

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sejalan dengan perkembangan jaman dimana masyarakat juga turut serta berkembang yang berdampak juga pada perkembangan organisasi nirlaba. Organisasi nirlaba merupakan organisasi yang berkembang dalam pelayanan sosial yang tidak bertujuan untuk mendapatkan laba dan didirikan oleh masyarakat atau swasta.

Organisasi nirlaba memiliki berbagai bentuk, seperti badan keagamaan, pemeliharaan orang lanjut usia/panti jompo, pemeliharaan anak yatim piatu, pemeliharaan anak atau orang terlantar, pemeliharaan orang atau anak cacat, santunan dan pertolongan kepada korban bencana alam, kecelakaan, serta kegiatan sosial lainnya sepanjang badan sosial itu tidak berorientasi pada laba.

Suatu organisasi nirlaba memperoleh pendapatannya melalui penyumbang yang tidak mengharapkan imbalan, menghasilkan barang/jasa tanpa bertujuan memupuk laba, dan tidak memiliki bagian kepemilikan seperti halnya organisasi bisnis. Untuk menjaga kepercayaan dari para

penyumbang, organisasi nirlaba mengkomunikasikan segala bentuk aktivitas keuangannya melalui laporan yang terbuka kepada para penyumbang yang disalurkan dalam bentuk laporan aktivitas dan laporan arus kas kepada para penyumbang sebagai wujud transparansi penggunaan dana dari para penyumbang selain untuk menjaga kepercayaan dari para penyumbang, kegiatan ini juga bermanfaat untuk menarik masyarakat lain yang belum menyumbang untuk ikut serta menyumbang kepada oraganisasi nirlaba tersebut.

Pada dasarnya, tujuan organisasi nirlaba mengarah pada manfaat ekonomis, sosial, pendidikan atau spiritual dari individu atau golongan yang tidak memiliki kepentingan dalam kepemilikan atau investasi pada organisasi. Salah satu organisasi nirlaba yang sedang berkembang di Indonesia adalah Yayasan Buddha Tzu Chi.

Yayasan Buddha Tzu Chi merupakan organisasi nirlaba asal Taiwan yang didirikan oleh seorang bhiksu wanita yang dipanggil Master Cheng Yeng. Tujuan dari organisasi ini mengarah pada sosial, pendidikan, kesehatan dan spiritual, hal ini terlihat dari 4 misinya yaitu, misi kesehatan, misi pendidikan, misi lingkungan dan misi budaya humanis.

Salah satu perwujudan misi budaya humanis dari Yayasan Buddha Tzu Chi adalah dengan didirikannya perusahaan non komersil yang bergerak dalam bidang pertelevisian yaitu DAAI TV yang berdiri dalam badan usaha bernama PT. Duta Anugerah Indah.

DAAI TV sudah mengudara secara teresterial di dua kota besar Indonesia, yaitu Medan (45 UHF) dan Jakarta (59 UHF) sejak tahun 2006. Secara unik DAAI TV memosisikan diri sebagai “Televisi Cinta Kasih” dengan visinya “Menjernihkan hati manusia” dan misinya “Menjadi stasiun televisi berbudaya humanis terfavorit bagi seluruh keluarga”. Motto dari DAAI TV adalah Kebenaran, Kebajikan dan Keindahan. Benar dalam menyajikan fakta yang telah terjadi di dalam kehidupan, Bijak dalam menyajikan tayangan yang positif dan bermanfaat bagi pemirsa serta Indah dalam mengemas tayangan yang mengedepankan keindahan estetika dan keindahan hidup yang dapat dinikmati oleh pemirsa. Isi dari setiap tayangan DAAI TV syarat dengan pesan moral dan cinta kasih, memberi inspirasi, dan juga kreatif edukatif.

DAAI TV membagi jenis programnya menjadi *Kids, Current Affairs & Magazine, Feature & Documentary, Talk Show & Variety Show, Motivation & Spiritual* dan Drama yang diambil dari kisah nyata. Sebagai stasiun TV keluarga, DAAI TV selalu berusaha menghadirkan program yang membawa manfaat positif bagi masyarakat Indonesia. Mengangkat kisah nyata yang digali dari kisah perjuangan hidup dan jalinan kasih antar manusia untuk memberikan inspirasi serta cerminan keindahan dan kehangatan kehidupan.

Selain program – program yang syarat dengan pesan moral dan cinta kasih, memberi inspirasi, dan juga bersifat edukatif, DAAI TV juga sering mengadakan acara seperti *DAAI Night* yaitu sebuah acara yang menampilkan hiburan bagi para pemirsa. Bakti Sosial (Baksos) kesehatan

bekerja sama dengan TIMA (*Tzu Chi International Medical Association*). DAAI Yoga, yaitu sebuah acara dengan mengajak masyarakat untuk melakukan olahraga yoga bersama –sama di lapangan komplek Tzu Chi Center Pantai Indah Kapuk. Serta Lomba Iklan Layanan Masyarakat tingkat nasional yang biasa mereka sebut dengan *Great Love Award*.

