

STRATEGI KOMUNIKASI PT.EIGERINDO MULTI PRODUK INDUSTRI

by Muhammad Ravy

Submission date: 12-Aug-2019 12:43PM (UTC+0700)

Submission ID: 1159518482

File name: Muhammad_Ravy.docx (93.05K)

Word count: 3088

Character count: 20350

STRATEGI KOMUNIKASI PT.EIGERINDO MULTI PRODUK INDUSTRI

(Studi Deskriptif Mengenai Strategi Komunikasi PT.Eigerindo Multi Produk Industri Melalui Kegiatan *Mountain And Jungle Course*)

Muhammad Ravy, Melly Maulin P, S.Sos, M.Si

Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Komputer Indonesia.

Jl.Dipati Ikur No 112-116.40132

E-mail :

muhammadravy25@gmail.com

This research aims to know the communication strategy of PT. Eigerindo Multi Products industry through the activities of Mountain And Jungle Course with sub focus of research, planning, objectives, messaging, and Media. This research with qualitative method with the design of descriptive research through the technique purposive in determining the informant in accordance with the required researchers in conducting research, obtained two key informant namely the manager and Board Of Expert EAST (Eiger Adventure Service Team) and three supporting informant who are alumni of participants of Mountain And Jungle Course. Research through the non-interviewees of in-depth interviews, documentation, library studies, and Internet searching. Conducting data collection, reducing data, presenting data and drawing conclusions which is a step of data analysis. The results showed strategy through the activities of Mountain And Jungle Course. Through an approach to explore information from the planning, objectives, messages, and media conducted and applied by the Eiger Adventure Service Team as the executive activities of the Mountain And Jungle Course. The problem facing the community condition that the majority of mountaineers are beginners and, the condition is very risky because they have no knowledge. Thus, the activities carried out with the course methods, about navigation, survival, supply management, and the use of communication tools in the field. The conclusion is the communication strategy PT. Eigerindo Multi Products Industry helps provide insight on the science of living in the wild, deep understanding, safety, and ethics in climbing.

Keywords: communication strategy, mountaineers, knowledge, accidents

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi PT.Eigerindo Multi Produk Industri melalui kegiatan *Mountain And Jungle Course* dengan sub fokus penelitian, Perencanaan, Tujuan, Pesan, dan Media. Penelitian ini dengan metode kualitatif dengan desain penelitian deskriptif melalui Teknik *purposive* dalam menentukan informan sesuai dengan yang dibutuhkan peneliti dalam melakukan penelitian, diperoleh dua informan kunci yaitu Manajer dan *Board Of Expert EAST (Eiger Adventure Service Team)* dan tiga informan pendukung yang merupakan alumni peserta kegiatan *Mountain And Jungle Course*. Penelitian melalui obeservasi non partisipan wawancara mendalam, dokumentasi, studi pustaka, dan internet searching. Melakukan pengumpulan data, reduksi data, menyajikan data dan menarik kesimpulan yang merupakan langkah dari analisis data. Hasil penelitian menunjukkan strategi melalui kegiatan *Mountain And Jungle Course* .Melalui pendekatan untuk menggali informasi dari perencanaan, tujuan, pesan, dan media yang dilakukan dan diterapkan oleh *Eiger Adventure Service Team* selaku pelaksana kegiatan *Mountain And Jungle Course* .Masalah yang dihadapi kondisi masyarakat yang mayoritas pendaki gunung pemula dan,kondisi tersebut sangat beresiko karna mereka tidak memiliki pengetahuan. Maka, dilaksanakan kegiatan tersebut dengan metode kursus , tentang navigasi, *survival*, Manajemen perbekalan, dan penggunaan alat komunikasi di lapangan. Kesimpulannya adalah Strategi Komunikasi PT.Eigerindo Multi Produk Industri membantu memberikan wawasan tentang ilmu hidup di alam bebas, pemahaman mendalam, keselamatan, dan etika dalam pendakian.

