apakah ada situasi tertentu yang membuat perubahan segmentasi mengenai siapa yang dapat berdonasi (donatur) pada *project monthly donation* ini?

**Jawaban :** Tidak ada.

3. Berdasarkan observasi yang saya lakukan (dari bulan November 2021 – April 2022), saya mengetahui bahwa ArmyTheGrace selalu mengutip *tweet* informasi donasi bulanan yang sama setiap bulannya. Apakah ada alasan mengapa Anda (tim) tidak mengubah narasi isi pesan tersebut setiap bulannya?

**Jawaban :** Tidak ada alasan khusus, karena narasi tersebut telah kami anggap telah sesuai dengan apa yang kami ingin sampaikan.

4. Apakah ada perubahan penggunaan media sebagai penyampai pesan? (Misalnya menambah penggunaan media atau ada pengurangan media)

**Jawaban :** Tidak ada.

5. Apakah ada perubahan jadwal mengunggah konten donasi melalui media sosial?

**Jawaban :** Tidak ada.

6. Menurut anda apakah ada perbedaan tanggapan dari *followers* dan *non-followers* selaku donatur *project ArmyTheGrace* terhadap konten yang di unggah oleh tim?

**Jawaban :** Tidak ada perbedaan, tetapi kami pernah menerima komentar negatif.

7. Setelah pelaksanaan beberapa *project monthly donation* (dari bulan November 2021 – April 2022) apakah ada perbedaan atau perubahan dalam proses penyusunan dan penyampaian pesan terhadap donatur agar dapat meningkatkan partisipasinya dalam *project* yang dilakukan ArmyTheGrace?

**Jawaban :** Tidak ada.

8. Setelah melakukan kegiatan observasi, saya mengetahui bahwa ada perubahan susunan pengurus akun ArmyTheGrace. Apakah bisa dijelaskan bagaimana cara Anda (dalam tim) mengatasi masalah tersebut?

**Jawaban :** Ada 2 yang keluar karena kesibukan pribadi. Lalu kami segera mencari pengganti, yaitu Naya. Yang kebetulan teman saya, kami memilih dia karena dia memiliki kemampuan edit yang cukup baik dan bisa saya percaya.

9. Apa tujuan komunikasi dari pengunggahan bukti penyaluran donasi sebagai konten?

**Jawaban :** Penerapan prinsip transparansi sebagai laporan kepada para donatur (khususnya kepada donatur baru).

10. Bagaimana respon *followers* dan *non-followers* terhadap konten yang baru diunggah oleh ArmyTheGrace (terutama tentang *project monthly donation*)?

**Jawaban :** Biasa saja, tidak dipandang negatif.

#### **Evaluasi :**

1. Dalam pelaksanaan *monthly donation*, apakah ada pelaksanaan evaluasi terhadap kegiatan yang telah dilakukan? (Jika ada kapan saja di laksanakan? kegiatan evaluasi tersebut? Apa saja yang dibahas?)

**Jawaban :** Tidak ada.

2. Jika ada proses evaluasi, aspek apa saja yang akan di evaluasi dari *project monthly donation* yang dilakukan ArmyTheGrace?

**Jawaban :** Tidak ada.

3. Pada umumnya akan ada evaluasi setelah kegiatannya berjalan. Apakah ada alasan atau pertimbangan tertentu yang bisa dijelaskan terkait proses evaluasi *monthly donation* ATG yang hanya dilakukan beberapa kali saja?

**Jawaban :** Biasanya kami hanya melakukan evaluasi Jika perolehan donasi dan jumlah donatur tetap semakin banyak sehingga kami anggap perlunya untuk mencari yayasan baru agar lebih banyak yayasan yang bisa dibantu.

4. Siapa sajakah yang menghadiri pelaksanaan evaluasi?

**Jawaban :** Kalau ada proses evaluasi yang jelas harus dihadiri oleh semua admin.

5. Berdasarkan pengalaman anda, apakah dalam *project* yang diadakan ArmyTheGrace ada keadaan tertentu yang membuat tim mengubah rencana awal bahkan membedakan hasil partisipasi donatur?

