

Peran Kepemimpinan dan Komunikasi dalam Manajemen Filantropi: Analisis terhadap Implementasi Program Bantuan Sosial

Yudo Zulkarnain¹ & Mujiyati²

¹Manajemen Dakwah, Institut Islam Mambaul Ulum Surakarta, Indonesia

²Komunikasi & Penyiaran Islam, Institut Islam Mambaul Ulum Surakarta, Indonesia

*Email: dolek01@gmail.com

Received: 25 July 2024 / Revised: 18 August 2024 / Accepted: 20 August 2024 / Published online: 28 August 2024

Abstract

Philanthropy management and social assistance programs play essential roles in improving community welfare. In this context, this article examines the roles of leadership and communication in implementing social assistance programs. Through a review of relevant literature and related research, it is found that effective leadership and transparent communication are crucial for the success of social assistance programs. The study also identifies several key factors, including communication effectiveness, community participation, and beneficiary satisfaction, as essential to achieving program goals and generating significant social impact. Additionally, the discussion encompasses aspects such as program implementation efficiency, diversification of the program, and geographical considerations. By applying results from relevant literature, philanthropic organizations can enhance their strategies and practices in designing and implementing more effective and impactful social assistance programs.

Keywords: Social assistance programs, leadership, communication.

Abstrak

Manajemen filantropi dan program bantuan sosial berperan penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dalam konteks ini, artikel ini menganalisis peran kepemimpinan dan komunikasi dalam pelaksanaan program bantuan sosial. Melalui studi pustaka tentang penelitian terkait, ditemukan bahwa kepemimpinan yang efektif dan komunikasi yang transparan sangat penting bagi keberhasilan program bantuan sosial. Penelitian ini juga mengidentifikasi beberapa faktor seperti efektivitas komunikasi, partisipasi masyarakat, dan kepuasan penerima manfaat sebagai kunci untuk mencapai tujuan program dan dampak sosial yang signifikan. Selain itu, pembahasan mencakup aspek-aspek seperti efisiensi pelaksanaan program, diversifikasi jenis program, dan pertimbangan geografis. Dengan menerapkan hasil penelitian dan pustaka yang relevan, organisasi filantropi dapat meningkatkan strategi dan praktik mereka dalam merancang dan melaksanakan program bantuan sosial yang lebih efektif dan berdampak.

Kata kunci: Program bantuan sosial, kepemimpinan, komunikasi.



© 2024 Oleh authors. Lisensi Pawarta *Journal of Communication and Dawah*, Institut Islam Mamba'ul 'Ulum (IIM) Surakarta. Artikel ini bersifat *open access* yang didistribusikan di bawah syarat dan ketentuan Creative Commons Attribution (CC BY) license. (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

PENDAHULUAN

Kepemimpinan dan komunikasi merupakan dua komponen kunci yang memengaruhi efektivitas program filantropi. Kepemimpinan yang kuat dapat mengarahkan organisasi filantropi menuju pencapaian tujuan sosialnya dengan lebih efektif, sementara komunikasi yang baik memastikan bahwa pesan dan tujuan program tersampaikan dengan jelas kepada semua pemangku kepentingan, termasuk penerima manfaat dan donor. Dalam konteks manajemen filantropi di Indonesia, studi ini relevan karena banyaknya organisasi non-profit yang beroperasi dalam lingkungan yang kompleks dan membutuhkan strategi kepemimpinan serta komunikasi yang efektif untuk mengatasi tantangan lokal dan global. Menurut Kasali (2017) dan Ganiem & Kurnia (2019), kepemimpinan dan komunikasi yang efektif adalah fondasi keberhasilan dalam manajemen program sosial, terutama dalam situasi krisis atau ketika menghadapi perubahan besar dalam masyarakat.

Dalam manajemen filantropi di Indonesia, terdapat sejumlah isu dan kesenjangan yang perlu diatasi, terutama terkait peran kepemimpinan dan komunikasi. Salah satu isu utama adalah kurangnya transparansi dan akuntabilitas dalam pengelolaan dana sosial, yang sering kali disebabkan oleh kepemimpinan yang kurang efektif dan komunikasi yang tidak memadai (Ganiem & Kurnia, 2019; Madjakusumah & Saripudin, 2020). Hal ini mengakibatkan rendahnya kepercayaan publik terhadap organisasi filantropi. Selain itu, terdapat kesenjangan dalam kemampuan pemimpin organisasi filantropi untuk beradaptasi dengan perubahan teknologi dan media digital, yang dapat menghambat upaya komunikasi dan pelaporan yang transparan. Meningkatkan kapasitas kepemimpinan dan strategi komunikasi adalah kunci penting untuk memperbaiki

kinerja dan reputasi organisasi filantropi di mata public (Bormasa, 2022; Jusuf, 2007).

