

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang

Dewasa ini, semakin berkembangnya dunia komunikasi. Baik komunikasi verbal maupun non verbal. Komunikasi verbal adalah komunikasi yang disampaikan dengan cara lisan maupun tulisan. Sedangkan komunikasi non verbal adalah komunikasi yang menggunakan gerak isyarat, bahasa tubuh, ekspresi wajah dan kontak mata, penggunaan objek seperti pakaian, potongan rambut, dan sebagainya, simbol-simbol, serta cara berbicara seperti intonasi, penekanan, kualitas suara, gaya emosi, dan gaya berbicara.

Komunikasi dapat dibagi menjadi dua, yaitu komunikasi secara langsung dan tidak langsung. Komunikasi langsung adalah komunikasi yang dilakukan secara tatap muka. Sedangkan komunikasi tidak langsung menggunakan media dalam penyampaiannya. Contohnya menggunakan telepon, ataupun media yang lain.

Dalam menyebarkan informasi mengenai berbagai persoalan kerja, pengenalan produk dan lainnya suatu perusahaan atau organisasi membutuhkan media. Kebutuhan tersebut membuat berbagai macam media bermunculan. Baik media cetak, maupun media elektronik. Media cetak terdiri dari surat kabar, majalah, bulletin, *flyer*, dan lain-lain. Media elektronik terdiri dari radio, televisi,

internet. Media komunikasi dapat digunakan secara personal atau dapat mewakili suatu perusahaan atau lembaga dalam penyampaian informasi.

Semua orang berusaha memperoleh informasi tentang berbagai persoalan hidup, misalnya inovasi, pengetahuan, informasi kejadian. Informasi-informasi yang ada di media sengaja disusun dan dikemas agar mudah digunakan masyarakat. Mengelola informasi seperti di atas, dalam organisasi atau perusahaan dilakukan oleh *Publis Relations*.

Ehipassiko adalah yayasan nirlaba yang bergerak dalam studi yaitu pendidikan, pengajaran, dan penerbitan. Aksi yaitu beasiswa, aksi sosial. Meditasi yang diadakan tiga bulan sekali. Ehipassiko Foundation memiliki visi komitmen seumur hidup untuk dharma, dan memajukan dharma melalui studi-aksi-meditasi adalah misinya.

Ehipassiko memiliki beberapa kemitraan baik dalam negeri maupun luar negeri. Dalam Negeri: semua sanggaha & majelis agama Buddha, Indonesia Tipitaka Centre, Tzu Chi, SIDDHI, BFI, BEC, Karaniya, Serlingpa Dharmakirti, Joky, Janitra, RAIS, Elex Media, Penebar Swadaya, TIKI, Pos, Stokis se-Indonesia, dll. Luar Negeri: Wisdom USA, Laotian NZ, Parallax Press USA, Kong Meng San SIN, Viriya SIN, Leow Liang SIN, Wisdom Sutra SIN, BPS SLK, Mingun Tipitakadhara MYM, Sun Lun MYM, dll.

Produk-produk yang Ehipassiko hasilkan diantaranya, buku pelajaran, moral dan budi pekerti, spiritual, media anak-anak, maupun aksesoris lainnya. Seperti kaos, boneka, gantungan kunci, dan tas. Produk tersebut bisa didapatkan dengan cara beli maupun dana sukarela.

Ehipassiko Foundation menerbitkan Bulletin Ehipassiko yang terbit setiap tiga bulan sekali. Bulletin Ehipassiko berisi kegiatan-kegiatan, foto-foto, *event*, katalog produk, beasiswa, aksi sosial, cara bergabung dan berdana, serta informasi-informasi lainnya yang berkaitan dengan Ehipassiko Foundation.

Menurut Handaka Vijjananda selaku pendiri Ehipassiko Foundation, tujuan bulletin ini dibuat adalah:

- Bulletin digunakan Ehipassiko sebagai alat *Public Relations*, agar publik lebih mengenal Ehipassiko secara lebih dekat.
- Agar publik terinspirasi, dan lebih berkomitmen dalam mendukung visi dan misi Ehipassiko.
- Sebagai media untuk melaporkan semua kegiatan Ehipassiko.
- Sebagai media untuk melaporkan dana dari donatur Ehipassiko kepada publik.

