

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Strategi komunikasi merupakan sebuah strategi yang didalamnya terdapat perencanaan. Dalam perkembangannya sejumlah pakar komunikasi melakukan diskusi bahwa strategi komunikasi erat sekali dengan organisasi komunikasi. Namun strategi komunikasi lebih kepada bentuk dari sejumlah langkah strategis yang diambil oleh sebuah organisasi sehingga semua aktivitas komunikasinya mampu mencapai sasaran secara efektif. Sifat dari strategi komunikasi pada dasarnya melekat pada semua pelaku komunikasi, tetapi pada awalnya didahului oleh para pimpinan dari sebuah organisasi tersebut.

Strategi komunikasi menjadi sangat penting karena keberhasilan atau kegagalan kegiatan secara efektif sangat ditentukan oleh kebaikan strategi yang telah direncanakan, suatu strategi pada dasarnya yaitu suatu rencana manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Dan untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tersebut tidak berfungsi sebagai road map yang hanya menunjukkan arah jalan tetapi juga menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Menurut Effendy (2021:15), terdapat komponen dalam strategi komunikasi untuk menciptakan komunikasi mengikuti tujuan yang diharapkan. Komponen-komponen ini antara lain adalah mengenali tujuan atau sasaran komunikasi, memilih media komunikasi, menilai tujuan pesan komunikasi, dan peran komunikator dalam komunikasi.

Strategi komunikasi dari yayasan buddha tzu chi sendiri hampir sama seperti konsep strategi komunikasi pada umumnya, yang membedakannya yaitu terletak pada cara mereka mensosialisasikannya dengan bekerja sama dengan berbagai perusahaan atau instansi pemerintah mengenai kegiatan yang akan dilangsungkan. Pencapaian yang telah diraih oleh Tzu Chi adalah hasil dari strategi komunikasi yang dijalankan. Berdasarkan pengamatan peneliti, salah satu strategi komunikasi yang dilakukan Yayasan Buddha Tzu Chi dalam menarik minat relawan yaitu dengan membagikan kisah-kisah inspiratif. Kisah ini dipublikasikan di media sosial maupun website Yayasan Buddha Tzu Chi Indonesia. Pemilihan diksi juga sangat diperhatikan oleh Tzu Chi untuk mengunggah simpati calon relawannya.

Konsep dari strategi komunikasi yang digunakan pada penelitian ini yaitu diambil dari teori yang dikemukakan oleh Hunger J.D and Wheelen mengenai konsep dasar manajemen strategi, antara lain pengamatan lingkungan, perumusan strategi, Implementasi strategi, dan evaluasi. (Wheelen dan Hunger:2004).

Komunikasi juga adalah suatu proses pertukaran informasi antara komunikator dengan komunikannya, dimulai dari seorang komunikator yang memiliki pandangan baru, kemudian merubah menjadi pesan serta mengirimkannya pada komunikan. Komunikan mendapatkan pesan tersebut serta mencoba menafsirkannya, setelah memahami pesan yang disampaikan tersebut, komunikan dapat memutuskan untuk mengirim pesan lainnya atau hanya menyimpan pesan.

Menurut Onong Uchjana Effendy dalam bukunya yang berjudul Dimensi – dimensi Komunikasi menyatakan bahwa:

“...Strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen (*communication management*) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu – waktu tergantung dari situasi dan kondisi”. (Effendy dalam Edi Suryadi, 2021:5).

Berdasarkan uraian dari definisi diatas komunikasi merupakan proses perencanaan komunikasi yang berkaitan dengan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Komunikasi juga harus menunjukkan taktis dalam operasional yang dilakukan. Pendekatan bisa berbeda – beda tergantung daripada situasi serta kondisinya.

Redding dan Sanborn mengemukakan pendapatnya tentang komunikasi organisasi, yaitu proses pengiriman dan penerimaan informasi dalam organisasi yang kompleks. Yang termasuk kedalam bidang ini adalah komunikasi internal, hubungan manusia, hubungan persatuan pengelola, komunikasi downward, komunikasi upward, dan komunikasi horizontal. (Arni Muhammad, 2015:65)

Dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui bagaimana strategi komunikasi organisasi yang diterapkan di Yayasan Buddha Tzu Chi Bandung dalam menarik minat masyarakat Kota Bandung untuk menjadi relawan. Relawan dalam hal ini adalah relawan kemanusiaan yang nantinya akan membantu dalam kegiatan amal seperti bakti sosial, bedah rumah, dan kegiatan kemanusiaan lainnya. Relawan dalam Yayasan ini mempunyai peran yang sangat penting untuk menunjang keberhasilan kegiatan bakti sosial.

Yayasan Buddha Tzu Chi Indonesia sendiri sudah berdiri selama 30 tahun, memiliki banyak misi yang dijalankan dan selalu aktif dalam setiap bantuan kemanusiaan. Namun masih sedikit penelitian yang membahas Yayasan Buddha Tzu Chi Indonesia. Oleh karena itu penulis tertarik untuk mengetahui lebih dalam bagaimana strategi komunikasi yang dijalankan oleh Yayasan Buddha Tzu Chi Indonesia cabang perwakilan Kota Bandung.

