

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
Rumusan Masalah Makro.....	7
Rumusan Masalah Mikro.....	7
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	8
Maksud Penelitian	8
Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Kegunaan Penelitian.....	9
1.4.1 Kegunaan Teoritis	9
1.4.2 Kegunaan Praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	11

2.1	Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	11
2.2	Tinjauan Pustaka.....	13
2.2.1	Tinjauan Tentang Strategi Komunikasi	13
2.2.1.1	Definisi Komunikasi	13
2.2.1.2	Definisi Strategi Komunikasi	21
2.2.2	Tinjauan Tentang Komunikasi Organisasi.....	24
2.2.2.1	Fungsi Komunikasi Organisasi	25
2.2.2.2	Tujuan Komunikasi Organisasi	26
2.2.2.3	Konsep Komunikasi Organisasi	27
2.2.3	Tinjauan Tentang Relawan	29
2.2.4	Tinjauan Tentang Minat Relawan.....	30
2.3	Kerangka Pemikiran	32
BAB III METODE PENELITIAN		37
3.1	Desain Penelitian	37
3.2	Informan Penelitian	42
3.2.1	Informan Kunci	43
3.2.2	Informan Pendukung.....	44
3.3	Teknik Pengumpulan Data	46
3.3.1	Studi Pustaka.....	46
3.3.2	Studi Lapangan.....	48
3.4	Uji Keabsahan Data	50
3.5	Teknik Analisa Data	51
3.6	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	55

3.6.1 Lokasi Penelitian.....	55
3.6.2 Waktu Penelitian.....	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	58
4.1 Analisis Objek Penelitian	58
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian	62
4.1.1.1 Sejarah Yayasan Buddha Tzu Chi Bandung	63
4.1.1.2 Sejarah Relawan Yayasan Tzu Chi di Indonesia.....	65
4.1.1.3 Logo Serta Visi dan Misi Yayasan Buddha Tzu Chi	66
4.1.2 Deskripsi Informan Penelitian.....	69
4.1.1.1 Deskripsi Informan Kunci.....	70
4.1.1.2 Deskripsi Informan Pendukung.....	72
4.1.3 Analisis Hasil Penelitian	76
4.1.3.1 Pengamatan Yayasan Buddha Tzu Chi Bandung dalam menarik minat masyarakat umum di Kota Bandung untuk menjadi Relawan Bakti Sosial.....	77
4.1.3.2 Perumusan Strategi Yayasan Buddha Tzu Chi Bandung dalam menarik minat masyarakat umum di Kota Bandung untuk menjadi Relawan Bakti Sosial	79
4.1.3.3 Implementasi Strategi Yayasan Buddha Tzu Chi Bandung dalam menarik minat masyarakat umum di Kota Bandung untuk menjadi Relawan Bakti Sosial	83

4.1.3.4 Evaluasi (Evaluation) Yayasan Buddha Tzu Chi Bandung dalam menarik minat masyarakat umum di Kota Bandung untuk menjadi Relawan Bakti Sosial.	86
4.2 Pembahasan	88
4.2.1 Pengamatan Yayasan Buddha Tzu Chi Bandung dalam Menarik Minat Masyarakat Umum di Kota Bandung untuk menjadi Relawan Bakti Sosial	89
4.2.2 Perumusan Strategi Yayasan Buddha Tzu Chi Bandung dalam Menarik Minat Masyarakat Umum di Kota Bandung untuk menjadi Relawan Bakti Sosial	91
4.2.3 Implementasi Strategi Yayasan Buddha Tzu Chi Bandung dalam Menarik Minat Masyarakat Umum di Kota Bandung untuk menjadi Relawan Bakti Sosial	94
4.2.4 Evaluasi Yayasan Buddha Tzu Chi Bandung dalam Menarik Minat Masyarakat Umum di Kota Bandung untuk menjadi Relawan Bakti Sosial	99
4.2.5 Strategi Komunikasi Yayasan Buddha Tzu Chi Bandung dalam Menarik Minat Masyarakat Kota Bandung untuk Menjadi Relawan Bakti Sosial	102
BAB V PENUTUP.....	107
5.1 Kesimpulan.....	107
5.2 Saran	110
DAFTAR PUSTAKA	112

LAMPIRAN.....	114
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	191