



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Advertising & Marketing Communication*
Andri Firmansyah
44316120063

Strategi Komunikasi DAAI TV Dalam Menyebarkan Budaya Kebajikan

Jumlah halaman: x + 100 halaman + 2 lampiran

Bibliografi: 2007 - 2018

ABSTRAK

Komunikasi adalah sebuah proses yang sangat kompleks. Menurut Harold D. Lasswell, cara yang paling baik untuk menjelaskan kompleksitas proses komunikasi adalah dengan menjawab beberapa pertanyaan yaitu *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?*. Sebagai stasiun TV keluarga, DAAI TV selalu berusaha menghadirkan program yang membawa manfaat positif bagi masyarakat Indonesia. Mengangkat cerita nyata yang digali dari kisah perjuangan hidup dan jalinan kasih antar manusia untuk memberikan inspirasi serta mencerminkan keindahan dan kehangatan kehidupan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh DAAI TV dalam menyebarkan budaya kebajikan. Strategi komunikasi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai satu tujuan. Menurut Effendi (2003), strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai satu tujuan.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, yaitu rangkaian kegiatan untuk memperoleh data yang bersifat apa adanya tanpa ada dalam kondisi tertentu yang hasilnya lebih menekankan makna.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa DAAI TV memanfaatkan televisi sebagai saluran dalam menyebarkan kebajikan kepada masyarakat luas. Dengan menonton televisi yang memiliki pesan positif, DAAI TV percaya bahwa seseorang akan terinspirasi dalam menularkan kebajikan. DAAI TV menjadi salah satu media yang konsisten dan berhasil dalam menjalani visi yang luhur dalam menyebarkan pesan-pesan kebajikan yang ingin ditanamkan pada tiap diri manusia dalam hidup berdampingan dengan manusia lain dan alam sekitar.

Kata kunci: Televisi, Media Sosial, Yayasan, Strategi Komunikasi, Budaya Kebajikan



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Advertising & Marketing Communication*
Andri Firmansyah
44316120063

DAAI TV communication strategy in spreading the culture of kindness

Number of pages: x + 100 pages + 2 attachment

Bibliography: 2007 - 2018

ABSTRACT

Communication is a very complex process. According to Harold D. Lasswell, the best way to explain the complexity of the communication process is to answer a number of questions namely “Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?”. Indonesian society. Raise real stories that are extracted from the stories of the struggle of life and the fabric of love between humans to inspire and reflect the beauty and warmth of life.

This study aims to find out how the communication strategy carried out by DAAI TV in spreading the culture of kindness. The communication strategy in essence is planning (management) to achieve one goal. According to Effendi (2003), communication strategies are a blend of communication planning and communication management to achieve one goal.

This study uses descriptive qualitative research methods, namely a series of activities to obtain data that is as it is without being in certain conditions, the results of which emphasize the meaning.

This study concluded that DAAI TV used television as a channel in spreading goodness to the wider community. By watching television that has a positive message, DAAI TV believes that someone will be inspired in transmitting goodness. DAAI TV is one of the media that is consistent and successful in living a noble vision in spreading the messages of goodness that want to be instilled in every human being in living side by side with other human beings and the natural environment.

Keywords: Television, Social Media, Foundations, Communication Strategies, Good Culture