

ABSTRAKSI

Keadaan masyarakat Indonesia saat ini sering mengalami permasalahan sosial dari permasalahan ekonomi, kesehatan sampai permasalahan lingkungan. Belum selesai satu permasalahan masyarakat sudah timbul lagi permasalahan lainnya. Yayasan kemanusiaan seperti Dompot Dhuafa Bandung (DDB) sangat diharapkan peranannya meningkat dalam mengurangi bahkan mengatasi permasalahan sosial masyarakat. Untuk meningkatkan kepuasan dan nilai layanan DDB memerlukan penerapan *customer relationship management* yang lebih bagus untuk meningkatkan peranannya agar donatur mendapatkan kepuasan sehingga secara tidak langsung hal ini akan memberikan peningkatan kontribusi DDB pada masyarakat.

Nilai emosional adalah salah satu nilai penting yang perlu ditanamkan pada sebuah produk atau jasa. Nilai emosional saat ini berpengaruh besar terhadap kepuasan konsumen terhadap produk atau jasa yang diberikan oleh produsen. DDB yang memberikan layanan jasa penggalangan dan penyaluran donasi kemanusiaan membutuhkan penambahan nilai layanannya untuk mempengaruhi dan meningkatkan jumlah donasi. Hal ini juga memberikan pengaruh perubahan paradigma masyarakat dalam memberikan donasi sehingga kegiatan penggalangan dana tidak dimanfaatkan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab.

Internet digunakan sebagai media komunikasi data dua arah yang semakin luas penyebarannya. Media ini mampu menjadikan sebuah layanan menjadi lebih interaktif sebagai implementasi dari *Customer Relationship Management* dibandingkan media televisi walaupun penetrasi internet di masyarakat masih terbatas. DDB dapat mengimplementasikan sebuah video server yang terhubung dengan internet untuk memberikan fitur baru video donasi sebagai *Emotional value added service* bagi donatur. Website tersebut juga dibuat agar lebih interaktif sehingga user tidak hanya menyalurkan dana donasinya tetapi dapat memperoleh informasi yang lengkap tentang bagaimana perkembangan dan hasil dari sumbangan yang telah diberikan. Dengan langsung melihat keadaan *needy* dan perkembangannya akan meningkatkan kepercayaan dan kepuasan donatur.

Keyword: video, video server, donasi, kemanusiaan, yayasan penggalang dana, website, internet.