Pendapatan DAAI TV berasal dari dua sumber, yaitu *Friends Of DAAI* (FOD) yang merupakan donasi kolektif dari masyarakat umum yang tergerak hatinya setelah menonton DAAI TV dan ingin ikut serta berpartisipasi membantu DAAI TV dalam menyebarkan kebaikan.

Sumber pemasukan DAAI TV yang kedua adalah dari hasil korporasi DAAI TV dengan para korporatennya. Corporate DAAI TV berasal dari perusahaan-perusahaan profit seperti PT. Indofood Sukses Makmur, Summarecon Agung, PT SMART dll. Para corporate ini terikat kontrak berdurasi 1 tahun yang disebut dengan Ungkapan Tekad Cinta Kasih (UTCK) untuk berdonasi kepada DAAI TV.

Untuk menjaga kepercayaan para donaturnya DAAI TV menerbitkan Tanda Terima Kasih kepada para FOD yang sudah berdonasi dan untuk para *corporate sponsornya* DAAI TV tidak melakukan seperti perusahaan nirlaba lainnya dengan melakukan transparansi laporan keuangan, tetapi DAAI TV tetap konsisten dalam membuat tayangan yang penuh dengan pesan moral dan cinta kasih, memberi inspirasi, serta bersifat edukatif berdasarkan pada motto DAAI TV yaitu Kebenaran, Kebajikan dan Keindahan.

Selain hal tersebut, DAA TV juga memberikan slot iklan layanan masyarakat yang mereka tampilkan atas nama perusahaan *corporate* tersebut dan DAAI TV, dengan durasi serta *spot* tayang yang berbeda-beda berdasarkan pada komitmen donasi *corporate* yang bersangkutan. Selain itu, DAAI TV juga selalu mengundang para *corporatenya* dalam setiap acara *off air* yang mereka selenggarakan seperti acara Keakraban Imlek, Voice Of DAAI dll.

1.2 Fokus Penelitian

DAAI TV tidak sembarangan dalam mengikat kerja sama dengan *corporate sponsor*. Mereka harus memiliki visi, misi dan budaya yang sama dengan DAAI TV serta nilai-nilai kemanusiaan Yayasan Buddha Tzu Chi. Untuk itu tidak semua perusahaan dapat dijadikan *corporate sponsor* oleh DAAI TV. Karena hal itulah DAAI TV kerap kali mendapatkan *corporate sponsor* dari perusahaan yang sebelumnya mengenal Yayasan Buddha Tzu Chi terlebih dahulu. Berdasarkan rekomendasi dari Yayasan Buddha Tzu Chi inilah para *corporate* ini mendukung DAAI TV.

Selain hal tersebut, DAAI TV juga memperoleh *coporate sponsornya* berkat acara-acara yang mereka selenggarakan seperti DAAI Night, *Voice Of DAAI* dll. Dari yang awalnya hanya mendukung acara DAAI TV saja tapi menjadi mendukung tayangan-tayangan DAAI TV dan menjadi *corporate sponsor*.

Saat ini DAAI TV memiliki ratusan FOD tiap bulannya dan sekitar 30 *corporate sponsor* dengan jumlah donasi yang berbeda –beda. Dari 30 *corporate sponsor* tersebut terdapat sekitar 10 *corporate sponsor* yang sudah mendukung DAAI TV selama 5 tahun, adapula yang sudah mendukung DAAI TV sejak pertama kali didirikan.

Berdasarkan uraian tersebut penulis memfokuskan penelitian ini pada bagaimana strategi *public relations* DAAI TV dalam menjaga loyalitas dari para *corporate sponsor*?

Penulis akan menjelaskan secara menyeluruh dalam bab – bab berikutnya mengenai segala hal yang berhubungan dengan judul penelitian ini, dan semoga nantinya penelitian ini dapat berguna bagi semua pihak.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian, penelitian ini bertujuan untuk :
Bagaimana strategi *public relations* DAAI TV menjaga loyalitas para *corporate sponsor* ?

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi rujukan dan masukan untuk pengembangan konsep – konsep teoritis khususnya dalam hal strategi

komunikasi *public relations* kaitannya dengan loyalitas baik pihak eksternal maupun internal perusahaan atau organisasi.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat dan menjadi acuan atau inspirasi bagi para pelaku *public relations* dalam menerapkan strategi komunikasi untuk menjaga loyalitas *corporate sponsor*, vendor bahkan pihak internal perusahaan atau organisasi dan juga khalayak.

Selain itu, penelitian ini juga diharapkan bisa memberikan masukan kepada DAAI TV untuk melengkapi kekurangan dari strategi yang sudah ada, sehingga DAAI TV bisa lebih baik lagi dari sebelumnya.

1.5 Sistematika Penelitian

Sistematika pembahasan dalam penelitian ini terdiri dari lima bab. Secara garis besar, uraian dari sistematika pembahasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini membahas mengenai latar belakang rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini membahas tentang tinjauan pustaka, berupa konsep dan teori yang berhubungan dengan pokok penelitian, operasionalisasi konsep, dan kerangka penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini membahas tentang metode penelitian, desain penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, keabsahan data dan analisa data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Bab ini membahas tentang subjek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini membahas tentang kesimpulan dan saran.