Kata kunci : *Strategi Komunikasi, pendaki gunung, pengetahuan, kecelakaan*

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang Masalah

Di Era Millennial ini telah merubah sikap dan perilaku masyarakat, dari segi hobi dan rutinitas. Adanya era tersebut seperti membuka penglihatan yang jelas kepada masyarakat bahwa adanya perubahan di lingkungan masyarakat, seperti sebelumnya kita lihat hanya segelintir orang yang mempunyai hobi mendaki gunung tetapi sekarang hobi itu menjadi mayoritas yang menyukainya. Sekarang kondisinya sudah berbeda dengan jaman dahulu yang terlihat pendaki gunung ini sedikit dibanding saat ini yang membludak para pendaki gunung dan mereka terdengar antusias dengan hal-hal yang berbau alam. Namun, tidak memperhatikan aspek keilmuan dasar dan keselamatan dalam mendaki gunung, mengingat menurut informasi banyak kejadian kecelakaan dalam pendakian gunung. Hal ini menjadi perhatian besar dan tanggung jawab bagi PT. Eigerindo Multi Produk Industri yang memiliki target konsumen para pegiat alam bebas/pecinta alam. PT. Eigerindo Multi Produk Industri Bandung berupaya melalui EAST (*Eiger Adventure Service Team*) melakukan strategi untuk memperhatikan pegiat alam bebas ini agar bagaimana mereka mampu memiliki keilmuan di alam bebas dan mampu mengaplikasikannya pada saat mendaki gunung. Kegiatan ini terbuka untuk seluruh anggota organisasi Pecinta Alam atau organisasi umum lainnya, instansi pemerintah, umum dan perorangan.

Kegiatan *Mountain And jungle Course* adalah kegiatan kursus tentang ilmu dasar di alam bebas ,sejak diadakan pada tahun 2002

kegiatan ini bertujuan memberikan edukasi kepada pegiat alam bebas agar memiliki ilmu dasar di alam bebas dan mengurangi risiko dari kecelakaan pada saat melakukan kegiatan di alam bebas dan pendakian gunung. Dalam hal ini peneliti menggunakan metode kualitatif dalam meneliti kegiatan yang dilakukan oleh PT. Eigerindo Multi Produk Industri, dilihat dari latar belakang kegiatan ini sangat baik menggunakan penelitian ini menggunakan studi deskriptif. Peneliti juga tertarik terhadap kegiatan *Mountain And Jungle Course* karna kegiatan ini merupakan salah satu kegiatan yang edukatif dan sangat bermanfaat bagi masyarakat khususnya kaum muda yang mencintai pendaki gunung, maka disini peneliti tertarik untuk meneliti Strategi Komunikasi PT.Eigerindo Multi Produk Industri Melalui Kegiatan *Mountain And Jungle Course*

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka peneliti menetapkan rumusan masalah makro dan mikro sebagai berikut.

1.2.1 Pertanyaan Makro

Bagaimana Strategi Komunikasi PT.Eigerindo Multi Produk Industri

1.2.2 Pertanyaan Mikro

Pada penelitian ini, peneliti merinci secara jelas dan lugas dari fokus rumusan masalah yang masih umum dengan subfokus termilih, rumusan masalah mikronya adalah :

1. Bagaimana Perencanaan Komunikasi PT.Eigerindo Multi Produk Industri?
2. Bagaimana Tujuan Komunikasi PT.Eigerindo Multi Produk Industri?
3. Bagaimana Pesan Komunikasi PT.Eigerindo Multi Produk Industri?
4. Bagaimana Media Komunikasi PT.Eigerindo Multi Produk Industri?

1.3 Maksud Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menjelaskan tentang “Strategi Komunikasi PT.Eigerindo Multi Produk Industri”.

1.3.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk Mengetahui Perencanaan Komunikasi PT.Eigerindo Multi Produk Industri.
2. Untuk Mengetahui Tujuan Komunikasi PT.Eigerindo Multi Produk Industri.
3. Untuk Mengetahui Pesan Komunikasi PT.Eigerindo Multi Produk Industri.
4. Untuk Mengetahui Media Komunikasi PT.Eigerindo Multi Produk Industri.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Sebagai kajian Ilmu Komunikasi, khususnya tentang strategi komunikasi. Kegunaan penelitian ini secara teoritis adalah untuk mengembangkan keilmuan komunikasi secara umum serta meluas, khususnya mengenai strategi yang dilakukan suatu perusahaan untuk