Penelitian ini tidak hanya mengkaji kepemimpinan dan komunikasi secara terpisah, tetapi juga menganalisis interaksi antara keduanya dalam konteks program bantuan sosial. Hal ini memberikan perspektif baru mengenai bagaimana strategi kepemimpinan dan komunikasi yang efektif dapat berkontribusi secara sinergis terhadap keberhasilan program filantropi. Selain itu, penelitian ini menekankan pada aplikasi praktis di lapangan, yang jarang dibahas secara mendalam dalam literatur lokal. Sebagai referensi, Brahmasari & Siregar (2009), Destiana (2023) dan Fitri (2023) memberikan pandangan teoretis dan empiris tentang pentingnya integrasi antara kepemimpinan dan komunikasi dalam meningkatkan efektivitas organisasi non-profit.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk mendapatkan pemahaman mendalam mengenai peran kepemimpinan dan komunikasi dalam organisasi filantropi (Alhasbi et al., 2023). Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan eksplorasi yang mendalam terhadap pengalaman, persepsi, dan praktik-praktik dalam konteks yang kompleks (Ramdhan, 2021). Penelitian dilakukan di beberapa organisasi filantropi yang beroperasi di Indonesia. Pemilihan organisasi didasarkan pada kriteria tertentu, seperti skala operasi, jenis program bantuan sosial, dan keberagaman dalam kepemimpinan. Subjek penelitian meliputi pemimpin organisasi, manajer komunikasi, dan staf yang terlibat langsung dalam implementasi program bantuan sosial.

Wawancara semi-terstruktur dilakukan dengan pemimpin, manajer, dan staf

organisasi filantropi untuk menggali pengalaman dan pandangan mereka mengenai peran kepemimpinan dan komunikasi. Peneliti juga melakukan observasi langsung terhadap kegiatan sehari-hari organisasi filantropi untuk memahami dinamika kepemimpinan dan komunikasi dalam konteks nyata. Analisis terhadap dokumen organisasi seperti laporan tahunan, strategi komunikasi, dan catatan rapat untuk mendapatkan data tambahan yang mendukung temuan wawancara dan observasi.

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan metode analisis tematik. Proses analisis meliputi: transkripsi data: mentranskripsi wawancara dan catatan observasi; koding: mengidentifikasi tema dan pola dalam data dengan memberikan kode pada segmen data yang relevan; engelompokan tema: mengelompokkan kode-kode yang serupa ke dalam tema-tema utama; dan interpretasi: menyusun narasi yang menjelaskan bagaimana kepemimpinan dan komunikasi mempengaruhi implementasi program bantuan sosial berdasarkan tema yang diidentifikasi.

Untuk memastikan kredibilitas dan validitas, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi data, yaitu membandingkan hasil dari berbagai sumber data (wawancara, observasi, dokumentasi). Selain itu, member checking dilakukan dengan meminta responden untuk meninjau transkrip wawancara dan temuan awal untuk memastikan akurasi. Sementara itu, penelitian ini mematuhi standar etika penelitian, termasuk mendapatkan izin dari organisasi yang diteliti, menjaga kerahasiaan identitas responden, dan memastikan partisipasi sukarela tanpa tekanan.

HASIL & DISKUSI

Kepemimpinan

"Dan Kami jadikan sebagian kamu sebagai pemimpin bagi sebagian yang lain, supaya Kami uji kamu atas apa yang telah diberikan Allah kepadamu. Maka tetaplah kamu pada agama yang diperintahkan-Nya kepadamu dan janganlah kamu murtad kepada-Nya" (QS. Al-An'am: 165). Ayat tersebut mengandung makna bahwa kepemimpinan adalah amanah dan ujian dari Allah, di mana setiap individu memiliki potensi kepemimpinan dalam lingkungannya masing-masing, dan perbedaan derajat bertujuan untuk menguji tanggung jawab serta rasa syukur atas nikmat-Nya. Dengan begitu, kepemimpinan harus dijalankan dengan adil, amanah, dan sesuai dengan ketentuan Allah Swt.

Gaya kepemimpinan merupakan pendekatan atau gaya yang diterapkan oleh seorang pemimpin dalam mengarahkan, mengelola, dan memotivasi anggota tim atau organisasinya (Bormasa, 2022; Gea, 2014; Ilmi et al., 2023; Ursanto et al., 2023). Dua gaya kepemimpinan yang umum dibahas adalah kepemimpinan transformasional dan kepemimpinan transaksional (Dacholfany, 2020). Kepemimpinan transformasional dikenal karena kemampuannya untuk menginspirasi, menggerakkan, dan menciptakan perubahan positif melalui visi yang kuat dan kharismatik. Para pemimpin transformasional cenderung mempengaruhi bawahan dengan cara yang inspiratif dan memotivasi mereka untuk mencapai tujuan yang lebih tinggi (Armstrong & Lorenz, 2020). Sementara itu, kepemimpinan transaksional lebih berfokus pada memberikan penghargaan dan sanksi sebagai bentuk pengendalian terhadap kinerja bawahan, dengan menggunakan insentif atau hukuman sebagai instrumen utama (Gunawan &

Nurjaman, 2022). Kepemimpinan transformasional memiliki dampak positif yang signifikan terhadap kepuasan kerja, komitmen organisasi, dan kinerja individu dalam konteks organisasi (Gunawan & Nurjaman, 2022; Zulkarnain & Rohimah, 2024).

