
PANDUAN BERKAMPANYE DI BERSAMA BERDAYA

Apa itu Bersama Berdaya?

Situs Bersama Berdaya: www.bersamaberdaya.com, merupakan **situs penggalangan dana publik (crowdfunding)** secara digital yang dibangun dan dikelola Konsil LSM Indonesia untuk mendukung anggota-anggotanya dalam melakukan penghimpunan sumberdana alternatif bagi keberlanjutan organisasi mereka. Gagasan membangun situs dimulai pada tahun 2015 dan mulai digarap pengembangannya pada tahun 2016 hingga bisa diluncurkan ke public pada akhir 2017. Pengembangan situs ini dilakukan Konsil LSM dan Basic Ludo dan didukung oleh Ford Foundation.

Tanggal 18 Januari 2018, situs www.bersamaberdaya.com secara resmi mulai menggalang dana publik. Ada 4 (empat) anggota Konsil LSM yang menjadi peserta awal untuk berkampanye. Mereka adalah **SPEKHAM Solo, YSKK Solo, SATUNAMA Jogjakarta, dan PARAMITRA Batu Malang**. Keterlibatan ke-4 LSM ini sudah diproses sejak akhir 2016 tepatnya November 2016, ada 6 (enam) LSM yang dilatih oleh Konsil LSM dan Basic Ludo untuk membuat proposal (2 lainnya adalah IDFOS dan KPI tapi tidak bisa terlibat dalam kampanye tahap 1). Oleh karena itulah mereka yang dijadikan pionir kampanye LSM anggota di situs ini. Pada tahun 2017, ada 2 kali pendampingan bagi ke-4 LSM untuk membuat rumusan proyek yg menarik dan layak tayang, serta menyusun strategi kampanye di masing-masing organisasi. Pengalaman proses penyiapan proyek tahap awal inilah yang menjadi acuan penulisan panduan ini. Ke depan, Konsil LSM akan melakukan model pendampingan secara online untuk anggota yang akan mempersiapkan kampanye di situs www.bersamaberdaya.com.

Mengapa situs ini dibuat?

Perubahan peta sumber dana pembangunan di tingkat global dalam sepuluh tahun terakhir ini sangat mempengaruhi kemampuan dan ketahanan LSM dalam melakukan fungsinya sebagaimana ide pendiriannya. Negara-negara donor lebih memilih untuk mendukung isu-isu yang sesuai dengan kepentingan politik negaranya masing-masing. Hal ini berdampak pada terjadinya perubahan tema program-program lembaga menjadi hanya mendukung isu-isu tertentu sehingga tidak lagi fleksibel



mengajukan programnya untuk mendapat dukungan sesuai dengan focus isu dan rencana jangka panjangnya. Secara langsung situasi ini memberi dampak kesulitan sumber pendanaan pada LSM **untuk mendanai program-program yang dirancang sendiri.**