Yayasan Buddha Tzu Chi merupakan organisasi sosial atau lembaga sosial yang didirikan oleh Master Cheng Yen yaitu seorang biksuni yang berasal dari Taiwan. Yayasan Buddha Tzu Chi juga telah menyebar di beberapa kota besar di Indonesia, salah satunya yaitu di Kota Bandung yang berlokasi di Jalan Jenderal Sudirman.

Sebagai lembaga sosial kemanusiaan nonprofit, Yayasan Buddha Tzu Chi berorientasi pada persatuan antar suku, agama, ras dan negara yang mendasarkan aktivitasnya pada prinsip cinta kasih universal. Kegiatan yang dilakukan Yayasan Buddha Tzu Chi sendiri terfokus pada 4 misi utama yaitu Misi Amal Sosial, Misi Kesehatan, Misi Pendidikan dan Misi Budaya Humanis.

Konsep dari minat itu sendiri dapat disebabkan oleh dorongan seseorang untuk dapat melakukan sesuatu, contohnya seperti minat menjadi relawan bakti sosial dan juga kegiatan kemanusiaan lainnya. Minat itu sendiri muncul karena ingin menyebarkan pengetahuan serta ingin memberikan sumbangsuhnya pada masyarakat luas tanpa memandang agama, suku dan juga ras, khususnya masyarakat yang kurang mampu dalam memenuhi kebutuhan pokok keluarganya, dan juga terkait dengan perlindungan kesehatan masyarakat. (Mahmud,2008)

Relawan bakti sosial memiliki peran yang sangat penting dalam kegiatan dan proses berlangsungnya kegiatan yang dilakukan oleh Yayasan Buddha Tzu Chi. Di Yayasan Tzu Chi sendiri terdapat relawan yang memakai seragam abu putih, dan seragam biru putih, serta relawan *Tzu Ching* (mahasiswa) yang memakai seragam biru muda dan putih. Relawan putih biru juga disarankan agar dapat menggalang dana untuk kepentingan Tzu Chi dalam menebarkan cinta kasih dan membantu sesama manusia. Tidak jarang masyarakat umum juga turut dilibatkan dalam relawan, karena itu peran dari masyarakat umum juga penting untuk mendukung keberlangsungan program yang dilaksanakan Yayasan Tzu Chi, serta untuk kebaruan para relawannya.

Jumlah keseluruhan relawan Yayasan Tzu Ci yang ada saat ini dapat dikatakan cukup banyak, namun terdapat beberapa kendala dari relawan yaitu terkadang waktu pelaksanaan kegiatan tidak sesuai dengan waktu senggang yang dimiliki relawan, karena setiap relawan memiliki waktu senggang yang berbeda. Ada pula dari mereka yang hanya mengikuti teman saja, dan ada pula relawan pasif atau relawan yang jarang mengikuti kegiatan yang diadakan oleh Yayasan Tzu Chi Bandung. Jumlah relawan yang dibutuhkan dalam setiap kegiatan yang dilaksanakan bervariasi, bergantung dari jenis bakti sosialnya. Bakti sosial yang paling banyak membutuhkan relawan yaitu bakti sosial degeneratif. Bakti sosial ini berisi penyuluhan kesehatan dan pengobatan gratis untuk masyarakat umum.

Untuk menjadi relawan di Yayasan Tzu Chi harus melewati beberapa tahapan, yang pertama bagi masyarakat yang tertarik menjadi relawan bisa mendaftar langsung di website resmi tzu chi, bisa juga langsung datang ke kantor

Yayasan Buddha Tzu Chi di Jalan Jenderal Sudirman no 628 Kota Bandung. Kemudian mengisi formulir dan langsung masuk dalam grup Whatsapp relawan. Lalu calon relawan tersebut diharuskan mengikuti tiga tahapan untuk menjadi relawan, yakni mengikuti *training* atau pelatihan, sosialisasi, kemudian yang terakhir yaitu pelantikan. Hal ini bertujuan agar para relawan tersebut memiliki komitmen yang besar untuk menjadi relawan di Yayasan Tzu Chi. Setelah dilantik mereka sudah resmi menjadi relawan di Yayasan Tzu Chi.

Dalam menjalankan misi dari organisasi tentunya membutuhkan dukungan dari masyarakat, terutama pihak relawan yang memiliki rasa kemanusiaan tinggi untuk berpartisipasi dalam kegiatan yang dilakukan. Namun tidak banyak dari masyarakat yang memiliki rasa kemanusiaan yang tinggi dan dapat bekerja secara sukarela untuk menjadi relawan. Relawan sangat dibutuhkan dalam kegiatan yang dilaksanakan oleh yayasan buddha tzu chi, karena jika tidak ada relawan semua kegiatan akan tidak akan terselesaikan dengan baik, dan akan memakan banyak waktu dalam pelaksanaannya.

