

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Selama hampir dua dekade berdiri, Hoshizora Foundation menjadi salah satu contoh menarik dari *Non-Government Organization* (NGO) di Indonesia yang mampu bertahan dan berkembang secara berkelanjutan dalam bidang pendidikan. Lembaga ini berdiri pada tahun 2006 di Yogyakarta, berawal dari kepedulian tiga mahasiswa Indonesia di Jepang terhadap kesenjangan akses pendidikan yang dialami anak-anak dari keluarga prasejahtera. Melalui program *Beasiswa Mimpi Anak Negeri*, lembaga ini memberikan beasiswa dan pendampingan kepada anak-anak yang disebut sebagai *Adik Bintang* agar mereka dapat melanjutkan pendidikan hingga jenjang yang lebih tinggi. Berdasarkan data dari website resmi Hoshizora Foundation (2025), hingga tahun 2025 organisasi ini telah mendampingi lebih dari 5.500 penerima manfaat dengan total nilai beasiswa yang disalurkan mencapai lebih dari Rp36 miliar.

Keberhasilan ini menjadi fenomena menarik karena Hoshizora Foundation tidak berada di bawah naungan korporasi besar atau lembaga donor internasional seperti kebanyakan NGO lainnya. Lembaga ini berdiri secara independen dengan mengandalkan jejaring komunitas, dukungan individu, serta kemitraan dengan sejumlah mitra lintas sektor. Dalam konteks dunia filantropi di Indonesia, bertahannya sebuah NGO independen selama hampir dua dekade bukanlah hal yang mudah. Banyak NGO lain yang hanya mampu beroperasi dalam jangka waktu singkat akibat keterbatasan dana, kurangnya kolaborasi jangka panjang, serta lemahnya strategi komunikasi dengan pihak pendukung. Keberlanjutan NGO dipengaruhi oleh kemampuan organisasi dalam mengelola sumber daya, melakukan diversifikasi pendanaan, serta membangun dan mempertahankan hubungan dengan donatur dan mitra. Tanpa strategi yang kuat dalam aspek-aspek tersebut, organisasi nirlaba berisiko mengalami keterbatasan sumber daya dan kurangnya kolaborasi jangka panjang yang berdampak pada keberlanjutan program sosial yang dijalankan (Andhityawati & Darma, 2022).

Salah satu faktor penting yang membuat Hoshizora Foundation mampu bertahan adalah kemampuannya membangun hubungan kemitraan jangka panjang dengan mitra lintas sektor. Berdasarkan data dari website resmi Hoshizora Foundation (2025) sejak tahun 2017, Hoshizora menjalin kerja sama dengan Unilever Indonesia melalui program *Glow & Lovely* Bintang Beasiswa yang mendukung pemberdayaan perempuan muda. Selain itu, kerja sama juga dilakukan dengan Permata Bank melalui Permata Bintang *Fellowship* sejak 2018, serta dengan Gameloft Indonesia dalam program Beasiswa Mimpi Anak Negeri sejak 2017. Tidak hanya itu, kolaborasi sosial dengan publik figur Dian Sastrowardoyo lewat Beasiswa Dian Sastro yang telah berjalan sejak 2015 juga menjadi salah satu bentuk kemitraan yang konsisten. Keberlanjutan sebagian besar kerja sama tersebut selama lebih dari lima tahun menunjukkan adanya strategi komunikasi dan hubungan yang efektif antara Hoshizora Foundation dan para mitranya.

Fenomena tersebut berbeda dengan realitas yang dialami oleh banyak non-government organization (NGO) di Indonesia. Berdasarkan laporan SMERU *Research Institute* (2025), tercatat sebanyak 1.669 NGO yang masih aktif di Indonesia, dengan 286 organisasi bergerak di bidang pendidikan. Jumlah ini menunjukkan penurunan yang signifikan dibandingkan dengan masa awal reformasi, ketika jumlah organisasi masyarakat sipil sempat mencapai lebih dari 300 ribu unit. Penurunan tersebut, salah satunya, dipengaruhi oleh melemahnya dukungan pendanaan dari lembaga donor internasional. Hal ini disampaikan oleh Prof. Dr. Amalinda Savirani, M.A. dalam pidato pengukuhan sebagai Guru Besar Bidang Bisnis dan Politik di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Gadjah Mada pada tahun 2025, yang menegaskan bahwa berkurangnya aliran dana donor internasional berdampak langsung pada keberlangsungan banyak organisasi masyarakat sipil di Indonesia. Kondisi ini mencerminkan rendahnya tingkat keberlanjutan NGO, khususnya pada lembaga berskala kecil dan menengah, yang kerap menghadapi keterbatasan sumber daya manusia, minimnya dukungan finansial, serta lemahnya kapasitas dalam membangun dan mempertahankan hubungan kemitraan.