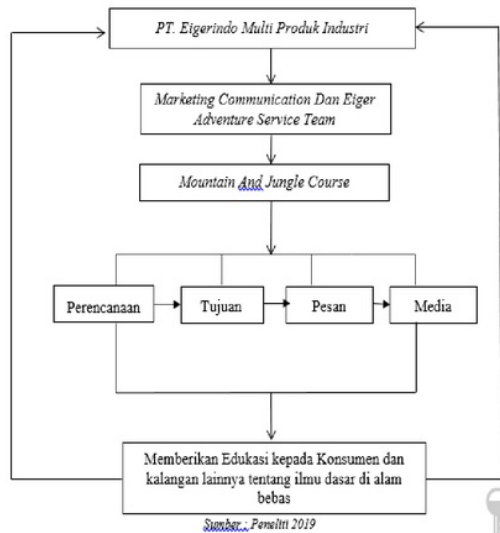
dalam meningkatkan kewaspadaan pendakian gunung.

1.5 Kerangka Pemikiran

Penelitian ini mengangkat permasalahan tentang Strategi Komunikasi PT.Eigerindo Multi Produk Industri Bandung Melalui Kegiatan *Mountain Jungle Course* dan bagaimana meningkatkan kewaspadaan pendaki gunung serta memberikan edukasi kepada masyarakat tentang ilmu pendakian.

Melihat dari definisi Strategi Komunikasi diatas, memperkuat tentang perencanaan, tujuan, pesan, media yang dijadikan sebagai subfokus oleh peneliti untuk mengukur permasalahan yang akan diteliti. Adapun penjelasan atau pengertian dari ke 4 subfokus tersebut adalah :

1. **Perencanaan** : Merencanakan konsep dan strategi komunikasi kegiatan yang dilakukan oleh PT.Eigerindo Multi Produk Industri
2. **Tujuan** : PT.Eigerindo Multi Produk Industri memiliki tujuan yaitu target yang ingin dicapai oleh PT.Eigerindo Multi Produk Industri.
3. **Pesan** : PT.Eigerindo Multi Produk Industri melakukan penyusunan pesan berupa isi dan metode yang digunakan melalui kegiatan *Mountain And Jungle Course*
4. **Media** : PT.Eigerindo Multi Produk Industri membangun media apa saja yang digunakan untuk menyampaikan informasi tentang kegiatan *Mountain And Jungle Course*.



Sumber : Peneliti 2019

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Desain Penelitian

Pada desain penelitian ini, peneliti melakukan suatu penelitian dengan pendekatan secara Kualitatif dimana untuk mengetahui dan mengamati segala hal yang menjadi ciri sesuatu hal.

Riset kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalamdalamnya melalui pengumpulan data sebanyak-banyaknya. Riset ini tidak mengutamakan besarnya populasi. Jika data yang terkumpul sudah mendalam dan bisa menjelaskan fenomena yang diteliti, maka tidak perlu mencari sampling lainnya.

20 Teknik Pengumpulan Data

1.6.1.1 Studi Pustaka

Studi Pustaka ini adalah cara untuk berbagi pemikiran dengan pemikiran teori

maupun pendapat dari berbagai pihak, bertujuan untuk. Hal ini sebagai bahan referensi penelitian mengenai strategi komunikasi PT Eigerindo Multi Produk Industri Bandung Melalui Kegiatan *Mountain and Jungle Course*. Peneliti menggunakan studi pustaka dengan mencari berbagai data sebagai pendukung dari penelitian, diantaranya referensi buku, Karya Ilmiah, dan internet searching.

Internet Searching digunakan oleh peneliti untuk mencari informasi terkait penelitian, yaitu mengenai strategi komunikasi PT Eigerindo Multi Produk Industri Bandung Melalui Kegiatan *Mountain And Jungle course*.

1.6.2 Studi Lapangan

1. Wawancara Mendalam

Wawancara dimaksudkan untuk membuktikan kebenaran pengumpulan data, wawancara yang akan dilakukan secara terstruktur bertujuan mencari data yang mudah diperhitungkan, dikategorikan, di pindai menurut jenisnya dan bermacam-macam, dimana sebelumnya peneliti menyiapkan daftar pertanyaan di dalam pedoman penelitian.

Dalam penelitian ini peneliti mencari data melalui wawancara terhadap informan. Wawancara akan dilakukan kepada EAST (*Eiger Adventure Service Team*) serta yang terlibat dalam kegiatan strategi komunikasi yang

direncanakan dan dilakukan khususnya peserta kegiatan.

