

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

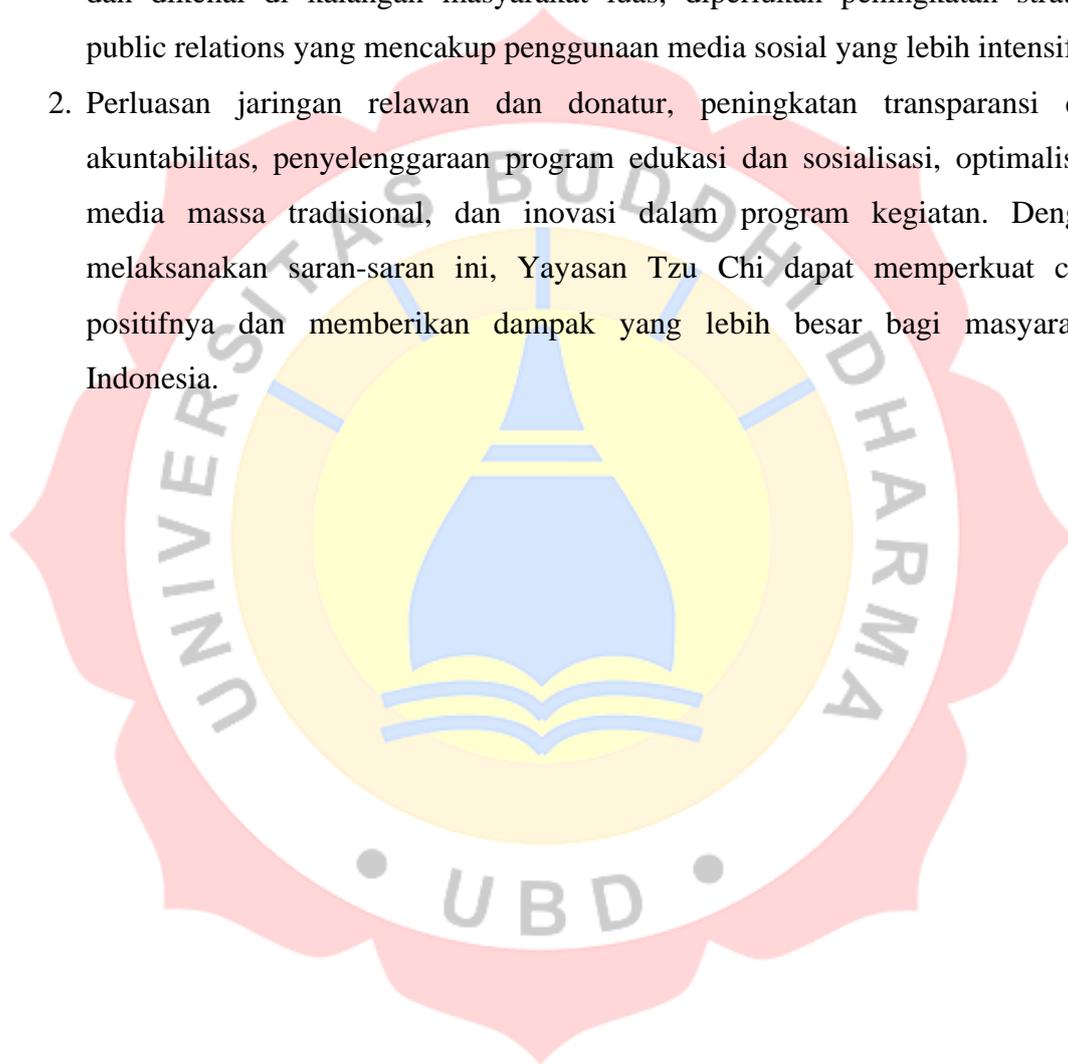
Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan maka penulisan memberikan kesimpulan sebagai berikut :

