

ABSTRAK

Nama NIM : Ratna Marcecilia / 2013-52-035
Judul : Strategi Komunikasi Yayasan Buddha Tzu Chi Indonesia dalam Mempersuasi Masyarakat sebagai Relawan untuk Melakukan Bakti Sosial
Jumlah Halaman : ix, 96 halaman, 1 bagan, 2 tabel, 11 gambar
Kata Kunci : Studi Kasus, Strategi Komunikasi, Strategi Komunikasi Persuasi
Daftar Pustaka : 27 judul buku, 13 website, 2000 - 2017

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi Yayasan Buddha Tzu Chi Indonesia dalam mempersuasi masyarakat sebagai relawan untuk melakukan bakti sosial, dimana organisasi sosial ini yang bernotabene agama Buddha mampu menarik perhatian publik untuk menyumbangkan cinta kasih mereka dalam bentuk bersedia menjadi relawan dalam bakti sosial. Yayasan Buddha Tzu Chi Indonesia selalu menunjukkan bahwa tidak ada dalam visi mereka untuk menyebarkan agama, namun hanya ingin mengajak semua orang untuk turut mengulurkan tangan untuk membantu orang-orang yang membutuhkan secara universal, tanpa membedakan status sosial, agama, ras, bangsa dan negara.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang digunakan adalah memanfaatkan media massa dan media sosial untuk membangun brand Tzu Chi, karena pada saat ini media-media tersebut memiliki banyak peminat. Ketika seseorang telah tertarik untuk bergabung relawan, maka orang-orang yang telah menjadi relawan pun melakukan komunikasi interpersonal, yang dilakukan dengan cara pendekatan secara interpersonal. Pendekatan interpersonal ini memiliki 5 karakteristik, antara lain keterbukaan, empati, perasaan positif, dukungan dan kesamaan / kesetaraan. Relawan yang telah lama berkecimpung di Tzu Chi Indonesia menggunakan 5 karakteristik ini dalam mempersuasi relawan yang baru saja mendaftarkan diri, untuk terus menjadi relawan tetap di Tzu Chi Indonesia.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif studi kasus. Teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam dan observasi terhadap key informan dan informan yang berkaitan dengan penyusunan strategi komunikasi persuasi, dan *feedback* di lapangan atas strategi yang telah diterapkan. Key informan dalam penelitian ini adalah Sekretariat Yayasan Buddha Tzu Chi Indonesia, sebagai orang yang menyusun strategi komunikasi. Informannya ada 6, yang informasinya dapat menunjang hasil penelitian penulis.