2. Observatif Non Partisipan

Teknik observasi merupakan salah satu bentuk teknik pengumpulan data yang dianalisis melalui pengamatan yang berkaitan tentang penelitian. Observasi merupakan pencarian data atau informasi melalui observasi lapangan.

Di dalam hal ini peneliti hanya sebagai pengamat saja tanpa harus terjun langsung di lapangan. Dalam penelitian ini peneliti sebagai pengamat dalam Kegiatan *Mountain Jungle Course*.

3. Dokumentasi

Memuat data-data pada penelitian sebagai upaya untuk menafsirkan segala hal yang ditemukan dilapangan mengenai kegiatan *Mountain And Jungle Course*, perlu adanya dokumentasi untuk mencatat informasi. Studi dokumentasi adalah Teknik pengumpulan data dengan mengumpulkan data sesuai penelitian dan dianalisis, baik melalui tertulis, gambar berupa foto dan video serta suara. Dokumen yang telah didapatkan kemudian di sinkronkan satu sama lain membentuk satu hasil kajian yang sistematis, dan detail. Jadi dokumentasi bukan sekedar dikumpulkan atau melaporkan dalam bentuk yang sudah dikutip tentang sejumlah dokumentasi yang dilaporkan dalam penelitian adalah hasil analisis terhadap dokumen – dokumen kegiatan *Mountain And Jungle Course*.

1.6.3 Teknik Penentuan Informan

Penentuan informan dalam penelitian ini dilakukan secara sengaja (*purposive sampling*). *Purposive sampling* adalah Teknik penentuan sampel berdasarkan data atau informasi yang dikaitkan dengan penelitian. Informan dipilih

berdasarkan beberapa kriteria tertentu, dan pemilihan ini juga dilakukan secara sengaja berdasarkan informasi yang memiliki keterkaitan dan ditentukan pada saat di lapangan.

Teknik Analisis Data

Suatu Kegiatan yang memberikan informasi kepada penelaah atau penguji yang sistematis mengenai keterkaitan suatu penelitian, dan berhubungan dengan pembagian seluruh informasi penelitian Data yang diperoleh dari lapangan dilakukan analisis melalui tahap-tahap sebagai berikut:

- 1) Reduksi Data (*Data Reduction*): yaitu bentuk dari proses analisa dengan bentuk analisis untuk memperkuat, dan men seleksi mana data yang diperlukan dan mana yang tidak.
- 2) Penyajian Data (*Data Display*): menampilkan data secara terperinci tentang informasi penelitian, sehingga apa yang sudah diperoleh dari reduksi data dapat disampaikan dengan baik tentang kegiatan *Mountain And Jungle Course*.
- 3) Penarikan Kesimpulan (*Conclusion Verification*): klarifikasi kesimpulan atas penarikan kesimpulan dari apa yang kita peroleh selama penelitian, dengan melihat kembali catatan selama proses penelitian berlanjut di lapangan.
- 4) Evaluasi: Melakukan verifikasi hasil, yang didasarkan melalui penyimpulan tahap keempat. Tahap ini ialah untuk membuktikan dan membenarkan informasi yang ada melalui

informan guna memperbaiki data dari kesalahan. Peneliti disini bertugas untuk membuktikan kebenaran informasi yang didapatkan melalui informan *Mountain And Jungle Course*.

Tahapan-tahapan sangat berkesinambungan satu dengan yang lainnya, maka peneliti berusaha memaksimalkan 4 unsur diatas dalam penelitian ini.

1.6.4 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di dua tempat yaitu pertama PT Eigerindo Multi Produk Industri dan di Kantor *Eiger Adventure Service Team*.

1.7 Hasil Penelitian

1.7.1 Objek Penelitian *Mountain And Jungle Course*

Dalam rangka meningkatkan kebutuhan *basic training* tentang ilmu di alam bebas ,menanamkan kewaspadaan pada saat pendakian gunung serta mengurangi angka kecelakaan pada saat pendakian gunung, dan Pemantapan ilmu di alam bebas kepada konsumen Eiger maupun bukan konsumen maka diadakanlah kegiatan *Mountain And Jungle Course* yang bertemakan berbeda-beda tiap tahunnya. *Mountain And Jungle Course* merupakan kegiatan Kursus dan diskusi ilmu dasar sampai ilmu yang mendalami tentang hidup di alam bebas khususnya di Hutan dan Gunung.

