



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Pada bagian akhir skripsi ini, penulis akan memaparkan beberapa kesimpulan yang dapat diambil berdasarkan hasil temuan penelitian. Dalam menjalankan strategi *public relations* pada lembaga filantropi Yayasan Tzu Chi Indonesia dalam menggalang dana. Dengan menggunakan konsep *Nine Steps of Strategy Public Relations*, dapat disimpulkan bahwa strategi public relations yang dilakukan oleh Tzu Chi mulai dari fase perencanaan, fase strategi, fase taktik, hingga fase evaluasi hingga saat ini mendapatkan hasil respon yang positif dari publik terhadap Tzu Chi.

Fase pertama, yaitu fase perencanaan yang terdiri dari fase strategi yang dilakukan oleh Tzu Chi mulai dari analisa situasi terkait dengan masalah ataupun hambatan yang dihadapi selama menjalankan strategi public relations, hingga analisa organisasi yang meliputi aspek internal dan eksternal Tzu Chi yang meliputi publik didalamnya. Fase kedua, yaitu fase strategi terkait tujuan yang ingin dicapai oleh Tzu Chi, merancang strategi respon dan aksi, dan menggunakan komunikasi efektif untuk mencapai tujuan tersebut.

Fase ketiga, yaitu fase taktik yang terdiri dari pemilihan taktik komunikasi yang akan digunakan seperti halnya penggunaan media sosial Tzu Chi, *website*, pengadaan event celengan bambu, bakti sosial dan banyak

hal lainnya. Dalam fase ini merupakan penggabungan antara kegiatan *public relations* Tzu Chi dengan komunikasi pemasaran.

Fase terakhir, yaitu fase evaluasi dimana segala bentuk perencanaan hingga pelaksanaan dari strategi yang dibuat diakhiri dengan riset atau evaluasi. Evaluasi dilakukan untuk mengetahui efektivitas strategi dan taktik yang dilakukan Tzu Chi dalam mencapai tujuan yayasan sesuai dengan visi misi yang dimiliki yayasan.

## **5.2. Saran**

### **1.2.1 Saran Akademis**

Penulis berharap penelitian selanjutnya mampu mengkaji dan melihat lebih dalam terkait Strategi Komunikasi lembaga filantropi lainnya tidak hanya mengenai penggalangan dana, tapi bisa meneliti mengenai dampak bagi yang mendapatkan bantuan atau penggunaan strategi komunikasi lainnya seperti Youtube dan lainnya.

### **1.2.2 Saran Praktis**

Penulis berharap penelitian ini dapat menjadi evaluasi bagi Yayasan Buddha Tzu Chi sebagai salah satu lembaga filantropi di Indonesia dalam melakukan strategi komunikasi baik secara internal maupun eksternal. Seperti halnya mengadakan *event* khusus internal untuk mengurangi *miss communication* yang suka dihadapi, *training* atau *gathering* bersama. Untuk eksternal, mencari atau membuat inovasi baru untuk dapat memperluas jangkauan relawan maupun

donatur yayasan, seperti halnya mengadakan *event* di tempat yang ramai dikunjungi oleh publik, membuat acara sosial dan pertunjukkan hiburan dari yang berbeda dari yang pernah dilaksanakan agar dapat menarik perhatian publik lebih luas.