1. Yayasan Buddha Tzu Chi Indonesia berhasil membangun citra positif melalui strategi public relations yang berfokus pada transparansi, kegiatan kemanusiaan, dan keterlibatan masyarakat. Dengan memanfaatkan media massa, melaksanakan kegiatan sosial, kampanye lingkungan, dan bekerja sama dengan figur publik serta relawan, Tzu Chi mampu menarik perhatian dan dukungan luas dari masyarakat. Selain itu, komitmen mereka terhadap transparansi dan akuntabilitas memperkuat kepercayaan publik terhadap yayasan ini. Secara keseluruhan, strategi PR yang diterapkan oleh Yayasan Tzu Chi tidak hanya berhasil meningkatkan citra mereka, tetapi juga memberikan dampak positif yang nyata bagi masyarakat Indonesia.
2. Public relations Yayasan Buddha Tzu Chi Indonesia berhasil membangun citra positif melalui serangkaian strategi yang terfokus pada komunikasi efektif, kegiatan sosial, program lingkungan, kerjasama dengan tokoh dan komunitas, transparansi, dan edukasi. Dengan mengedepankan tindakan nyata dalam membantu masyarakat, menjaga lingkungan, dan berkomunikasi secara terbuka, Tzu Chi mampu memperoleh kepercayaan dan dukungan luas dari masyarakat Indonesia. Keseluruhan pendekatan ini tidak hanya membantu membangun citra yang baik, tetapi juga memperkuat misi yayasan dalam membawa perubahan positif di masyarakat.
3. Public Relations Yayasan Buddha Tzu Chi Indonesia harus membangun citra yayasan karena citra positif memainkan peran krusial dalam meningkatkan kesadaran publik, mendapatkan dukungan dan kepercayaan, membangun kredibilitas dan reputasi, meningkatkan efektivitas program, memperluas jaringan dan kerjasama, serta mengatasi tantangan dan krisis. Dengan citra yang baik, yayasan dapat lebih efektif dalam mencapai misi kemanusiaannya, menarik lebih banyak sumber daya, dan memberikan dampak positif yang lebih besar bagi masyarakat Indonesia.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan Kesimpulan yang dilakukan pada strategi *public relations* Tzu Chi dalam membangun citra Yayasan Buddha Tzu chi Indonesia, peneliti ingin memberikan saran yaitu:

1. Untuk membantu Yayasan Buddha Tzu Chi Indonesia semakin berkembang dan dikenal di kalangan masyarakat luas, diperlukan peningkatan strategi *public relations* yang mencakup penggunaan media sosial yang lebih intensif.
2. Perluasan jaringan relawan dan donatur, peningkatan transparansi dan akuntabilitas, penyelenggaraan program edukasi dan sosialisasi, optimalisasi media massa tradisional, dan inovasi dalam program kegiatan. Dengan melaksanakan saran-saran ini, Yayasan Tzu Chi dapat memperkuat citra positifnya dan memberikan dampak yang lebih besar bagi masyarakat Indonesia.



DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Anggoro Linggar. (2008). *Teori dan Profesi Kehumasan Serta Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Antonio Syafi'i. (2001). *Bank Syariah dari Teori ke Praktek*, Cet. 1. Jakarta: Gemalnsani.
- Bungin. (2007). *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Echols John. (2007). *Kamus Inggris Indonesia*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Jefkins Frank. (2003). *Public Relations*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler Philip. (1997). *Marketing Management*. Jakarta: Pren Hallindo.
- Krisyantono Rahmat. (2008). *Riset Komikasi*. Jakarta: Kencana Media Group.
- Pace Wayne. (2006). *Komunikasi Organisasi*. Bandung: Rosda Karya.
- Rachmadi. (1996). *Public Relations Dalam Teori dan Praktek*. Jakarta: Gramedia.
- Soedrajat Setyo. (1994). *Manajemen Pemasaran Jasa Bank*. Jakarta: Ikral Mandiri Abadi.
- Soemirat. (2017). *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: Rosdakarya.
- Soleh Soemirat. (2000). *Komunikasi Organisasional*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Tjiptono Fandi. (2000). *Strategi Pemasaran*, Cet. Ke-II. Yogyakarta: Andi.