Donatur menjadi faktor utama bagi Ehipassiko. Ehipassiko Foundation mampu bertahan dan berkarya karena donaturnya. Hal ini yang menjadi dasar dan alasan mengapa sebuah bulletin yang menjadi salah satu alat yang penting untuk penyebaran informasinya. Maka dari itu, peneliti ingin mengetahui apakah Bulletin Ehipassiko yang dibagikan selama ini mampu meningkatkan pemahaman dan membangun komitmen donatur terhadap Ehipassiko secara jangka panjang dan berkesinambungan.

I.2. Perumusan Masalah

Sejauh ini bulletin Ehipassiko sudah dibagikan secara gratis kepada:

- a. Pembeli produk Ehipassiko
- b. Donatur
- c. Pelanggan
- d. Pengunjung *event* ceramah dan launching produk

Pembagian berdasarkan kota atau wilayah:

- Aceh
- Sumatera Barat
- Dumai, Riau
- Duri Kepa, Jakbar
- Kebon Jeruk, Jakbar
- Jakarta Pusat
- Jakarta Selatan
- DII

Belum diketahui apakah bulletin efektif dalam dibaca, dipahami, atau mampu mengajak dan atau mendorong donatur untuk mendukung Ehipassiko Foundation. Sehubungan dengan itu, penelitian ini ingin mengetahui efektivitas bulletin pada donatur di kelurahan Duri Kepa, Jakarta Barat.

Dengan demikian, rumusan masalah pokok adalah Sejauh Mana Efektivitas Bulletin Ehipassiko Foundation dalam Meningkatkan Pemahaman dan Membangun Komitmen Donatur di Kelurahan Duri Kepa, Jakarta Barat? Sedangkan judul penelitian Efektivitas Bulletin Ehipassiko dalam Meningkatkan Pemahaman dan Membangun Komitmen Donatur di Kelurahan Duri Kepa, Jakarta Barat.

I.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan:

1. Ingin mengetahui pemahaman donatur Ehipassiko Foundation di kelurahan Duri Kepa, Jakarta Barat terhadap isi bulletin.
2. Ingin mengetahui komitmen donatur Ehipassiko Foundation di kelurahan Duri Kepa, Jakarta Barat dalam membantu visi dan misi yayasan Ehipassiko Foundation.

I.4. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat:

1. Akademisi, menjadi acuan dalam merancang media bulletin yang efektif dalam membangun pemahaman dan komitmen donatur.
2. Praktisi, menjadi referensi bagi *Public Relations* dalam membuat bulletin organisasi yang mudah dipahami dan mendorong komitmen donatur.

I.5. Sistematika Penulisan

Berikut ini keterangan singkat mengenai keseluruhan dari bab yang akan dibahas dalam penelitian, diantaranya:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisi latar belakang penulis untuk membahas analisis mengenai efektifitas tampilan isi pesan dan pengenalan donatur pada Bulletin Yayasan Ehipassiko untuk meningkatkan pemahaman dan membangun komitmen

donatur di kelurahan Duri Kepa, Jakbar. Selain latar belakang, pada bab ini juga dibahas mengenai ruang lingkup perumusan masalah. Tujuan dan manfaat dari penulisan penelitian ini. Dan diakhir bab ini disertai dengan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini dibahas mengenai konsep dan teori yang digunakan sebagai landasan atas penelitian yang relevan dengan objek yang diteliti. Diantaranya yaitu: *Public Relations*, media, bulletin, efektivitas, pemahaman, dan komitmen.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini dibahas mengenai metode, sumber data, sampling, teknik pengumpulan data, validitas, reliabilitas, instrument, serta analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Bab ini berisi penjelasan subjek penelitian meliputi sejarah, struktur organisasi, dan kegiatan komunikasi. Objek penelitian meliputi karakteristik, pemahaman, komitmen donatur. Serta pemahaman yaitu penjelasan mengapa dan bagaimana hasil penelitian yang diperoleh.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini berisi kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang nanti dapat digunakan sebagai masukan di Yayasan Ehipassiko Foundation.