Dengan diadakannya kegiatan *Mountain And Jungle Course* ini diharapkan dapat memenuhi itu semua. *Mountain And Jungle Course* diisi oleh materi-materi lengkap

seperti Navigasi Darat, *Survival*, Manajemen Perbekalan, Perencanaan dan Persiapan, Komunikasi, Pertolongan Pertama, dan Etika di alam bebas.

1.7.2 Pembahasan

Hasil penelitian ini diperoleh dengan Teknik wawancara dengan informan dalam bentuk observasi langsung dan apabila data yang dilakukan sudah terkumpul lalu kemudian di analisis sesuai proses dan konsep penelitian, analisis ini sendiri terpusat pada Strategi Komunikasi PT.Eigerindo Multi Produk Industri melalui kegiatan *Mountain And Jungle Course*.

Selain itu peneliti juga melakukan wawancara terhadap informan pendukung yang pernah menjadi peserta *Mountain And Jungle Course* di tahun 2018. Informan tersebut ialah Hesti Medi Utami yang merupakan Mahasiswa dari Universitas Sriwijaya di Palembang dan merupakan anggota MAPALA (Mahasiswa Pecinta Alam), Putri Resty yang merupakan karyawan swasta di Bandung, dan yang terakhir ada Fiqih Iqbal Agustadz Illahi yang merupakan anggota POLRI di Bengkulu. Mereka semua adalah beberapa sampel informan yang saya lakukan penelitian lewat wawancara melalui secara langsung maupun lewat media telepon dan *whatsapp*. Selain itu selama berprosesnya penelitian ini peneliti juga sempat berdiskusi dengan informan pendukung terkait jalannya kegiatan dan

pengalaman yang didapat dari kegiatan *Mountain And Jungle Course*. Untuk tahap analisa yang dilakukan oleh peneliti yang pertama adalah membuat daftar pertanyaan untuk wawancara, pengumpulan data, dan analisis data yang dilakukan sendiri oleh peneliti.

1.7.3 Strategi Komunikasi PT.Eigerindo Multi Produk Industri

Strategi komunikasi adalah Strategi atau perencanaan komunikasi untuk menyelesaikan suatu permasalahan di dalam suatu kondisi, strategi komunikasi juga merupakan penerapan ilmu komunikasi. Analisa yang di deskripsikan berdasarkan identifikasi masalah, yaitu: Perencanaan, Tujuan, Pesan, Media. Yang dilakukan PT.Eigerindo Multi Produk Industri Melalui Kegiatan *Mountain And Jungle Course*.

Analisis deskriptif ini berasal dari data yang diperoleh melalui hasil wawancara dengan dua Informan peneliti yaitu Manajer *Eiger Adventure Service Team* dan *Board Of Expert Eiger Adventure Service Team* sebagai informan kunci. Adapun beberapa informan pendukung yang membantu peneliti dalam melakukan penelitian ini yaitu tiga informan pendukung yang merupakan peserta kegiatan di tahun 2018.

1. Perencanaan

Eiger melakukan analisis sebelum pembentukan rencana kegiatan tersebut baru setelah ditemukan menjadi tema dan perencanaan yang disiapkan untuk kegiatan *Mountain And Jungle Course*.

Cara seperti ini guna memberikan manfaat ilmu yang dibutuhkan serta mengurangi ketidaktahuan masyarakat terhadap ilmu dasar di alam bebas terutama bagi mereka pendaki gunung pemula. Jika dilihat dari informasi diatas metode komunikasi yang digunakan dalam pembentukan perencanaan kegiatan *Mountain And Jungle Course* ini adalah Metode *Canalizing* menurut cara pelaksanaannya. Metode *Canalizing* adalah Sikap komunikator mengenal terlebih dahulu khalayaknya dan mulai menyampaikan ide sesuai kepribadian, sikap-sikap, dan motif khalayak.

