

## ABSTRAK

Saat ini program *campaign offline* pada suatu perusahaan masih sering dilakukan dan merupakan salah satu aktivitas komunikasi yang bersifat persuasif dengan tujuan untuk membangun citra perusahaan. *Campaign #KontingenKebaikan AQUA* merupakan gerakan untuk mengajak seluruh masyarakat Indonesia melakukan tindakan kebaikan yang menjadi warisan nilai-nilai budaya Indonesia seperti ramah tamah, gotong royong dan tolong menolong, sehingga menjadikan Indonesia sebagai cerminan dan tuan rumah yang baik di mata dunia. Penelitian ini membahas mengenai motif relawan pada program *campaign #KontingenKebaikan AQUA Asian Games 2018*. Metode penelitian yang digunakan adalah studi deskriptif kualitatif. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa seseorang tertarik untuk menjadi relawan dikarenakan enam indikator yang relevan dengan teori yang digunakan yaitu; motif ingin tahu, motif kompetensi, motif cinta, motif harga diri dan kebutuhan untuk mencari identitas, motif kebutuhan akan nilai, kedamaian dan makna kehidupan serta motif kebutuhan pemenuhan diri.

**Kata Kunci:** Motif, Relawan, *Campaign*