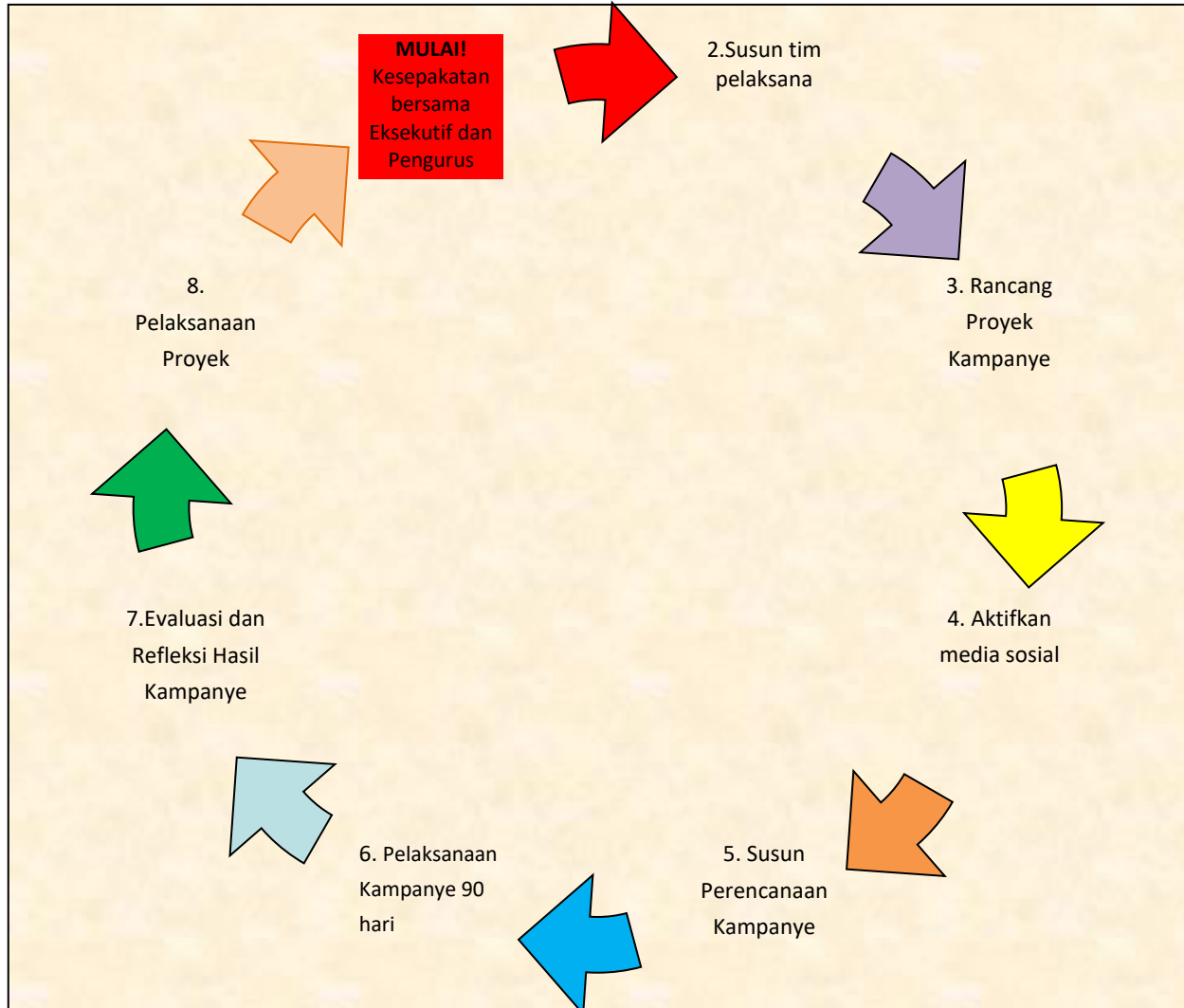
Potensi sumber dana domestic merupakan salah satu alternate yang dipetakan sebagai sumber pendaan bagi LSM terutama sumber dana dari sumbangan public yang cukup besar di Indonesia namun belum semua lembaga sosial memanfaatkannya. Menurut riset PIRAC lebih dari 10 tahun lalu, kedermawanan social dapat menjadi salah satu alternative sumber pendanaan bagi program-program LSM yang bekerja di masyarakat. Bahkan sejak saat itu juga sudah diprediksi bahwa e-filantropi akan berkembang pesat seiring dengan perkembangan teknologi informasi. (Hamid Abidin, 2004). Sayangnya, sampai saat ini sumber dana tersebut lebih banyak masih dihimpun oleh badan-badan sosial yang berbasis agama dan masih sangat terbatas LSM yang menggunakan dan menggalan dana dari sumber ini padahal persentase sumbangan sukarela yang berhasil dikumpulkan sangat besar.

Potensi sumbangan masyarakat juga telah dimanfaatkan oleh media untuk mengumpulkan dana masyarakat yang digunakan membiayai program-program tanggap darurat dan bantuan karitatif. Masyarakat sukarela memberikan dukungan kepada lembaga sosial dan media yang mengumpulkan dana sebab mereka percaya donasi yang diberikan akan digunakan sesuai tujuan.

Konsil LSM menyadari tantangan yang dialami oleh LSM anggota dalam menjalankan organisasi karena sumber dana dari donor yang jauh berkurang. Untuk itu, Konsil LSM mendukung LSM anggota melakukan pencarian dana alternatif salah satunya dengan membangun situs www.bersamaberdaya.com.

Situs www.bersamaberdaya.com tidak hanya ditujukan sebagai wadah penggalangan dana, akan tetapi situs ini secara langsung merupakan media promosi LSM-LSM yang sebenarnya dengan ciri akuntabilitas dan transparansinya. Pada akhirnya promosi ini bermuara pada menguatnya kepercayaan masyarakat kepada LSM. Sebagai bentuk promosi LSM situs ini memperkenalkan 2 (dua) tagline utama yaitu **#LSMadalahkita** dan **#JadilahPahlawan**. Masyarakat dapat memilih proyek yang mereka sukai, memberikan donasi dan memantau penggunaan dana donasi melalui situs www.bersamaberdaya.com dengan motto: **PILIH, DONASI, PANTAU**. Selama 90 hari, LSM anggota yang terpilih akan melakukan kampanye penggalangan dana dengan bantuan asistensi dari Konsil LSM.