JURNAL

- Ismaulidina. (2020). Strategi Komunikasi Public Relation Dalam Membangun Citra dan Kepercayaan Calon Jemaah Haji dan Umroh. *Jurnal Ilmu Pemerintahan, Administrasi Publik, dan Ilmu Komunikasi*, 2(1), 12-17.
- Kasedah Monita Yerni. (2013). Peranan Humas Dalam Membangun Citra Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Jaya Pura. *Jurnal Acta Diurna*. (3).
- Musywarofah Mifrohatul. (2012). Peran Humas Dalam Pengembangan Pendidikan Tinggi. *Jurnal Idarah* (1).
- Rachmaningsih. (2022). Strategi Komunikasi Amphuri dalam Membangun Citra Perusahaan pada Anggota. *Jurnal Syntax Transformation*, 3(1), 129-140.
- Rini Setiyo, Rini Kurnia. (2017). Peran Humas dalam Meningkatkan Citra. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik* (1).

Sari Awalia, Irianti & Ainun Hartin,. (2018). Komunikasi dan media sosial. *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69.

Yunitasari. (2021). Strategi Komunikasi KPPIP Dalam Membangun Citra Positif. *Jurnal Dinamika Ilmu Komunikasi*, 7(1), 1-8.

SKRIPSI

Amalia. (2020). *Strategi Komunikasi Humas Pemerintah Kota Surabaya Dalam Upaya Mewujudkan Kota Layak Huni*. Thesis, Universitas Airlangga.

Devitasari. (2021). *Strategi Komunikasi Humas untuk Membangun Citra Perguruan Tinggi (Studi Kasus di Universitas Wijayakusuma Purwokerto)*. Masters thesis, Universitas Jenderal Soedirman.

Kanti. (2021). *Strategi Komunikasi PT. Bank Central Asia Dalam Membangun Citra Perusahaan Melalui Program Digital Banking*. S2 thesis, Universitas Mercu Buana Jakarta.

Lubis. (2021). *Strategi Komunikasi Public Relations Officer Dalam Meningkatkan Minat Menabung BRI SimPel di Unit Pulau Rakyat*. Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

Pradini. (2023). *Strategi Komunikasi Publi Relations Dalam Memulihkan Citra Perusahaan Pasca Krisis Dampak Lingkungan di PT Bukit Asam Tbk Unit Dermaga Kertapati Palembang*. Doctoral dissertation, Universitas Sriwijaya.

Utama. (2018). *Strategi Komunikasi Humas Dalam Meningkatkan Citra Pemerintah Kota Palembang*. Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.