Di Yogyakarta sendiri, keberadaan NGO yang bergerak di bidang bantuan pendidikan bagi anak-anak prasejahtera masih relatif terbatas dan belum sepenuhnya dikenal oleh masyarakat luas. Salah satu organisasi yang bergerak di bidang tersebut adalah Yayasan Harapan Fian, yang telah berdiri sejak tahun 2011. Namun, berdasarkan penelusuran terhadap pembaruan aktivitas yang ditampilkan pada website resmi dan media sosial yayasan tersebut, terlihat bahwa kegiatan dan program yang dijalankan belum berlangsung secara rutin dan belum seintensif program-program yang dikembangkan oleh Hoshizora Foundation. Selain itu, jika ditinjau dari jumlah dan keberagaman mitra pada website resminya, Yayasan Harapan Fian juga masih memiliki jejaring kemitraan yang lebih terbatas dibandingkan dengan Hoshizora Foundation.

Selain itu, sebagian besar kerja sama antara NGO dan sektor swasta di Indonesia cenderung bersifat jangka pendek. Keterlibatan sektor swasta dan NGO dalam program lintas sektor sering bersifat temporer, sehingga menghambat keberlanjutan program secara keseluruhan (Sambodo et al., 2025). Setelah satu periode program selesai, hubungan antara NGO dan mitra sering kali terputus karena tidak adanya rencana keberlanjutan yang terstruktur. Hal tersebut umumnya disebabkan oleh perbedaan orientasi antara kedua pihak. Bagi mitra dari sektor perusahaan, kegiatan donor melalui *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau dana sosial lainnya sering kali menjadi bagian dari strategi reputasi dan kepatuhan terhadap regulasi. Sementara itu, bagi NGO, tujuan utama kerja sama adalah menciptakan dampak sosial yang berkelanjutan bagi masyarakat. Perbedaan orientasi ini kerap menimbulkan ketidakseimbangan dalam hubungan kerja sama dan berujung pada berakhirnya kemitraan setelah satu proyek selesai. Sejalan dengan penelitian Rahmawati dan Sulistyowati (2019), keberlanjutan program CSR sangat bergantung pada kekuatan modal sosial antara pihak-pihak yang terlibat. Faktor seperti kepercayaan dan komitmen bersama menjadi penentu utama apakah hubungan tersebut dapat terus berlanjut. Ketika elemen-elemen tersebut lemah, kemitraan cenderung bersifat sementara dan berhenti setelah proyek selesai.

Padaahal, potensi kerja sama antara NGO dan sektor swasta di Indonesia sangat besar. Berdasarkan data Institut Pemerintahan Dalam Negeri (2023), total

dana CSR di Indonesia mencapai Rp18,75 triliun. Sementara itu, laporan Filantropi Indonesia (2023) mencatat bahwa lebih dari 70% perusahaan besar di Indonesia mengalokasikan anggaran CSR mereka ke sektor sosial, termasuk pendidikan, lingkungan, dan pemberdayaan masyarakat. Dengan potensi tersebut, peluang bagi NGO untuk terlibat sebagai mitra strategis dalam program CSR sebenarnya sangat terbuka. Namun, peluang besar ini belum sepenuhnya dapat dimanfaatkan karena banyak NGO masih berorientasi pada pendekatan filantropi jangka pendek dan belum berfokus pada pembangunan hubungan kolaboratif yang berkelanjutan.

Dalam konteks ini, kemampuan Hoshizora Foundation untuk menjalin dan mempertahankan hubungan dengan mitra dalam jangka panjang menjadi hal yang patut diperhatikan. Kolaborasi yang berhasil dibangun tidak semata-mata disebabkan oleh faktor program atau pendanaan, melainkan juga oleh adanya strategi komunikasi yang efektif dalam menjaga kepercayaan, membangun kesamaan visi, serta menciptakan hubungan yang saling menguntungkan. Strategi komunikasi yang jelas terhadap nilai-nilai organisasi membantu dalam mengidentifikasi kesamaan visi dan membangun rasa percaya antarpihak, sehingga kolaborasi dapat terjalin secara efektif dan berkelanjutan (Rejeki & Negoro, 2022). Kemampuan organisasi untuk beradaptasi dengan kebutuhan mitra serta menjaga konsistensi komunikasi dalam setiap program menjadikan hubungan kemitraan menjadi baik.

Keberlanjutan NGO pendidikan di Indonesia umumnya sangat dipengaruhi oleh dukungan finansial dari donor atau organisasi besar yang menjadi penopang utama. NGO yang berada di bawah naungan korporasi atau keluarga besar cenderung memiliki stabilitas pendanaan dan legitimasi kelembagaan yang lebih kuat, sebagaimana terlihat pada Djarum Foundation yang berdiri sejak 1986 di bawah Djarum Group dan Bakrie Center Foundation yang beroperasi sejak 2010 dengan dukungan keluarga Bakrie. Dukungan tersebut memungkinkan kedua lembaga mempertahankan eksistensinya dalam jangka panjang. Namun, Hoshizora Foundation menunjukkan pola yang berbeda, karena meskipun tidak berada di bawah naungan organisasi induk atau donor utama tunggal, lembaga ini tetap mampu bertahan dan menjalin kerja sama jangka panjang dengan berbagai mitra

lintas sektor. Hal ini mengindikasikan bahwa keberlanjutan Hoshizora Foundation tidak hanya ditentukan oleh besarnya dukungan donor, tetapi juga oleh efektivitas strategi komunikasi dan pengelolaan hubungan kemitraan yang berkelanjutan.

