

Evin Nurifas Purnama Mega. *Public Relation Emergency* Untuk Filantropi Di Masa Pandemi Covid - 19 Relawan “Berbagi Nasi Madura”. Dibawah bimbingan Dr. Yuliana Rakhmawati, S.Sos., M.Si.

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui *public relation emergency* untuk filantropi di masa pandemi Covid-19 relawan “Berbagi Nasi Madura”. Berbagi Nasi Madura merupakan salah satu komunitas relawan yang tetap aktif melakukan kegiatan filantropi di masa pandemi Covid-19. Relawan Berbagi Nasi Madura memiliki tujuan utama untuk membantu masyarakat sekitar yang membutuhkan, serta untuk menumbuhkan rasa syukur dan empati khususnya para pemuda.

Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan observasi, wawancara, serta dokumentasi. Informan yang dipilih menggunakan teknik *nonprobability sampling* yang berupa *purposive sampling* diantaranya ketua umum relawan Berbagi Nasi Madura, wakil ketua umum relawan Berbagi Nasi Madura, serta anggota yang terlibat aktif dalam kegiatan yang dilakukan oleh relawan Berbagi Nasi Madura. Untuk melakukan analisis data, penelitian ini menggunakan model teknik Miles and Huberman yang terdiri dari reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Sedangkan untuk uji keabsahan data, penelitian ini menggunakan uji kredibilitas yang berupa triangulasi.

Hasil penelitian menunjukkan kegiatan *public relation* yang dilakukan oleh relawan Berbagi Nasi Madura diantaranya pemberian layanan informasi, *special event*, *gathering*, *sharing*, dan aksi sosial. Strategi *public relation* relawan Berbagi Nasi Madura meliputi perencanaan dengan mengidentifikasi masalah dan merencanakan program. Selanjutnya tahapan pengorganisasian dengan pemilihan pengurus, pembagian tugas, dan penyusunan program kegiatan. Tahap pelaksanaan program sesuai dengan pembagian tugas pada tahap pengorganisasian dan yang terakhir yaitu tahap evaluasi program. Terdapat hambatan yang ditemukan dalam menjalankan *public relation emergency* di masa krisis Covid-19 diantaranya masyarakat lebih memilih untuk diam dirumah saja dibandingkan mengikuti kegiatan yang akan dilakukan oleh relawan Berbagi Nasi Madura serta kurangnya kesadaran setiap individu untuk membantu sesama masyarakat yang membutuhkan bantuan.

Kata kunci : Public Relation, Filantropi, Relawan

Evin Nurifas Purnama Mega. *Public Relation Emergency* Untuk Filantropi Di Masa Pandemi Covid - 19 Relawan “Berbagi Nasi Madura”. Dibawah bimbingan Dr. Yuliana Rakhmawati, S.Sos., M.Si.

ABSTRACT

The purpose of this study was to find out emergency public relations for philanthropy during the Covid-19 pandemic for “Berbagi Nasi Madura” volunteers. Sharing Nasi Madura is one of the volunteer communities that remains active in carrying out philanthropic activities during the Covid-19 pandemic. Madurese Sharing Rice Volunteers have the main goal of helping local communities in need, as well as to foster gratitude and empathy, especially for the youth.

This study uses a qualitative research methodology with a descriptive approach. Data collection techniques in this study using observation, interviews, and documentation. Informants selected using a nonprobability sampling technique in the form of purposive sampling include the general chairman of the Sharing Nasi Madura volunteer, the vice chairman of the Sharing Nasi Madura volunteer, and members who are actively involved in activities carried out by the Sharing Nasi Madura volunteer. To perform data analysis, this study uses the Miles and Huberman technical model which consists of data reduction, data presentation, and drawing conclusions. Meanwhile, to test the validity of the data, this study uses a credibility test in the form of triangulation.

The results showed that the activities public relations carried out by Sharing Nasi Madura volunteers included the provision of information services, special events, gatherings, sharing, and social actions. The strategy public relations of sharing Nasi Madura volunteers includes planning by identifying problems and planning programs. The next stage is organizing with the selection of administrators, division of tasks, and preparation of activity programs. The program implementation stage is in accordance with the division of tasks at the organizing stage and the last stage is the program evaluation stage. There are obstacles found in carrying out emergency public relations during the Covid-19 crisis, including people who prefer to stay at home instead of participating in activities that will be carried out by Sharing Nasi Madura volunteers and the lack of awareness of each individual to help fellow community members who need help.

Keywords: Public Relations, Philanthropy, Volunteers