WEBSITE

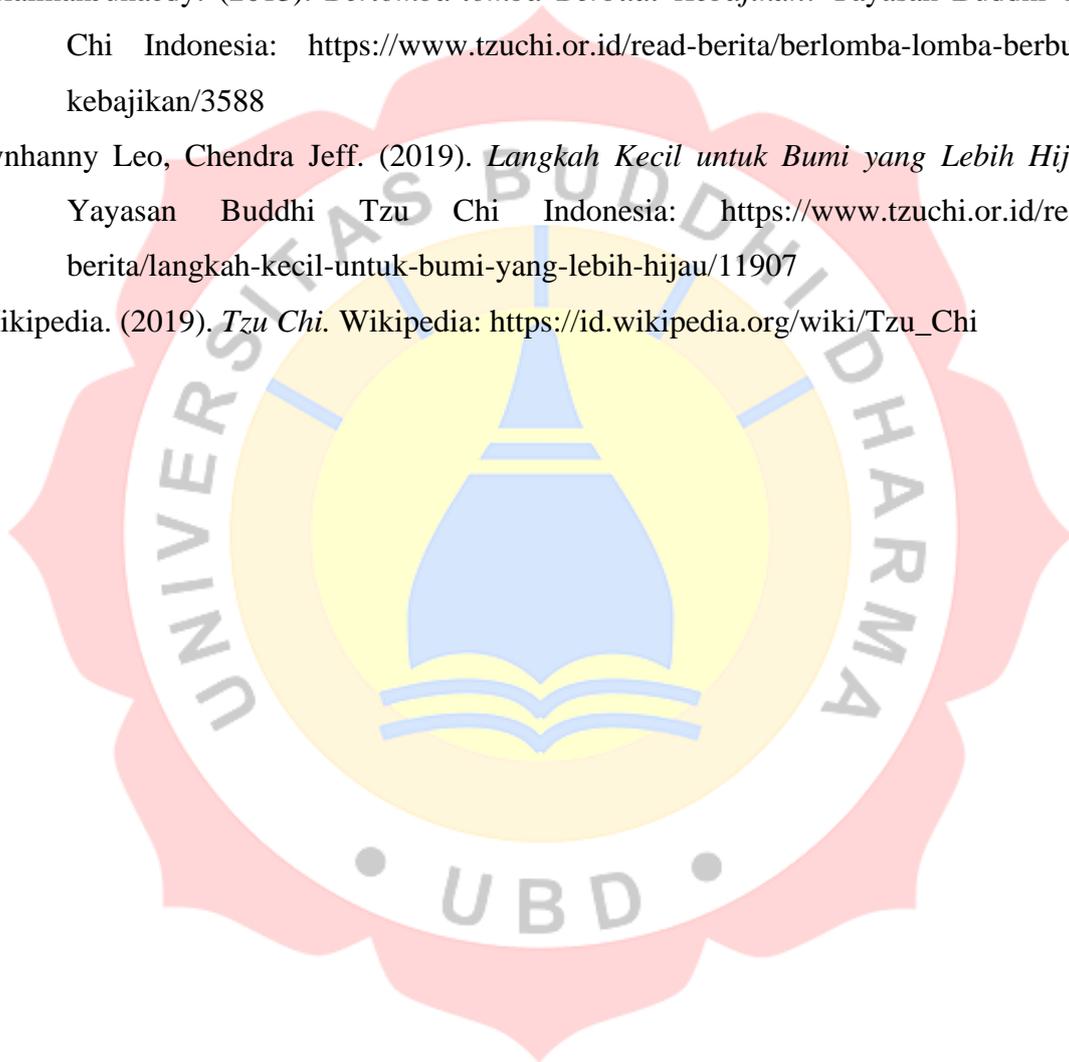
Admin. (2024). *Profil Tzu Chi*. <https://www.tzuchi.or.id/>

Admin. (2024). *Tentang Kami*. <https://www.tzuchi.or.id/tentang-kami/faq/4>

Andias Ryan. (2023). *Kunjungan Kasih ke Panti Asuhan*. Yayasan Buddhi Tzu Chi Indonesia: <https://www.tzuchi.or.id/read-berita/kunjungan-kasih-ke-panti-asuhan/11076>

Hui Jia. (2022). *Celengan Bambu: Memupuk Berkah dan Meneruskan Cinta Kasih*. Yayasan Buddhi Tzu Chi Indonesia: <https://www.tzuchi.or.id/read-berita/celengan-bambu-memupuk-berkah-dan-meneruskan-cinta-kasih/10197>

- Khotimah Khusnul. (2023). *Tanam Mangrove, Aksi Nyata Atasi Perubahan Iklim*. Yayasan Buddhi Tzu Chi Indonesia: <https://www.tzuchi.or.id/inspirasi/kisah-humanis/tanam-mangrove-aksi-nyata-atasi-perubahan-iklim/143>
- Nuraina. (2016). *Mengingat Semangat Awal di Tzu Chi*. Yayasan Buddhi Tzu Chi Indonesia: <https://www.tzuchi.or.id/read-berita/mengingat-semangat-awal-di-tzu-chi/6252>.
- SulaimanJunaedy. (2013). *Berlomba-lomba Berbuat Kebajikan*. Yayasan Buddhi Tzu Chi Indonesia: <https://www.tzuchi.or.id/read-berita/berlomba-lomba-berbuat-kebajikan/3588>
- Synhanny Leo, Chendra Jeff. (2019). *Langkah Kecil untuk Bumi yang Lebih Hijau*. Yayasan Buddhi Tzu Chi Indonesia: <https://www.tzuchi.or.id/read-berita/langkah-kecil-untuk-bumi-yang-lebih-hijau/11907>
- Wikipedia. (2019). *Tzu Chi*. Wikipedia: https://id.wikipedia.org/wiki/Tzu_Chi



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



A. Data Pribadi

Nama : Irfan
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Jenis Kelamin : Laki-laki
Tempat, Tanggal Lahir : Tangerang, 30 Maret 2000
Agama : Buddha
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Jl.Belimbing. RT.RW, 002/001. Kab.Tangerang, Banten
Nomor Telepon : 0895380520003
Email : irfangouw300300@gmail.com
IPK : 3.63