Di samping itu, kepemimpinan otoriter adalah gaya kepemimpinan di mana seorang pemimpin mengambil keputusan secara mandiri tanpa melibatkan anggota tim atau organisasinya. Pemimpin yang menerapkan gaya kepemimpinan otoriter biasanya memberikan instruksi yang jelas dan tegas kepada bawahan, tanpa memberikan ruang bagi partisipasi atau pemikiran kreatif dari anggota tim (Gea, 2014). Walaupun gaya ini dapat memberikan kejelasan dan ketegasan dalam pengambilan keputusan, namun dapat pula menimbulkan ketidakpuasan, keengganan, dan kurangnya motivasi di antara anggota tim Zulkarnain & Rohimah, 2024). Hal ini mengonfirmasi bahwa kepemimpinan otoriter cenderung menghasilkan lingkungan kerja yang kurang inklusif dan kurang mendukung pertumbuhan profesional bagi anggota tim (Wahjono, 2008).

Efektivitas kepemimpinan adalah kemampuan seorang pemimpin untuk mencapai tujuan organisasi atau kelompok dengan cara yang efisien dan produktif. Faktor-faktor seperti visi yang jelas, kemampuan menginspirasi, kemampuan mengelola konflik, dan kemampuan memotivasi anggota tim semuanya berkontribusi pada tingkat keberhasilan kepemimpinan (Ciulla, 2020). Kepemimpinan yang efektif tidak hanya mencakup kemampuan untuk mengarahkan dan mengkoordinasikan tugas-tugas, tetapi juga kemampuan untuk memahami kebutuhan, motivasi, dan harapan dari anggota tim atau bawahan (Fitri, 2023; Zulkarnain & Rohimah, 2024). Dengan adanya pemahaman yang baik

tentang anggota tim, seorang pemimpin dapat mengambil langkah-langkah yang sesuai untuk meningkatkan kinerja dan motivasi mereka, sehingga mencapai tujuan organisasi dengan lebih baik.

Selain itu, komunikasi yang efektif merupakan salah satu kunci utama dalam meningkatkan efektivitas kepemimpinan. Pemimpin yang mampu berkomunikasi dengan jelas, terbuka, dan responsif cenderung lebih sukses dalam mempengaruhi dan memotivasi anggota tim (Littlejohn & Foss, 2010). Pentingnya komunikasi dalam membangun hubungan yang baik antara pemimpin dan anggota tim, serta dalam menyampaikan visi, tujuan, dan arahan kepada mereka. Dengan demikian, pemimpin yang efektif tidak hanya harus memiliki keterampilan dalam mengatur dan memimpin, tetapi juga dalam berkomunikasi dengan baik (Perkasa Aditya, 2023).

Pengambilan keputusan adalah proses yang penting dalam kepemimpinan, di mana seorang pemimpin harus memilih di antara berbagai pilihan yang tersedia untuk mencapai tujuan organisasi atau kelompok (Ganiem & Kurnia, 2019). Ada beberapa pendekatan yang digunakan dalam pengambilan keputusan, termasuk pendekatan rasional dan pendekatan intuitif. Pendekatan rasional melibatkan evaluasi yang cermat terhadap informasi yang tersedia, analisis risiko, dan pertimbangan terhadap konsekuensi dari setiap pilihan sebelum membuat keputusan. Di sisi lain, pendekatan intuitif melibatkan penggunaan naluri, pengalaman, dan pengetahuan bawaan untuk membuat keputusan tanpa melalui proses analisis yang terstruktur. Pemimpin yang efektif dapat menggunakan kedua pendekatan ini secara fleksibel, tergantung pada situasi dan konteks yang dihadapi (Destiana, 2023; Perkasa & Aditya, 2023; Zulkarnain & Rohimah, 2024).

Selain itu, keputusan yang efektif seringkali melibatkan keterlibatan dari anggota tim atau bawahan. Pendekatan partisipatif dalam pengambilan keputusan memungkinkan anggota tim untuk memberikan masukan, ide, dan sudut pandang mereka, yang dapat memperkaya proses pengambilan keputusan dan meningkatkan penerimaan terhadap keputusan yang diambil (Destiana, 2023; Zulkarnain & Rohimah, 2024). Dengan begitu, kolaborasi dalam pengambilan keputusan menjadi penting untuk mencapai kesepakatan yang lebih kuat dan mendapatkan dukungan yang lebih besar dari anggota tim. Sehingga, pengambilan keputusan yang efektif tidak hanya melibatkan proses analisis yang baik, tetapi juga partisipasi dan keterlibatan dari anggota tim (Gunawan & Nurjaman, 2022; Usanto et al., 2023).

Kemampuan manajerial merupakan keterampilan penting bagi seorang pemimpin dalam mengelola sumber daya, mengatasi tantangan, dan memfasilitasi kerjasama tim. Salah satu aspek utama dari kemampuan manajerial adalah kemampuan untuk merencanakan, mengatur, dan mengawasi pelaksanaan tugas-tugas organisasi dengan efisien. Ini meliputi kemampuan untuk menetapkan tujuan yang jelas, mengalokasikan sumber daya dengan bijaksana, dan mengelola waktu dengan efektif (Destiana, 2023). Dengan begitu, kemampuan manajerial menjadi penting dalam memastikan bahwa organisasi non-profit dapat mencapai tujuan mereka secara efektif dan efisien.