Proses kampanye di situs Bersama Berdaya



1. Kesepakatan Bersama Direktur Eksekutif, Staf, dan Pengurus

Kampanye penggalangan dana publik (**crowdfunding**) online adalah kegiatan yang akan melibatkan semua pihak di lembaga dengan perannya masing-masing sehingga keberhasilannya menjadi tanggungjawab bersama. Peran pengurus dan direktur eksekutif diharapkan untuk memberikan kontak-kontak penting calon-calon donator yang berpotensi mendukung kampanye dalam bentuk donasi kepada staf pelaksana kampanye untuk ditindaklanjuti.



Sebelum memutuskan untuk ikut berkampanye di situs ini, pastikan anda menjawab pertanyaan ini: **Mengapa kami perlu melakukan kampanye penggalangan dana di www.bersamaberdaya.com?**

2. Susun Tim Pelaksana

Tim Pelaksana kampanye minimal terdiri dari 3 orang: **Penanggungjawab proyek, staf pelaksana kampanye** (on-line maupun off-line sekaligus penyusun materi kampanye), **dan staf admin proyek** yang menindaklanjuti komitmen calon donator sampai memastikan donasinya dikirimkan.

3. Rancang Proyek

Proyek yang akan unggah di situs www.bersamaberdaya.com harus dirumuskan secara menarik, ringkas, padat, jelas maksud dan tujuannya, disampaikan dengan Bahasa yang mudah dipahami. Lihat [Kerangka proposal proyek](#). Informasi proyek akan dilengkapi dengan sejumlah untuk pendukung/infografik, video, dan rencana kerja setelah dana berhasil dihimpun. Rangkuman proyek ditulis maksimal 350 kata.

4. Aktifkan Media Sosial.

Sebelum susun perencanaan kampanye, **aktifkan media sosial yang akan digunakan**. Pastikan lembaga anda memiliki akun facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn atau media social lain yang sesuai dengan konstituen lembaga. Akan lebih baik juga apabila Lembaga memiliki website organisasi untuk meluaskan jangkauan informasi ke public.

5. Susun Perencanaan Kampanye

Perencanaan kampanye terdiri sejumlah kegiatan dengan durasi waktu 30 hari. Artinya setiap bulan kegiatan ini akan diulang selama masa kampanye (3 bulan). Langkah-langkah utama adalah:

- Petakan pendukung lembaga dan proyek (teman-teman organisasi dan mungkin yang akan tertarik secara khusus pada proyek),
- Susun materi media sosial,
- buat draft surat perkenalan proyek untuk memulai kampanye,
- surat ucapan terimakasih (kepada donator),
- buat materi kampanye lain yang dibutuhkan.

6. Pelaksanaan Kampanye

Pelaksanaan kampanye berlangsung online dan offline. Kampanye online dilakukan di situs www.bersamaberdaya.com dan disebarluaskan melalui media sosial lembaga masing-masing dan person



fundraiser. Kampanye offline melalui tatap muka langsung untuk menyampaikan gagasan proyek kepada beberapa orang yang membutuhkan informasi tambahan tentang proyek.

Pelaksana kampanye media sosial yang paling banyak berperan untuk kampanye online sedangkan offline dapat dilakukan oleh semua pihak terutama fundraiser yang bersedia menjadi pendukung kampanye lebih intensif. Semua komponen organisasi mulai dari pengurus, Direktur Eksekutif, dan staf harus menjadi fundraiser dan, mereka harus dibekali informasi yang cukup tentang proyek yg dikampanyekan.

7. Evaluasi dan refleksi Hasil Kampanye

Evaluasi internal sebaiknya dilakukan seminggu sekali dan 30 hari sekali (Bersama tim kampanye Konsil LSM) untuk mengatur strategi kampanye selanjutnya. Proses ini merupakan fase mengambil pembelajaran dari setiap langkah yang telah dilakukan.

8. Pelaksanaan Proyek

Setelah dana berhasil dihimpun, lembaga akan melaksanakan proyek sesuai dengan tahapan yang sudah direncanakan sejak awal yang telah menjadi bagian dari rencana proyek.

Pelaporan Proyek

Tahapan ini merupakan tahapan sangat penting dari kampanye ini, dimana setiap Lembaga yang berkampanye wajib memberikan perkembangan pelaksanaan proyek secara regular di situs www.bersamaberdaya.com dan melaporkan seluruh hasilnya setelah seluruh proyek tuntas dilaksanakan. Panduan pelaporan akan diberikan dalam diskusi online.