B. Pendidikan Formal

2007 – 2013 SDN Cengklong 1, Tangerang
2014 – 2016 SMP PGRI Rawarengas, Tangerang
2017 – 2019 SMK Bina Mandiri Teluknaga, Tangerang

LAMPIRAN

DRAF WAWANCARA



Nama: Andhyka Heksa Putra

Jabatan: Partnership Development

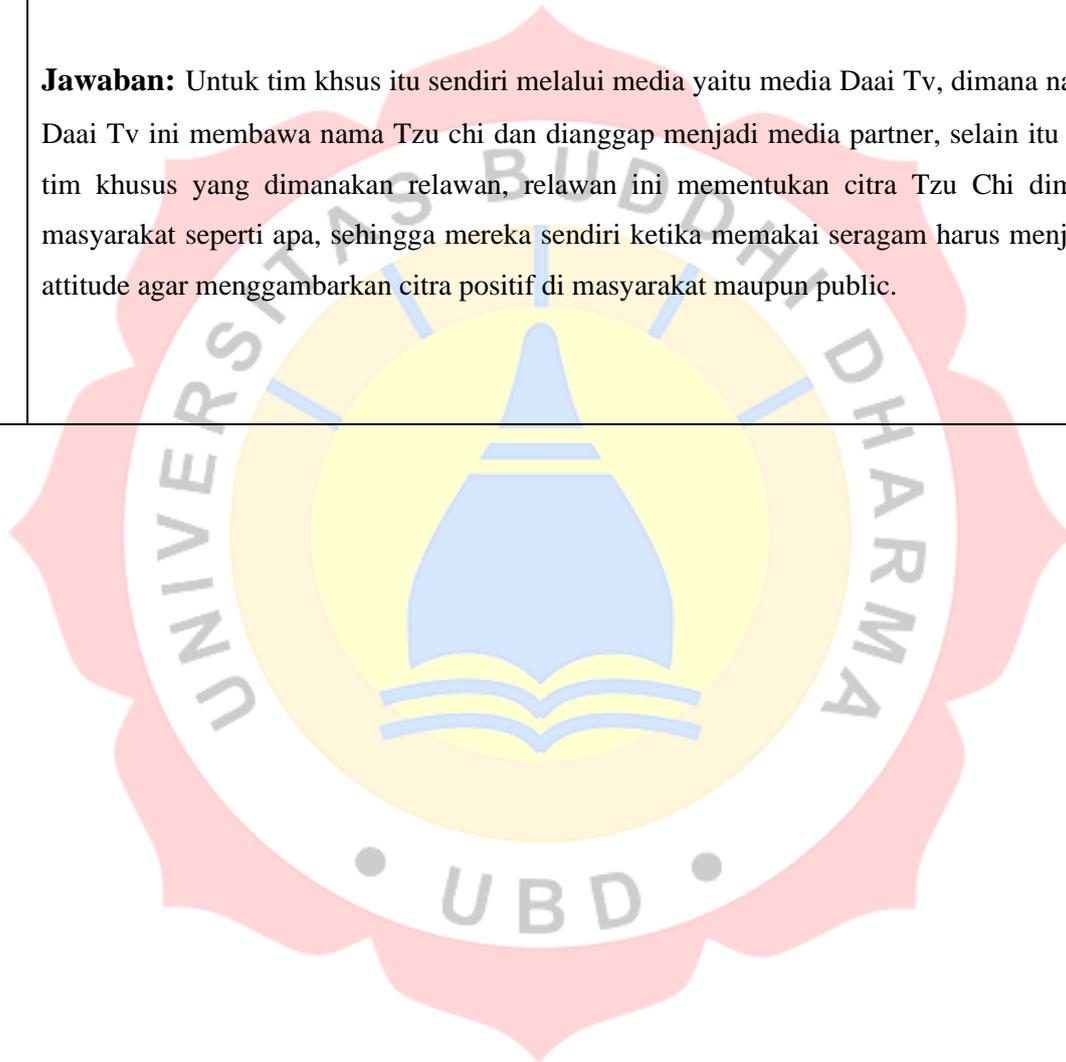
No	Pertanyaan
1	<p>Apa yang dilakukan untuk membangun citra Yayasan Buddha Tzu Chi?</p> <p>Jawaban: Untuk membangun citra dari awal dibangun Yayasan buddha tzu chi dibentuk karena adanya ketulusan hati dari para pendiri yang dimana memiliki niat hati dan berkontribusi di Indonesia peran strategi ini tidak ada, namun seiring berjalannya waktu namun banyaknya project yang dilakukan, tentunya, paling pertama adalah dokumentasi dan terbentuklah liputan-liputan itu dan dimulai dari situ lalu lanjut ke media Daai Tv, awalnya media ini sebenarnya hanya sebatas peliputan sejarah namun berkembangnya jaman dan Yayasan menjadi berkembang, tentunya peran-peranan citra sendiri menjadi konsen dari Yayasan buddha Tzu Chi, sehingga citra Yayasan terbentuk karena hal-hal yang diawali dengan liputan media Daai Tv sehingga public bisa melihat Yayasan tzu chi seperti apa, melakukan kegiatan apa, dengan begitu terbangun citra di Masyarakat maupun</p>