Selain itu, kemampuan manajerial juga mencakup kemampuan untuk mengelola konflik, memecahkan masalah, dan membuat keputusan yang tepat. Pemimpin yang memiliki kemampuan ini dapat mengatasi rintangan dan hambatan dengan lebih baik, serta mengambil langkah-langkah yang diperlukan untuk

mengatasi permasalahan yang muncul (Zulkarnain & Rohimah, 2024).

Komunikasi

Strategi komunikasi merupakan landasan penting bagi sebuah organisasi untuk menyampaikan informasi, nilai-nilai, dan tujuan kepada para pemangku kepentingan (Alhasbi et al., 2023). Salah satu strategi komunikasi yang efektif adalah menggunakan berbagai saluran komunikasi yang relevan dan dapat diakses oleh berbagai kelompok masyarakat. Organisasi perlu mempertimbangkan pemilihan saluran komunikasi yang sesuai dengan audiens target mereka, seperti media massa, media sosial, atau pertemuan langsung, untuk meningkatkan efektivitas komunikasi mereka (Mulyana, 2013). Dengan memilih strategi komunikasi yang tepat, organisasi dapat menciptakan hubungan yang kuat dengan pemangku kepentingan mereka dan meningkatkan pemahaman dan dukungan terhadap misi dan visi organisasi (Alhasbi & Kertamukti, 2018).

Selain itu, strategi komunikasi yang efektif juga memperhatikan konten dan pesan yang disampaikan kepada pemangku kepentingan. Pesan-pesan yang jelas, konsisten, dan relevan dengan kebutuhan dan kepentingan audiens akan lebih mungkin diterima dan dipahami dengan baik (Alhasbi & Kertamukti, 2018). Dengan merancang pesan-pesan yang sesuai dengan konteks dan tujuan organisasi, pemimpin dapat memperkuat hubungan dengan pemangku kepentingan dan mencapai dukungan yang lebih besar untuk inisiatif organisasi (Rejeki & Negoro, 2022).

Transparansi komunikasi adalah prinsip yang penting dalam menjalin hubungan yang sehat dan kuat antara sebuah organisasi dengan pemangku kepentingannya. Hal ini melibatkan kemampuan organisasi untuk

menyampaikan informasi secara terbuka, jujur, dan transparan kepada semua pihak yang terlibat (Mulyana, 2013). Dengan menerapkan transparansi komunikasi, organisasi dapat memperkuat hubungan dengan pemangku kepentingannya dan membangun reputasi yang baik (Tyasari & Ruliana, 2021).

Transparansi komunikasi juga dapat meningkatkan keterlibatan dan keterikatan pemangku kepentingan terhadap organisasi. Ketika organisasi menyediakan informasi yang jelas dan terbuka tentang kegiatan, keputusan, dan kinerja mereka, pemangku kepentingan merasa lebih termotivasi untuk mendukung dan berpartisipasi dalam upaya organisasi (Alhasbi & Kertamukti, 2018). Dengan demikian, transparansi komunikasi bukan hanya tentang menyampaikan informasi, tetapi juga tentang membangun hubungan saling percaya dan saling menguntungkan antara organisasi dan pemangku kepentingannya.

Media komunikasi merupakan saluran atau teknologi yang digunakan oleh organisasi untuk menyampaikan pesan dan informasi kepada pemangku kepentingan. Dalam era digital yang terus berkembang, media komunikasi memiliki peran yang semakin penting dalam memfasilitasi interaksi antara organisasi dan publiknya. Penggunaan media komunikasi yang tepat dan efektif dapat membantu organisasi untuk mencapai audiens yang lebih luas, memperkuat citra merek, dan meningkatkan keterlibatan pemangku kepentingan (Alhasbi et al., 2023; Syarbaini et al., 2021).

Selain itu, penting untuk memperkuat interaksi dan keterlibatan antara organisasi dan pemangku kepentingannya melalui media komunikasi. Dengan memanfaatkan berbagai media yang tersedia, organisasi dapat menciptakan peluang untuk berkomunikasi secara

langsung dengan publik mereka, mendengarkan umpan balik, dan merespons kebutuhan dan keinginan mereka secara lebih efektif (Alhasbi & Kertamukti, 2018). Dengan memilih media komunikasi yang sesuai dengan audiens target dan tujuan komunikasi, organisasi dapat memaksimalkan dampak komunikasi mereka dan memperkuat hubungan dengan pemangku kepentingan (Ganiem & Kurnia, 2019).

Efektivitas komunikasi merupakan kunci dalam membangun hubungan yang kuat dan memastikan pemahaman yang baik antara organisasi dan pemangku kepentingannya. Efektivitas komunikasi dalam konteks bisnis merupakan hal yang penting, di mana kesalahan komunikasi dapat menyebabkan konflik, kebingungan, atau kehilangan peluang (Sudaryono, 2022). Dalam konteks organisasi non-profit atau filantropi, efektivitas komunikasi menjadi lebih penting karena kepercayaan dan dukungan dari para donatur dan penerima manfaat sangat bergantung pada kemampuan organisasi untuk menyampaikan pesan mereka dengan jelas dan membangun hubungan yang saling menguntungkan (Tyasari & Ruliana, 2021). Dengan menggunakan teknik-teknik komunikasi yang efektif, organisasi dapat mencapai tujuan mereka dengan lebih baik dan meningkatkan keterlibatan pemangku kepentingan.