Fenomena ini merepresentasikan tantangan utama yang dihadapi banyak NGO di Indonesia, yaitu bagaimana membangun sistem komunikasi yang tidak hanya efektif dalam menyampaikan pesan, tetapi juga mampu menjaga hubungan dengan mitra. Dalam lingkungan sosial yang semakin kompetitif, NGO tidak cukup hanya menciptakan dampak sosial, melainkan juga dituntut untuk mengembangkan jaringan kemitraan yang kuat dan saling mendukung. Keberhasilan Hoshizora Foundation menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang terencana dan dijalankan secara konsisten memiliki peran penting dalam mempertahankan hubungan kolaboratif. Sebaliknya, hambatan komunikasi seperti ketidakkonsistenan pesan atau perbedaan pemahaman antar pelaksana dapat menurunkan efektivitas hubungan antara organisasi dan publiknya, yang pada akhirnya berpotensi melemahkan kolaborasi (Triono, 2024). Oleh karena itu, pola kerja sama Hoshizora Foundation yang mampu bertahan lebih dari lima tahun dengan berbagai mitra menjadi fenomena yang relevan untuk dikaji lebih lanjut sebagai gambaran bagaimana strategi komunikasi NGO dapat menjaga kemitraan strategis di tengah keterbatasan sumber daya dan kompleksitas hubungan lintas sektor di Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana strategi komunikasi yang diterapkan oleh NGO Hoshizora Foundation dalam menjalin hubungan dengan Mitra?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi komunikasi yang diterapkan oleh NGO Hoshizora Foundation dalam menjalin hubungan dengan Mitra

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam kajian komunikasi organisasi dan komunikasi kerja sama pada sektor NGO. Penelitian ini diharapkan dapat memperluas pemahaman mengenai bagaimana perencanaan dan penerapan strategi komunikasi berperan dalam membangun serta mempertahankan keberlanjutan hubungan antara NGO dan mitra. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan menjadi referensi bagi akademisi atau peneliti lain yang tertarik mengkaji dinamika komunikasi antar organisasi, terutama pada NGO independen yang tidak berada di bawah naungan korporasi besar seperti Hoshizora Foundation.

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis yang dapat diperoleh dari adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi suatu perusahaan, instansi, maupun organisasi dalam melakukan strategi komunikasi kerjasama dalam mempertahankan keberlanjutan hubungan dengan Mitra. Kemudian dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi Hoshizora Foundation dalam melakukan evaluasi terhadap strategi komunikasi yang diterapkan untuk menjaga hubungan dengan mitra, serta membantu organisasi dalam memahami bentuk interaksi dan pola komunikasi yang berperan penting dalam membangun kepercayaan, komitmen, dan keberlanjutan kerja sama dengan para mitra.

1.5 Batasan Penelitian

Penelitian ini dibatasi pada pembahasan mengenai strategi komunikasi yang diterapkan oleh Hoshizora Foundation sebagai NGO independen dalam menjalin hubungan dengan mitra. Fokus penelitian diarahkan pada proses perencanaan, pelaksanaan, serta bentuk komunikasi yang dilakukan dalam menjalin kemitraan. Penelitian ini tidak membahas aspek keuangan, efektivitas program beasiswa,

maupun pengukuran dampak sosial, melainkan terbatas pada strategi komunikasi yang berperan dalam menjaga hubungan antara Hoshizora Foundation dan Mitraanya.

1.6 Sistematika Bab

Untuk memberikan pemahaman yang menyeluruh terhadap penelitian ini, penulisan disusun ke dalam beberapa bab dengan sistematika sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan: Bab ini memuat uraian mengenai latar belakang penelitian, fokus permasalahan, rumusan masalah, tujuan, manfaat, serta batasan penelitian. Selain itu, dijelaskan pula sistematika penulisan yang menjadi pedoman dalam penyusunan keseluruhan penelitian.

Bab II Tinjauan Pustaka: Pada bagian ini dipaparkan teori-teori yang menjadi landasan konseptual penelitian, hasil-hasil penelitian terdahulu yang relevan, serta kerangka pemikiran yang digunakan untuk mendukung analisis penelitian.

Bab III Metodologi Penelitian: Bab ini menjelaskan secara rinci paradigma penelitian, pendekatan dan metode yang digunakan, penentuan subjek dan objek penelitian, sumber serta teknik pengumpulan data, prosedur analisis data, hingga cara peneliti menjamin keabsahan temuan.

Bab IV Temuan dan Pembahasan: Dalam bab ini disajikan hasil penelitian yang diperoleh melalui proses observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data yang ditemukan kemudian dianalisis dan dibahas untuk memberikan interpretasi yang mendalam terhadap permasalahan yang diteliti.

Bab V Penutup: Bagian terakhir ini berisi kesimpulan yang ditarik dari hasil penelitian serta saran-saran yang ditujukan sebagai rekomendasi, baik dalam konteks akademis maupun praktis.