	<p>public, Lalu komunikasi yang menjembati dengan berbagi berbagai pihak dan berkerja sama dari pemerintah, swasta, organisasi, sehingga anggapan bahwa Yayasan buddha tzu chi ini sebagai organisasi yang terbuka, sehingga tidak terlihat berdiri sendiri dan terkesan exclusive tetapi sebenarnya Yayasan buddha tzu chi berkerja sama dengan berbagai pihak, terjalannya kerja sama ini meranjak ke universitas, organisasi amal kemanusiaan dan berbagai pihak.</p>
2	<p>Strategi apa yang dilakukan untuk membangun citra?</p> <p>Jawaban: Sebenarnya dalam strategi khusus itu sendiri bahwa Yayasan buddha tzu chi tidak memiliki strategi, tetapi dengan adanya kebutuhan atau melihat suatu peluang yang cukup baik untuk Yayasan semakin berkembang maka terbangunnya strategi untuk membangun citra, contohnya melihat peluang untuk berbuat baik dan membantu untuk masyarakat mau organisasi, dengan terjadinya hal seperti maka memberikan citra positif.</p>
3	<p>Seberapa besar peran Public Relations dalam membangun citra?</p> <p>Jawaban: Untuk di Yayasan buddha tzu chi ini <i>public relations</i> disebut sebagai external relations, External dikenal dan diketahui pada tahun 2000 an, dan divisi <i>public relations</i> awalnya tidak ada, tetapi dikarenakan adanya kebutuhan yang banyak dilakukan untuk berkomunikasi dengan banyak orang, semakin banyak komunikasi dengan berbagi pihak external dan akhirnya dibentuklah <i>external relations</i>. <i>External relations</i> terbagi menjadi 2 bagian yaitu <i>partnership development</i> dan <i>social project</i> yang menjadi 2 fungsi utama dari external relations di Yayasan, untuk <i>partnership development</i> khusus untuk melakukan kerja sama dengan berbagi macam pihak dan juga dengan organisasi-organisasi, instansi pendidikan, perusahaan, <i>partnership</i> bertugas untuk membina hubungan baik dengan berbagai pihak, sedangkan <i>social project</i> ini lebih ke implementasinya, jadi dari <i>partnership</i> sudah melakukan kerja sama lalu <i>social project</i> yang akan melakukan implementasi, yang dimana nanti implementasi terdapat peranan praktik <i>public relations</i>, <i>public relations</i> disini sekmentasinya lebih sedikit berbeda bahwa <i>social project</i> ini akan meminat citra dan membina jalinan lebih kepada yang melakukan dilapangan, misalkan ada project berbenah kampung di Jakarta, mungkin akan dibentuk mitranya oleh siapa atau perusahaan perusahaan sponsor, yang nantinya <i>partnership</i> akan melakukan dan maju terlebih dahulu lalu implemennya adalah <i>social project</i> akan komunikasi untuk penentuan wilayah, berkomunikasi dengan pihak-pihak yang ada dipemerintahan, lalu termasuk komunikasi dengan warga yang menjadi target sasaran,</p>