Kesesuaian pesan komunikasi, kebutuhan audiens, serta kepentingan pemangku kepentingan untuk mencapai efektivitas komunikasi yang optimal. Ketika pesan-pesan komunikasi disesuaikan dengan audiens target, bahasa yang digunakan, dan saluran komunikasi yang dipilih, maka kemungkinan pesan tersebut diterima dan dipahami dengan lebih baik akan meningkat (Alhasbi & Kertamukti, 2018). Oleh karena itu, organisasi harus terus beradaptasi dan memperbarui strategi komunikasi mereka sesuai dengan

perubahan kebutuhan dan harapan pemangku kepentingan, serta kemajuan teknologi dan tren media yang terus berkembang.

Keberhasilan Implementasi Program Bantuan Sosial

Pencapaian tujuan program merupakan indikator utama keberhasilan sebuah program bantuan sosial dalam konteks filantropi. Keberhasilan sebuah program bantuan sosial dapat diukur melalui pencapaian target yang telah ditetapkan, seperti jumlah orang yang menerima bantuan, peningkatan kesejahteraan mereka, atau dampak positif yang dihasilkan dalam masyarakat (Amnillah et al., 2023; Putra, 2018). Dengan memastikan bahwa tujuan program bantuan sosial tercapai dengan baik, organisasi filantropi dapat menunjukkan efektivitas dan dampak positif dari investasi mereka kepada para pemangku kepentingan.

Penting untuk memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi pencapaian tujuan program bantuan sosial, seperti keberlanjutan pendanaan, partisipasi masyarakat, dan ketersediaan sumber daya ((Madjakusumah & Saripudin, 2020; Rejeki & Negoro, 2022). Selain itu, komunikasi yang efektif dan kepemimpinan yang kuat juga dapat memainkan peran penting dalam memastikan bahwa tujuan program bantuan sosial dapat dicapai dengan baik. Dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi pencapaian tujuan program, organisasi filantropi dapat mengambil langkah-langkah yang sesuai untuk meningkatkan efektivitas dan dampak positif dari program-program mereka (Rosadi, 2021).

Kepuasan penerima manfaat adalah aspek penting dalam mengevaluasi efektivitas program bantuan sosial dalam konteks filantropi. Penting untuk memperhatikan kepuasan penerima manfaat sebagai

indikator utama dari dampak positif yang dihasilkan oleh program-program bantuan sosial (Putri et al., 2021). Kepuasan penerima manfaat dapat diukur melalui berbagai parameter, seperti pemenuhan kebutuhan dasar, perasaan aman, kualitas layanan yang diberikan, dan kemampuan untuk meningkatkan kualitas hidup. Dengan memastikan bahwa penerima manfaat merasa puas dengan program bantuan yang mereka terima, organisasi filantropi dapat memastikan bahwa bantuan tersebut memberikan manfaat yang nyata bagi mereka yang membutuhkan.

Selain itu, kepuasan penerima manfaat juga dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti aksesibilitas, keterbukaan, dan keterlibatan dalam proses pengambilan keputusan. Organisasi filantropi yang memperhatikan kebutuhan dan harapan penerima manfaat, serta melibatkan mereka dalam perencanaan dan pelaksanaan program bantuan, cenderung menciptakan pengalaman yang lebih memuaskan bagi penerima manfaat. Dengan memperhatikan kepuasan penerima manfaat, organisasi filantropi dapat memastikan bahwa program-program bantuan sosial mereka memberikan manfaat yang maksimal dan memenuhi tujuan filantropis mereka.

Efisiensi pelaksanaan program merupakan hal yang krusial dalam konteks filantropi, karena memastikan bahwa sumber daya yang terbatas digunakan secara optimal untuk mencapai hasil yang maksimal (Abuhasmy, 2022). Efisiensi dapat diukur melalui berbagai indikator, seperti rasio biaya terhadap hasil, waktu yang diperlukan untuk mencapai tujuan, dan penggunaan sumber daya dengan bijaksana (Putri et al., 2018). Dengan memastikan bahwa program bantuan sosial dijalankan secara efisien, organisasi dapat memaksimalkan dampak dari investasi mereka dan memberikan manfaat

secara optimal bagi yang membutuhkan (Rahman & Ridwan, 2021).

Selain itu, pemantauan dan evaluasi secara berkala untuk meningkatkan efisiensi pelaksanaan program bantuan sosial juga perlu diperhatikan (Abuhasmy, 2022). Melalui pemantauan yang cermat terhadap pelaksanaan program dan evaluasi terhadap hasil yang dicapai, organisasi filantropi dapat mengidentifikasi area-area di mana efisiensi dapat ditingkatkan dan mengambil langkah-langkah perbaikan yang diperlukan. Dengan melakukan perbaikan berkelanjutan terhadap proses pelaksanaan program, organisasi filantropi dapat memastikan bahwa sumber daya yang tersedia digunakan secara efisien untuk mencapai tujuan filantropis mereka (Rahman & Ridwan, 2021).