2. Tujuan

Tujuan merupakan arah kemana organisasi atau perusahaan itu harus dibawa. Tujuan di segi Strategi Komunikasi PT.Eigerindo Multi Produk Industri menjadi point yang sangat terlihat dan jelas, karna tujuannya di dalam kegiatan *Mountain And Jungle Course* biasanya terlihat dari *impact* yang mengurangi kondisi saat ini yaitu maraknya kecelakaan pada pendakian gunung. Tujuan kegiatan *Mountain And Jungle Course* adalah edukasi kepada masyarakat khususnya para pendaki pemula, memberikan pemahaman tentang etika pendakian dan memberikan rasa aman dan nyaman pada saat pendakian. Tujuan kegiatan dibentuk berdasarkan kebutuhan di masyarakat.

3. Pesan

Merupakan perangkat di dalam komunikasi terkait informasi yang akan diantarkan dari komunikator kepada

komunikasikan dan lainnya disampaikan kepada orang lain. Disini peneliti melakukan wawancara perihal pesan yang tersampaikan melalui kegiatan *Mountain And Jungle Course* dari informan kunci dan pendukung. Intinya melalui kegiatan ini Pesan dan komunikasi yang disampaikan kepada peserta adalah hal yang harus disampaikan dan berestafet, sehingga pesan dan komunikasi tersebut efektif.

Pesan yang kami sampaikan ialah tentang menjadi masyarakat yang *Greenlife*, keamanan dan kenyamanan, keilmuan tentang di alam terbuka, dan karakter sebagai pecinta alam yang benar.

Pesan tersebut disampaikan melalui metode yang edukatif menurut Djukardi Adriana untuk memberikan pesan moral kepada masyarakat khususnya peserta yang telah menjadi pendaki gunung pemula pada saat ini. Dari informasi yang peneliti dapatkan mengenai pesan kegiatan *Mountain And Jungle Course* ialah bagaimana kita bisa menghargai alam yang sudah diberikan oleh Tuhan Yang Maha Kuasa, bagaimana pemahaman dan Ilmu pengetahuan untuk hidup di alam bebas, dan terakhir pesan tersebut harus sampai kepada yang lain karna melihat kondisi saat ini tidak bisa dipungkiri bahwa perkembangan membentuk karakter pendaki gunung saat ini tidak sesuai dengan yang seharusnya, dan seperti sudah menjadi moral untuk menyampaikan dan memperluaskannya

kepada masyarakat khususnya pendaki gunung lainnya .

4 Media

Media adalah sesuatu yang dapat digunakan untuk menyalurkan pesan yang dapat membangun pikiran dan perhatian kepada khalayak. Peran media dalam Strategi Komunikasi PT.Eigerindo Multi Produk Industri melalui kegiatan *Mountain And Jungle Course* mengisi peran yang sangat penting guna menyampaikan informasi pesan yang akan disampaikan melalui kegiatan ini.

Media yang digunakan untuk menyampaikan informasi kegiatan dan pesan MJC lewat media sosial akun-akun resmi Eiger, lewat jaringan komunikasi organisasi pecinta alam, dan juga lewat *event-event* yang berkaitan tentang *outdoor* .

1.7.4 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti bahas mengenai strategi komunikasi PT.Eigerindo Multi Produk Industri (Studi Deskriptif mengenai Strategi Komunikasi PT.Eigerindo Multi Produk Industri melalui kegiatan *Mountain And Jungle Course*). Maka peneliti dapat membuat kesimpulan sebagai berikut:

1. Perencanaan yang dibangun oleh *Eiger Adventure Service Team* untuk kegiatan *Mountain And Jungle Course* ialah menetapkan tema kegiatan, materi apa yang akan disampaikan di dalam kegiatan, pemateri dan juga kebutuhan apa saja yang dibutuhkan berdasarkan analisis di masyarakat.