	<p>jadi <i>social project</i> melakukan komunikasinya seperti itu. <i>Social project</i> sebagai implental tetapi terkadang komunikasi lebih banyak pemerintahan karena mengimplementasikan pasti harus membutuhkan peranan dari pemerintah, seperti berbendah kampung, komunikasi denga RT/RW, kecamatan, kelurahan sampai ke pihak pemerintah provinsi, tni, polri, <i>social project</i> yang melakukan komunikasi, tentuannya peranan extranal relations dimana bersama-sama berjalan untuk membangun citra Yayasan, menjadikan Yayasan sesuai apa yang diharapkan dari visi dan misi sendiri.</p>
4	<p>Kegiatan apa yang dilakukan untuk membangun citra?</p> <p>Jawaban: Yayasan Buddha Tzu Chi Indonesia yang telah menjadi anggota dari Perhimpunan Filantropi Indonesia sejak tahun 2017, celengan bambu</p>
5	<p>Bagaimana kegiatan berlangsung?</p> <p>Jawaban: Untuk kegiatan-kegiatannya misalnya untuk partnership sendiri untuk sekarang tzu chi Yayasan Buddha Tzu Chi Indonesia yang telah menjadi anggota dari Perhimpunan Filantropi Indonesia sejak tahun 2017 dipercaya untuk menjadi tuan rumah Rapat Umum Anggota (RUA) Perhimpunan Filantropi Indonesia. Sekretaris Umum Tzu Chi Indonesia, Hong Tjhin mewakili Tzu Chi Indonesia menerima penghargaan dari Perhimpunan Filantropi Indonesia yang diserahkan oleh Ketua Badan Pengurus Perhimpunan Filantropi Indonesia Oleh karena dianggap bahwa tzu chi sebagai anggotanya, lalu tzu chi juga berperan serta dalam filantropi Indonesia dan juga sebagai dewan atau penasihat, dimana terikut sertaan tzu chi dalam hal ini untuk mendapatkan branding dan citra. Lalu juga seperti kegiatan celengan bambu yang berkerja sama dengan restoran, sekolah, mall, pasar, universitas yang nantinya dilakukan implemternya oleh relawan tetapi ada beberapa tempat tetap membutuhkan <i>Extrnal relations</i> untuk melakukan komunikasi berkerja sama antara intansi.</p>
6	<p>Apakah ada planning jangka panjang dan jangka pendek yang dilakukan?</p> <p>Jawaban: Tentu saja ada planning yang dibuat untuk membangun citra di Yayasan buddha tzuc Indonesia yang dimana dilakukan oleh <i>external relation</i> dan melakukan kegiatan-kegiatan untuk membangun citra.</p>

7	<p>Kegiatan jangka panjang apa saja?</p> <p>Jawaban: Jangka panjang yang dilakukan oleh <i>external relation</i> ada melakukan program whatsapp official Yayasan buddha tzu chi, tentunya ini sebagai sarana media untuk mempermudah masyarakat dalam berkomunikasi dengan external relation dan juga ada program celengan bambu walaupun ini bisa dikatakan jangka pendek tetapi sebenarnya ini untuk program kegiatan jangka panjang, selain itu juga ada branding dengan media untuk memberikan informasi mengenai kegiatan tzu chi Indonesia, mediana sendiri adalah Daai Tv, yang dimana meliput tentang relawan tzu chi terdiri dari tzu ching maupun relawan komunitas dari hal itu untuk mengajak generasi muda untuk ikut serta dalam relawan tzu chi dan masyarakat maupun publik melihat bahwa relawan Yayasan buddha tzu chi bukan hanya orang tua tetapi juga ada generasi muda, dengan dilibatkan generasi muda bisa meningkatkan citra Yayasan buddha tzu chi. Contohnya lagi adalah berbenah kampung yang dimana berkerja sama dengan pemprov dan pemerintah untuk membantu masyarakat yang membutuhkan.</p>
8	<p>Kegiatan jangka pendek apa saja?</p> <p>Jawaban: Jangka pendek yaitu membuat kegiata-kegiatan event, yang didukung oleh tzu chi seperti menanam hutan mangrove oleh mabes tni yang dihadiri oleh Bapak Presiden Jokowi Dodo, ini juga strategi yang dimana dilakukan liputan dan expresure untuk membangun citra,</p>
9	<p>Berhasilkah dalam membangun citra?</p> <p>Jawaban: Dari kegiatan jangka pendek dan jangan panjang yang sudah dilakukan, pastinya akan berhasil dalam membangun citra, baik dari internal maupun public,</p>
10	<p>Apakah ada bukti bahwa citra Yayasan Buddha Tzu Chi bagus dalam pandangan masyarakat sekitar?</p> <p>Jawaban: Untuk bukti citra Yayasan buddha tzu chi pasti terlihat dari expresure media</p>

	<p>tidak hanya dari media sendiri tetapi dari media lain, website dan bisa dilihat dari akun pribadi Instagram Yayasan buddha tzu chi dari komen-komen mendapatkan positif, dari kalangan masyarakat, pemerintahan, instansi mendapatkan citra yang baik dan mendapatkan pandangan yang positif.</p>
11	<p>Apakah Ada tim khusus yang dibuat Public Relations untuk membuat plan atau tujuan mencapai citra yang baik untuk yayasan?</p> <p>Jawaban: Untuk tim khusus itu sendiri melalui media yaitu media Daai Tv, dimana nama Daai Tv ini membawa nama Tzu chi dan dianggap menjadi media partner, selain itu ada tim khusus yang dimanakan relawan, relawan ini menentukan citra Tzu Chi dimata masyarakat seperti apa, sehingga mereka sendiri ketika memakai seragam harus menjaga attitude agar menggambarkan citra positif di masyarakat maupun public.</p>





July 25, 2024

Editor Explanation:

Dears Irfan,

Thank you for your trusts in our services.

Based on the text assessment on the submitted paper below:

Student ID	:	20190400005
Faculty	:	Ilmu Komunikasi
Title	:	Strategi <i>public relations</i> Tzu Chi dalam membangun citra Yayasan Buddha Tzu Chi.
Type	:	Thesis

Turnitin Suggests the similarity among your article with the articles in application are listed below:

Word Count	:	11796
Character Count	:	87981
Similarity Index	:	14%
Internet Source	:	14%
Publication	:	3%
Student Paper	:	4%
Exclude quotes	:	Off
Exclude bibliography	:	Off
Exclude matches	:	Off

This report provides results of literature similarity assessment, if the results show unusually high percentage of similarity according to our institution's standard your supervisor(s) or ethic committee may re-examine your literature.

Thank you for your attention and cooperation.

Sincerely,

Frendy Dodo Chang, S.Kom

Faculty of Social Sciences and Humanities
Buddhi Dharma University (UBD)



UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA

Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang
021 5517853 / 021 5586822 admin@buddhidharma.ac.id

KARTU BIMBINGAN TA/SKRIPSI

NIM : 20190400005
Nama Mahasiswa : IRFAN
Fakultas : Sosial dan Humaniora
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang : Strata Satu
Tahun Akademik/Semester : 2023/2024 Genap
Dosen Pembimbing : Tia Nurapriyanti, S.Sos., M.IKom
Judul Skripsi : STRATEGI PUBLIC RELATIONS TZU CHI DALAM MEMBANGUN CITRA YAYASAN BUDDHA TZU CHI

Tanggal	Catatan	Paraf
2024-04-04	Pengajuan Judul	A
2024-04-25	Bab 1	A
2024-05-02	Revisi Bab 1	A
2024-05-23	Bab 2	A
2024-05-29	Revisi Bab 2	A
2024-06-11	Bab 3	A
2024-06-26	Bab 3, lanjut arahan bab 4	A
2024-07-02	bab 4	A
2024-07-11	draf wawancara	A
2024-07-12	bab 4 dan 5	A

Mengetahui
Ketua Program Studi



Tia Nurapriyanti, S.Sos., M.IKom

Tangerang, 12 July 2024

Pembimbing



Tia Nurapriyanti, S.Sos., M.IKom