Dampak sosial dari program bantuan sosial dalam konteks filantropi merupakan tolok ukur penting dalam mengevaluasi keberhasilan suatu inisiatif. Dampak sosial dapat mencakup berbagai aspek, seperti peningkatan akses pendidikan, kesehatan, atau pekerjaan bagi penerima manfaat, serta peningkatan kesejahteraan dan inklusi sosial di komunitas target. Dengan memperhatikan dampak sosial yang dihasilkan, organisasi filantropi dapat memastikan bahwa program-program bantuan sosial mereka memberikan manfaat yang signifikan bagi masyarakat yang membutuhkan (Tyasari & Ruliana, 2021).

Melalui penelitian evaluatif yang cermat, organisasi filantropi dapat mengidentifikasi dampak yang dihasilkan oleh program bantuan sosial, seperti pengurangan tingkat kemiskinan, peningkatan kesejahteraan keluarga, atau pemberdayaan masyarakat lokal. Dengan memahami dan mengukur dampak sosial dari program-program bantuan sosial mereka, organisasi filantropi dapat

memperkuat hubungan dengan pemangku kepentingan, memperoleh dukungan yang lebih besar, dan membuat keputusan yang lebih cerdas dalam merancang dan melaksanakan inisiatif filantropis mereka di masa depan (Abuhasmy, 2022).

Kontrol

Ukuran organisasi adalah parameter penting yang digunakan untuk mengukur skala dan kompleksitas suatu entitas filantropis. Terdapat beragam ukuran yang dapat digunakan untuk menilai organisasi non-profit, termasuk jumlah anggaran, jumlah staf, dan cakupan geografis dari kegiatan mereka (Amnillah et al., 2023; Umar, 2021). Ukuran organisasi mencerminkan kapasitas dan kemampuan organisasi dalam merancang, melaksanakan, dan mengevaluasi program-program bantuan sosial mereka. Organisasi yang lebih besar mungkin memiliki sumber daya dan jangkauan yang lebih besar, sementara organisasi yang lebih kecil mungkin lebih fleksibel dan responsif terhadap kebutuhan lokal. Dengan memperhatikan ukuran organisasi, pemangku kepentingan dapat memiliki pemahaman yang lebih baik tentang kapabilitas dan dampak dari entitas filantropis tersebut.

Selain itu, ukuran organisasi dapat mempengaruhi persepsi dan harapan dari para pemangku kepentingan, serta memengaruhi cara organisasi berinteraksi dengan masyarakat dan mitra. Organisasi yang lebih besar mungkin diharapkan untuk memiliki pengaruh yang lebih besar dalam komunitas atau sektor tertentu, sementara organisasi yang lebih kecil mungkin lebih dikenal karena keterlibatan langsung mereka dengan masyarakat (Rejeki & Negoro, 2022). Dengan memahami dan mengakui peran ukuran organisasi dalam dinamika hubungan dengan pemangku kepentingan, organisasi filantropi dapat membangun hubungan

yang saling menguntungkan dan meningkatkan efektivitas program-program mereka.

Jenis program bantuan sosial yang ditawarkan oleh organisasi filantropi dapat bervariasi tergantung pada tujuan, fokus, dan sumber daya yang tersedia. Setiap jenis program memiliki tujuan yang berbeda-beda, mulai dari meningkatkan akses terhadap layanan dasar hingga memperkuat kapasitas ekonomi masyarakat penerima manfaat. Organisasi filantropi seringkali memilih jenis program yang sesuai dengan visi, misi, dan kompetensi mereka, serta mempertimbangkan kebutuhan dan prioritas masyarakat yang mereka layani (Umar 2021).

Berbagai jenis program dapat saling melengkapi dan mendukung satu sama lain untuk mencapai dampak yang lebih besar (Jusuf, 2007). Misalnya, program pendidikan dapat meningkatkan keterampilan dan pengetahuan masyarakat, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kemampuan mereka untuk mendapatkan pekerjaan dan menghasilkan pendapatan yang lebih baik melalui program pemberdayaan ekonomi. Dengan memperhatikan diversifikasi jenis program bantuan sosial, organisasi filantropi dapat menciptakan pendekatan yang komprehensif dan berkelanjutan dalam menanggapi masalah sosial dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Fitri, 2023).

Lokasi geografis dari program bantuan sosial memainkan peran penting dalam menentukan aksesibilitas, relevansi, dan dampak dari program tersebut. Letak geografis dapat memengaruhi tingkat aksesibilitas terhadap layanan, kondisi sosial-ekonomi masyarakat, serta kebutuhan yang spesifik dari daerah tersebut. Dengan memahami karakteristik geografis dan sosial masyarakat di lokasi

yang menjadi sasaran program, organisasi filantropi dapat merancang program-program yang lebih relevan dan efektif dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Umar, 2021).

Selain geografis, terdapat faktor-faktor lain yang menjadi berpengaruh seperti infrastruktur, keamanan, dan kerentanan terhadap bencana alam atau konflik sosial. Organisasi filantropi perlu memperhatikan kondisi lingkungan fisik dan sosial di lokasi program mereka beroperasi untuk mengidentifikasi risiko potensial dan mengambil langkah-langkah mitigasi yang diperlukan. Dengan mempertimbangkan lokasi geografis secara holistik, organisasi filantropi dapat memastikan bahwa program-program bantuan sosial mereka dapat beradaptasi dengan kondisi lokal dan memberikan manfaat yang signifikan bagi masyarakat yang mereka layani.

