

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Strategi *Public Relations* Gandengtangan Melalui Media Sosial Facebook (Studi Kasus pada Akun Facebook Gandengtangan)”. Gandengtangan adalah sebuah *platform* penggalangan dana dengan sistem pinjaman atau disebut *crowdlending*. Tujuan dari situs ini adalah untuk membantu pengusaha sosial dan UMKM dalam hal pendanaan dimana saat ini masyarakat lebih mengenal badan pinjaman keuangan melalui Bank dan Koperasi. Namun meminjam uang di Bank atau Koperasi akan dikenakan bunga pada saat pengembalian, berbeda dengan Gandengtangan yang memberikan bunga 0%. Dengan adanya Gandengtangan ini diharapkan dapat membantu perekonomian masyarakat di Indonesia.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana tahapan strategi *public relations* yang dilakukan oleh Gandengtangan dalam mensosialisasikan *crowdlending* yang terbilang baru di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif studi kasus. Data diperoleh dari hasil wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa Gandengtangan sudah cukup baik dalam melaksanakan keempat tahapan strategi *public relations* yang diungkapkan oleh Scott M. Cutlip dan Allen H. Center yakni berawal dari *Research listening* dengan meriset fakta-fakta berupa data informasi yang akan dibahas di dinding facebook Gandengtangan. Kedua *Planning Decision* yakni data-data yang diperoleh kemudian diolah berupa artikel, foto dan video. Ketiga *Communication action* yakni setelah dilakukan kedua tahap diatas artikel tersebut *diposting* di facebook Gandengtangan dengan terus mengawasi apabila terdapat komentar. Yang menjadi tolak ukur tahapan *evaluation* dari Gandengtangan adalah dengan melihat meningkat atau tidaknya jumlah *lender* dan atau *borrower* yang daftar di website Gandengtangan.

Kata kunci: Gandengtangan, *crowdlending*, *public relations*, *socio entrepreneur*, media sosial, PR 2.0, Facebook