Berdasarkan penjelasan yang telah peneliti sampaikan diatas, penelitian ini berupaya untuk mendeskripsikan hasil dari **Strategi Komunikasi Yayasan Buddha Tzu Chi Bandung Dalam Menarik Minat masyarakat Umum Kota Bandung Untuk Menjadi Relawan Bakti Sosial.**

## 1.2 Rumusan Masalah

### Rumusan Masalah Makro

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan pada latar belakang diatas, maka peneliti merumuskan masalah makro yaitu sebagai berikut: “**Bagaimana Strategi Komunikasi Yayasan Buddha Tzu Chi Bandung Dalam Menarik Minat masyarakat Umum Di Kota Bandung Untuk Menjadi Relawan Bakti Sosial?**”.

### Rumusan Masalah Mikro

Agar memudahkan pembahasan dalam hasil penelitian, maka inti dari masalah tersebut peneliti uraikan dalam beberapa sub masalah, diantara:

1. Bagaimana **Pengamatan** yang dilakukan Yayasan Buddha Tzu Chi Bandung dalam menarik minat masyarakat umum di Kota Bandung untuk menjadi Relawan Bakti Sosial?
2. Bagaimana **Perumusan Strategi** Yayasan Buddha Tzu Chi Bandung dalam menarik minat masyarakat umum di Kota Bandung untuk menjadi Relawan Bakti Sosial?
3. Bagaimana **Implementasi Strategi** yang dilakukan Yayasan Buddha Tzu Chi Bandung dalam menarik minat masyarakat umum di Kota Bandung untuk menjadi Relawan Bakti Sosial?
4. Bagaimana **Evaluasi Strategi** yang dilakukan Yayasan Buddha Tzu Chi Bandung dalam menarik minat masyarakat umum di Kota Bandung untuk menjadi Relawan Bakti Sosial?

### 1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan peneliti dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut.

#### Maksud Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah mikro yang telah dirumuskan oleh peneliti maka akan menghasilkan analisis mengenai sebuah Strategi Komunikasi Yayasan Buddha Tzu Chi Bandung Dalam Menarik Minat masyarakat Umum Kota Bandung Untuk Menjadi Relawan Kemanusiaan, melalui metode yaitu metode kualitatif studi deskriptif.

#### Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui **Pengamatan** yang dilakukan Yayasan Buddha Tzu Chi Bandung dalam menarik minat masyarakat umum di Kota Bandung untuk menjadi Relawan Bakti Sosial.
2. Untuk mengetahui **Perumusan Strategi** yang dilakukan Yayasan Buddha Tzu Chi Bandung dalam menarik minat masyarakat umum di Kota Bandung untuk menjadi Relawan Bakti Sosial.
3. Untuk mengetahui **Implementasi Strategi** yang dilakukan Yayasan Buddha Tzu Chi Bandung dalam menarik minat masyarakat umum di Kota Bandung untuk menjadi Relawan Bakti Sosial.
4. Untuk mengetahui **Evaluasi Strategi** yang dilakukan Yayasan Buddha Tzu Chi Bandung dalam menarik minat masyarakat umum di Kota Bandung untuk menjadi Relawan Bakti Sosial.

## **1.4 Kegunaan Penelitian**

Peneliti berharap penelitian ini akan bermanfaat baik secara teoritis maupun praktis.

### **1.4.1 Kegunaan Teoritis**

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat bagi perkembangan Ilmu Komunikasi terutama dalam konteks strategi komunikasi, komunikasi organisasi.

### **1.4.2 Kegunaan Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi perkembangan mahasiswa/i lainnya dan juga bagi masyarakat umum yang menjadikan hasil penelitian ini sebagai salah satu referensi mengenai Strategi Komunikasi.

#### **1. Kegunaan untuk Peneliti**

Kegunaan penelitian ini adalah sebagai Implementasi dari ilmu yang selama ini diterima selama masa perkuliahan oleh peneliti baik teori maupun praktiknya, dan peneliti berharap bisa melatih kemampuan dalam menelaah dan memecahkan masalah melalui penelitian yang dilakukan, serta dapat menambah ilmu dan pengetahuan bagi peneliti terutama mengenai strategi komunikasi Yayasan Buddha Tzu Chi Bandung.

#### **2. Kegunaan untuk Akademik**

Kegunaan penelitian ini adalah diharapkan dapat berguna dan memberikan wawasan baru bagi mahasiswa UNIKOM secara umum, dan Program Studi Ilmu Komunikasi khususnya mengenai strategi komunikasi.

#### **3. Kegunaan untuk Masyarakat**

Hasil penelitian ini yaitu diharapkan mampu memberikan pemahaman bagi masyarakat mengenai Bagaimana strategi Komunikasi yang dilakukan oleh Yayasan Buddha Tzu Chi Bandung dalam mengajak masyarakatnya untuk turut serta menjadi relawan, serta mendorong dan membangkitkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya membantu sesama yang membutuhkan.

#### 4. Kegunaan untuk Relawan Yayasan Buddha Tzu Chi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan sebagai saran dan juga bahan evaluasi bagi Yayasan Buddha Tzu chi Bandung dalam mengajak masyarakat di Kota Bandung menjadi relawan kemanusiaan, dan terus menebar kebaikan kepada sesama. Sehingga Yayasan Buddha Tzu Chi terus berkembang dari generasi ke generasi.