PENUTUP

Dalam konteks manajemen filantropi dan program bantuan sosial, kesimpulan dapat diambil dari berbagai pemahaman yang telah disajikan. Pertama, pentingnya mempertimbangkan berbagai faktor seperti identifikasi kebutuhan, efisiensi pengelolaan sumber daya, dan partisipasi masyarakat dalam perencanaan dan pelaksanaan program. Melalui pendekatan yang holistik dan terstruktur, organisasi filantropi dapat meningkatkan efektivitas dan dampak program bantuan sosial mereka. Kedua, diversifikasi jenis program dan pemahaman yang mendalam tentang lokasi geografis masyarakat sasaran merupakan langkah kunci dalam merancang program yang relevan dan berdampak. Dengan memperhatikan karakteristik unik dari setiap komunitas dan mempertimbangkan kebutuhan serta kondisi lokal, organisasi filantropi dapat menciptakan solusi yang sesuai dengan konteks dan memenuhi harapan pemangku kepentingan. Ketiga, transparansi,

akuntabilitas, dan pembelajaran yang berkelanjutan merupakan prinsip-prinsip yang penting dalam mengelola program bantuan sosial. Dengan mengadopsi pendekatan yang terbuka dan responsif terhadap umpan balik, organisasi filantropi dapat membangun hubungan yang kuat dengan pemangku kepentingan dan memastikan keberlanjutan serta perbaikan berkelanjutan dari program-program mereka.

Abbreviations/Singkatan

Tidak dilampirkan.

Acknowledgements/Terima kasih

Kami menyampaikan ucapan terima kasih kepada seluruh partisipan FGD, Ucapan terima kasih ini juga kami sampaikan untuk reviewer maupun editor Pawarta: *Journal of Communication & Da'wah*. Jazaakumullah Khairan Katsiran

Authors' Contribution/Kontribusi Penulis

Tidak dilampirkan.

Declarations/Deklarasi

Consent to publications/Persetujuan untuk publikasi. Kami menyatakan bahwa artikel ini belum pernah diterbitkan di jurnal manapun, kecuali untuk diterbitkan di Pawarta.

Competing interest/Persetujuan kepentingan & konflik. Kami menyatakan bahwa tidak ada konflik kepentingan secara finansial, personal, dan lainnya terkait materi yang dibahas dalam artikel ini. Kami juga menjaga identitas penting untuk seluruh partisipan yang terlibat dalam penelitian ini.

Authors' details/Profil penulis

Tidak dilampirkan.

DAFTAR PUSTAKA

Abuhasmy, Z. (2022). Analisis Ekonomi Syariah Terhadap Penggunaan Strategi Dalam Peningkatan Minat Filantropi Masyarakat (Studi Lazismu Kota Parepare). *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, 2(1), 104-114.

Alhasbi, F., Hakim, R. I., Allya, D., & Alfauzi, I. (2023). Tinjauan Dramaturgi, Pengelolaan Kesan dalam Iklan Partai Politik" PAN PAN PAN". *Pawarta: Journal of Communication and*

Da'wah, 1(2), 110-125.
<https://doi.org/10.54090/pawarta.321>

Alhasbi, F., & Kertamukti, R. (2018, October). Creative Branding Strategy Developing Brand Identity Strategy of Tribun Jogja. In *International Conference on Media and Communication Studies (ICOMACS 2018)* (pp. 281-285). Atlantis Press. <https://doi.org/10.2991/icomacs-18.2018.68>

Alhasbi, F., Ramli, Asfar, A., Setyaningsih, R., Ismail, K., Harahap, T. K., Pratikna, R. N., Rachmawati, F., Agustiningih, G., Sanjaya, R., Lestari, S., Nurliyani, Oktaviani, D. D., & Rakhman, C. U. (2023). Pengantar Ilmu Komunikasi. Penerbit Tahta Media. Retrieved from <http://tahtamedia.co.id/index.php/issj/article/view/40>

Amnillah, M., Murad, A. A., Winarni, W., Anam, C., Niode, I. Y., Kholiq, M., Pesik, I. M., Rahman, E., Latuni, F., Manueke, B. B. R. (2023). *Manajemen strategi*. Selat Media.

Armstrong, D. W., & Lorenz, K. (2020). Transformational Leader.

Bormasa, M. F. (2022). *Kepemimpinan Dan Efektivitas Kerja* (No. 63jsn). Center for Open Science.

Brahmasari, I. A., & Siregar, P. (2009). Pengaruh Budaya Organisasi, Kepemimpinan Situasional dan Pola Komunikasi terhadap Disiplin Kerja dan Kinerja Karyawan pada PT. Central Proteinaprima Tbk. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 7(1), 238-250.

Ciulla, J. B. (2020). *The Search for Ethics in Leadership*. Springer.

Dacholfany, M. I. (2020). KEPEMIMPINAN ISLAM PERILAKU ORGANISASI Kepemimpinan Islam dan Perilaku Organisasi. *Metro Lampung: Laduny Alifatama*, 2.

Destiana, R. (2023). Kepemimpinan dan pengembangan sumber daya manusia

- sektor publik. *Dialogue: Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, 5(1), 437-460.
- Fitri, A. Z. (2023). Implementasi Manajemen Strategis Dalam Organisasi Non Profit (ONP). *Dirasah: Jurnal Studi Ilmu dan Manajemen Pendidikan Islam*, 6(1), 81-92.
- Ganiem, L. M., & Kurnia, E. (2019). *Komunikasi korporat: Konteks teoretis dan praktis*. Prenada Media.
- Gea, A. A. (2014). Integritas Personal dan Kepemimpinan Etis. *Humaniora*, 5(2), 950.
<https://doi.org/10.21512/humaniora.v5i2.3197>
- Gunawan, G., & Nurjaman, U. (2022). Pendidikan Berbasis Agama, Filsafat, Psikologi dan Sosiologi. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 16(1), 193.
<https://doi.org/10.35931/aq.v16i1.817>
- Ilmi, M. S., Rahmadini, A., & Hasanah, U. (2023). Kepemimpinan Dan Motivasi Dalam Organisasi Filantropi. *Filantropi: Jurnal Manajemen Zakat Dan Wakaf*, 4(1), 27-41.
<https://doi.org/10.22515/finalmazawa.v4i1.8005>
- Jusuf, C. (2007). Filantropi modern untuk pembangunan sosial. *Sosio Konsepsia*, 74-80.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2010). *Theories of human communication*. Waveland press.
- Madjakusumah, D. G., & Saripudin, U. (2020). Pengelolaan Dana Lembaga Filantropi Islam Dalam Pengembangan Ekonomi Umat. *SERAMBI: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis Islam*, 2(1), 41-50.
<https://doi.org/10.36407/serambi.v2i1.151>
- Mulyana, D. (2013). Komunikasi organisasi: Strategi meningkatkan kinerja perusahaan. *Bandung: PT Remaja Rosdakarya*.
- Perkasa, T. A., & Aditia, R. (2023). Strategi Komunikasi Kepemimpinan: Suatu Tinjauan Teoritis. *Journal of Student Research*, 1(2), 367-377.
<https://doi.org/10.55606/jsr.v1i2.1042>
- Putra, A. A. (2018). Efektivitas Pelaksanaan Program Bantuan Sosial Pada Masyarakat di Kota Palu. *Jurnal Katalogis*, 6.
- Putri, N., Faradilla, C., & Sofyan, S. (2021). Analisis Kepuasan Penerima Bantuan Program Sembako Terhadap Pelayanan dan Harga Produk Bantuan Program Sembako di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian*, 6(4), 164-173.
- Rahman, T., & Ridwan, M. N. I. (2021). Manajemen pelayanan bantuan sosial beras sejahtera di Kelurahan Basirih Kota Banjarmasin. *Jurnal Administrasi Publik dan Pembangunan*, 2(2), 119-129.
<https://doi.org/10.20527/jpp.v2i2.3143>
- Ramadhan, M. (2021). *Metode penelitian*. Cipta Media Nusantara.
- Rejeki, N. S., & Negoro, S. H. (2022). Collaborative Governance dan Strategi Komunikasi Nilai-Nilai Organisasi dalam Membangun Landasan Kemitraan. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 19(1), 69-86.
<https://doi.org/10.24002/jik.v19i1.4616>
- Rhenald, K. (2017). *Disruption*. Kompas Gramedia.
- Rosadi, N. C. (2021). *Efektivitas Program Bantuan Sosial Tunai Pada Masa Pandemi Covid-19 di Perumahan Taman Cikande Jayanti-Tangerang* (Bachelor's thesis, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Sudaryono, S. P. (2022). *Komunikasi bisnis*. Prenada Media.

- Syarbaini, S., Nur, S. M., & Anom, E. (2021). Teori, media dan strategi komunikasi politik. *Jakarta: Esa Unggul*, 127-35.
- Tyasari, A. A., & Ruliana, P. (2021). Model komunikasi corporate dalam membangun citra perusahaan. *CARAKA: Indonesia Journal of Communication*, 2(1), 27-42. <https://doi.org/10.25008/caraka.v2i1.54>
- Umar, M. (2021). Manajemen strategis pada organisasi non profit (ONP). *Jurnal Lentera: Kajian Keagamaan, Keilmuan Dan Teknologi*, 20(2), 166-180. <https://doi.org/10.29138/lentera.v20i2.446>
- Usanto, U., Sucahyo, N., Warta, W., Khie, S., & Fitriyani, I. F. (2023). Transformasi kepemimpinan yang bersifat profetik dan pemberdayaan masyarakat di era Society 5.0 yang berkelanjutan. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 5287-5301.
- Wahjono, S. I. (2008). Peran Kepemimpinan pada Keberhasilan Perusahaan Keluarga. *Balance Economics, Bussiness, Management and Accounting Journal*, 5(8), 10. <https://doi.org/https://doi.org/10.30651/blc.v5i01.705>
- Zulkarnain, Y., & Rohimah, S. (2024). Analysis of Surah Al-Imran 104 in the Context of Social Leadership. *Pawarta: Journal of Communication and Da'wah*, 2(1), 29-40. <https://doi.org/10.54090/pawarta.332>