2. Tujuan yang dibangun oleh ³ *Eiger Adventure Service Team* untuk kegiatan *Mountain And Jungle Course* Disini *Mountain And Jungle Course* diadakan untuk mengurangi angka kecelakaan tersebut dan mencegahnya agar tidak terjadi kembali. Tujuan tersebut sangat jelas melihat adanya landasan kegiatan tersebut diadakan karna kondisi yang sebenarnya terjadi di masyarakat.
3. Pesan yang dibentuk oleh ³ *Eiger Adventure Service Team* untuk kegiatan *Mountain And Jungle Course* Pesan yang kami sampaikan ialah tentang menjadi masyarakat yang *Greenlife*, keamanan dan kenyamanan, keilmuan tentang di alam terbuka, dan karakter sebagai pecinta alam yang benar. Siapapun kami yang telah mengikuti kegiatan ini saya kira berhak menyampaikan pesan dari kegiatan MJC kepada masyarakat luas, guna mendidik masyarakat dan berguna mendidik bagi Pendidikan nasional kita tidak hanya selalu hal akademik tetapi juga hal-hal yang seperti ini kita harus tanamkan agar hutan di Indonesia terjaga.
4. Media yang dibentuk oleh ³ *Eiger Adventure Service Team* untuk kegiatan *Mountain And Jungle Course* Media yang digunakan untuk menyampaikan informasi kegiatan dan

pesan MJC lewat media sosial akun-akun resmi Eiger, lewat jaringan komunikasi organisasi pecinta alam, dan juga lewat *event-event* yang berkaitan tentang *outdoor*

1.7.5 Saran

Adapun saran dari peneliti mengenai *Mountain And Jungle Course* , ialah :

1. Bagi Kegiatan *Mountain And Jungle Course* untuk meningkatkan kembali analisis yang dibutuhkan dari kondisi masyarakat sekarang.
2. Bagi EAST (*Eiger Adventure Service Team*) libatkan para peserta sebelumnya untuk ikut berperan bagi kegiatan *Mountain And Jungle Course* kedepannya. Sehingga perkembangan dan pelatihan bahkan pemateri bisa berestafet terus berkembang.
3. Kembangkan materi *Mountain And Jungle Course* lebih ke kreativitas penanganan pertolongan pertama di lapangan, evakuasi, dan pengenalan peralatan pertolongan pertama karna itu yang berkaitan tentang kecelakaan pendakian gunung.

1.7.6 Daftar Pustaka

- ¹¹ **Buku**
 Effendy, Onong Uchjana. 2009.
Dimensi-dimensi Komunikasi.
 Bandung
 PT Alumni. _____ . 2015.
Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek.
 Bandung: Remaja

Rosdakarya. _____, 2005.
Dimensi - Dimensi Komunikasi.
Bandung: Citra Aditya Bakti.

B. Website

elib.unikom.ac.id

Website resmi perpustakaan Universitas
Komputer Indonesia. (20 April
2019 pukul 01.00 WIB)

eigerindostore.com

Website resmi PT.Eigerindo Multi Produk
Industri (18 April 2019 pukul
22.30 WIB)

STRATEGI KOMUNIKASI PT.EIGERINDO MULTI PRODUK INDUSTRI

ORIGINALITY REPORT

21%

SIMILARITY INDEX

18%

INTERNET SOURCES

1%

PUBLICATIONS

13%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

elib.unikom.ac.id

Internet Source

5%

2

id.123dok.com

Internet Source

4%

3

alamisme.id

Internet Source

2%

4

text-id.123dok.com

Internet Source

1%

5

repository.fisip-untirta.ac.id

Internet Source

1%

6

docplayer.info

Internet Source

1%

7

Submitted to Universitas Andalas

Student Paper

1%

8

Submitted to Universitas 17 Agustus 1945

Surabaya

Student Paper

1%

9	repository.uinsu.ac.id Internet Source	1%
10	majalaremaja.blogspot.com Internet Source	<1%
11	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	<1%
12	eprints.umm.ac.id Internet Source	<1%
13	Alessander Mohansyah, Rizaldi Parani. "Digital Online Dan Trust Dalam Hubungan Antara Tokopedia Dengan Pengguna Layanan", LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi, 2018 Publication	<1%
14	eprints.undip.ac.id Internet Source	<1%
15	Submitted to Universitas Islam Bandung Student Paper	<1%
16	Submitted to iGroup Student Paper	<1%
17	documents.mx Internet Source	<1%
18	ml.scribd.com Internet Source	<1%

www.jasamas.com

19

Internet Source

<1%

20

Submitted to Universitas Negeri Jakarta

Student Paper

<1%

21

genta.petra.ac.id

Internet Source

<1%

22

Submitted to Universitas Terbuka

Student Paper

<1%

23

Submitted to UIN Syarif Hidayatullah Jakarta

Student Paper

<1%

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography On