



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCA SARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

**NAME: LISA CHRISTINA
NIM : 55209110005**

ABSTRACT

The phenomenon relief to victims of disaster TVone viewers and is also active in the movement of humanity to be the reason the researchers chose the TVone in this study, in addition to the time of the eruption of Merapi disaster. What would be very interesting and different here, which is contributing not only donated the money by wire transfer to the account of "TVone is one for the country", but TVone also gives the community an opportunity to come directly to the location where the program "Apa Kabar Indonesia" do a live broadcast, contributors came with representing the community or their respective institution, and submit his help. Based on the background of the problem above, the formulation of the problem in this study is "How does the news of the TVone can be synergy in creating philanthropic responsibilities?" And the purpose of the study is to know the extent of the TVone in gaining public confidence, to realize the philanthropic responsibility.

The initial goal of corporate social responsibilities is that the company also took the role of poverty and backwardness of the community where the company stands. Philanthropic responsibilities television media, manifest if television contributes to improve quality of life for the surrounding community. Research object in this study is "Philanthropy in the program Apa Kabar Indonesia". The paradigm used is the constructivist paradigm, which is a reflective and dialectical, between the researcher and the subject under study, it is necessary to create empathy and to be able to reconstruct the dialectical interaction of reality. The author also made observations in the course of activities filantropi participation in the program Apa Kabar Indonesia. The method used in this study is the qualitative approach, and apply the method in a case study research. Key informants in this study is a contributor who submitted directly to help fund the program "Apa Kabar Indonesia" Reuters and other sources close to the world of philanthropy.

Key words: philanthropy, phenomenology, symbolic interactionist.



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCA SARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

**NAMA : LISA CHRISTINA
NIM : 55209110005**

ABSTRAK

Fenomena membanjirnya bantuan pemirsa tvOne untuk korban bencana dan juga aktif dalam gerakan kemanusiaan menjadi alasan peneliti memilih tvOne dalam penelitian ini. Penyumbang tidak hanya menyumbangkan uangnya melalui transfer ke rekening “tvOne satu untuk negeri”, tetapi tvOne juga memberikan kesempatan masyarakat datang langsung ke lokasi dimana program “Apa Kabar Indonesia” melakukan siaran langsung, penyumbang datang dengan mewakili komunitas atau instansinya, dan menyerahkan bantuannya. Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah; “Bagaimana sinergi pemberitaan tvOne dalam mewujudkan tanggung jawab filantropi?”. Dan tujuan penelitian ini adalah ingin mengetahui sejauh mana tvOne meraih kepercayaan masyarakat, dalam mewujudkan tanggung jawab filantropi.

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah "Filantropi dalam program Apa Kabar Indonesia". Paradigma yang digunakan adalah paradigma konstruktivis, yang bersifat reflektif dan dialektikal, antara peneliti dan subjek yang diteliti, perlu tercipta empati dan interaksi dialektis agar mampu merekonstruksi realitas. Penulis juga melakukan observasi partisipasi. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan pendekatan kualitatif, serta menerapkan metode studi kasus dalam penelitiannya. Key informan dalam penelitian ini adalah penyumbang dana bantuan pada program “Apa Kabar Indonesia” tvOne dan para pakar. Para filantropis tidak terikat dengan sistem apapun, filantropi yang kebanyakan dilakukan bergerak di sekitar kejadian sehari-hari. Tanggung jawab filantropi media televisi adalah bahwa media massa dapat menjadi bagian dari solusi permasalahan.

Kata kunci: filantropi, fenomenologi, Interaksionis Simbolik.