**Jawaban :** Selama ini kita tidak pernah membatalkan *project* donasi yg sudah kami susun, misal ada keadaan darurat (bencana alam) tetapi kami mengajak followers ATG untuk *open donasi* (jikalau waktunya masih sempat) untuk donasi darurat durasinya tidak lama (sekitar 3 hari).

6. Apakah tujuan komunikasi yang telah di tentukan pada proses perencanaan telah tercapai dengan baik?

**Jawaban :** Cukup Baik.

7. Menurut Anda apakah pesan yang disampaikan telah diterima dengan baik oleh khalayak sehingga dapat mendorong partisipasi donatur agar mau berpartisipasi dalam *project monthly donation* yang dilakukan ArmyTheGrace?

**Jawaban :** Cukup Baik.

8. Apakah ada evaluasi terkait penyusunan dan metode penyampaian pesan?

**Jawaban :** Tidak ada.

9. Menurut anda apakah ada perbedaan tanggapan dari *followers* dan *non-followers* selaku donatur project ArmyTheGrace terhadap konten yang di unggah oleh tim?

**Jawaban :** Tidak ada.

10. Menurut Anda, apakah tim ArmyTheGrace telah melakukan pemilihan media yang tepat? (Jika tidak, Apakah ada evaluasi atau perubahan media yang digunakan?)

**Jawaban :** Dengan lebih aktif di Twitter menurut saya sudah tepat, karena *project* di twitter lebih mudah tersebar daripada *project* di media sosial lainnya.

11. Apabila menggunakan beberapa media, Apakah ada evaluasi terkait *engagement* masing-masing media yang digunakan?

**Jawaban :** Tidak ada.

12. Apakah ada evaluasi terkait *design* ataupun penulisan deskripsi konten dalam unggahan di media sosial @ArmyTheGrace?

**Jawaban :** Tidak ada.

13. Apabila ada kesalahan yang dilakukan oleh salah satu pengurus, apa akan ada evaluasi tertentu yang dilakukan?

**Jawaban :** Selama ini belum pernah terjadi kesalahan yg fatal, kami berjalan dengan baik bersama saling *back up* pekerjaan masing-masing. Apabila ada kesalahan akan dilakukan evaluasi.

14. Adakah penggantian atau rotasi *jobesk* masing-masing pengurus? Jika iya, mengapa hal tersebut dilakukan?

**Jawaban :** Terkadang ada jika ada kesibukan yang tidak dapat ditinggalkan.

15. Bagaimana respon yang di dapatkan dari *project crowdfunding* ini? Apakah telah sesuai dengan yang di harapkan?

**Jawaban :** Cukup sesuai karena kami bisa berkembang membantu 3 yayasan lewat *monthly donation*.

16. Setelah pelaksanaan beberapa *project crowdfunding* (dari bulan November 2021 – April 2022), Apakah kegiatan yang dilakukan ArmyTheGrace ini dapat di kategorikan telah berhasil?

**Jawaban :** Cukup berhasil.

17. Jika ada tolak ukur kesuksesan *project donasi*, Apakah ada *project monthly donation* (dari bulan November 2021 – April 2022) yang memenuhi tolak ukur tersebut?

**Jawaban :** Tidak ada tolak ukur kesuksean *project*.

18. Dari bulan November 2021 – April 2022 ini, *project monthly donation* pada bulan apakah yang dianggap paling sukses?

**Jawaban :** Jika dilihat dari jumlah nominalnya, saya rasa ada di bulan Maret 2022.



**Lampiran 3 : Hasil Scan Plagiasi**

**Similarity Report**

PAPER NAME  
**18.M1.0120 Yusvina Yuwono**

WORD COUNT  
**8627 Words**

CHARACTER COUNT  
**57562 Characters**

PAGE COUNT  
**50 Pages**

FILE SIZE  
**4.4MB**

SUBMISSION DATE  
**Jul 1, 2022 2:43 AM GMT+7**

REPORT DATE  
**Jul 1, 2022 2:44 AM GMT+7**

- **14% Overall Similarity**  
The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.
- 12% Internet database
- 5% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 8% Submitted Works database