"PROPAGANDA *SAVE* BABAKAN SILIWANGI BANDUNG
(Studi Kasus Propaganda Tentang Save Babakan Siliwangi Bandung Menjelang Pemilihan Walikota Bandung 2013)"

Tommy Tw Krishna Putra
NIM. 41809016
Program Studi Ilmu Komunikasi Konsentrasi Humas Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Komputer Indonesia Bandung

ABSTRACT

This research is aimed to investigaet the existence of propaganda case in save Babakan Siliwangi Bandung towards the Bandung's mayor election 2013, the questions are exactly the process of Save Babakan Siliwangi towards Bandung's mayor election 2013 also and actually the reality of Save Babakan Siliwangi towards Bandung's mayor Election 2013.

Qualitative approach is used in this research with case study as the method. Choosing study literature, web surfing, in-depth interview, participative observation and documentation as the technique of gathering the data. Moreover, four expertises of Babakan Siliwangi have been choosen as the informants, while the interview has been done by categorizing the questions and the result is analyzed in line with case study method.

It can be concluded that the polemic process of Save Babakan Siliwangi towards Bandung's mayor election 2013 among Bandung citizen has been started in the era of AA Tarmana. In line with that the reality of Save Babakan Siliwangi has become a propaganda media to increase the vote or polling for some of the candidates.

It is much better to not to use Babakan Siliwangi as a commercial thing and the point is the polemic of Babakan Siliwangi should be stopped.

Key words : Propaganda, Save Babakan Siliwangi, Bandung Mayor Election 2013

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang Masalah

Menjelang Pemilihan Walikota Bandung 2013 polemik Babakan Siliwangi kembali mencuat, banyak pihak berlomba untuk mempertahankan Babakan Siliwangi sebagai ruang terbuka hijau di kota Bandung. Di sisi lain, menjelang pesta demokrasi ini *Save* Babakan Siliwangi dijadikan propaganda oleh beberapa Calon Walikota Bandung untuk meraih simpati masyarakat Kota Bandung. Pada dasarnya Babakan Siliwangi merupakan salah satu ruang terbuka hijau yang ada di kota Bandung. Wacana pengalihfungsian kawasan Babakan Siliwangi sebagai kawasan komersil sebenarnya bukan hal baru. Hutan kota Babakan Siliwangi memiliki banyak potensi dan manfaat yang bisa dipergunakan sepenuhnya oleh masyarakat, disitulah banyak pihak-pihak yang memanfaatkan kesempatan ini sebagai potensi bisnis di Babakan Siliwangi.

Pada mulanya kawasan Babakan Siliwangi akan dibangun restoran oleh PT.EGI yang mendapat ijin dari Pemerintahan Kota Bandung. Namun, mendapat penolakan keras dari beberapa warga Bandung terutama dari komunitas pencinta lingkungan, seni dan budaya. Alasannya, karena kawasan hutan kota ini merupakan daerah resapan air yang memiliki fungsi ekologis, sosial dan budaya tergolong cukup besar di Bandung serta sebagai suatu wilayah yang di sakralkan yang ada di Kota Bandung. Namun PT.EGI tetap bersikukuh untuk tetap membangun restoran di lahan Babakan Siliwangi karena merasa sudah mengantongi ijin mendirikan bangunan yang diberikan oleh pemerintah Kota Bandung. PT.EGI berpendapat bahwasanya pembangunan ini tidak menyalahi aturan karena mereka akan membangun restoran di atas lahan yang sebelumnya terbakar dan akan tetap menjaga Babakan Siliwangi sebagai hutan kota. Saat ini isu lingkungan hidup menjadi salah satu yang diperhatikan oleh masyarakat kota Bandung menjelang Pemilihan Walikota Bandung 2013. Dengan adanya gambar *Save* Babakan Siliwangi yang berkembang di antara masyarakat Kota Bandung yang seolah-olah ingin

mengkomunikasikan kepeduliannya sehingga beberapa lapisan-lapisan masyarakat berusaha menunjukan kepeduliannya terhadap Babakan Siliwangi. Salah satunya ditunjukan dengan adanya kegiatan melukis pada seng penutup kawasan Babakan Siliwangi yang dilakukan oleh seniman, budayawan, dan pencinta lingkungan Kota Bandung, selain itu Aksi Warga merebut kembali Babakan Siliwangi pada 1 Juni 2013 yang di hadiri oleh semua kalangan tak terkecuali mantan Gubernur Jawa Barat, Solihin GP.

Propaganda merupakan sebuah usaha sadar, sebuah usaha yang memiliki tujuan yang konkrit. Propaganda bisa dikatakan ilmu, ilmu itu akan menjadi baik apabila digunakan dengan baik. Namun, propaganda akan menghasilkan kejelekan apabila dilakukan dengan tidak baik. Sama dengan komunikasi, memiliki tujuan untuk mempengaruhi sikap dan perilaku orang lain. Jika dilakukan oleh orang yang berbeda maka dampaknya pun akan berbeda pula. Dalam hal ini, seperti yang kita ketahui bahwasanya propaganda memiliki tujuan yang sudah direncanakan, memiliki artian bahwasanya sejauh mana kita dapat mengkomunikasikan gagasan-gagasan yang akan disampaikan pada target sasaran sehingga apa yang direncanakan akan sesuai dengan apa yang diharapkan. Propaganda dan komunikasi sama-sama membutuhkan teknik untuk mencapai keberhasilan penyampaian gagasan. Kini, masyarakat kekinian memiliki intelektual yang tinggi. Fakta inilah yang mendasari bahwasanya propaganda membutuhkan teknik yang tepat untuk menghadapi masyarakat kekinian yang sisi inteleknya sudah mulai bertambah. Dengan berkomunikasi diharapkan pertukaran pesan yang ada pada gagasan-gagasan yang akan dipropagandakan dapat berjalan dengan baik.

Tema kepedulian terhadap lingkungan menjadi penting seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pelestarian lingkungan. Masyarakat kekinian yang semula jadi objek kekuasaan yang sewenang-wenang kemudian bangkit dan menuntut adanya hak dan kewajiban yang seimbang. Dalam menghadapi peristiwa politik secara langsung komunikasi politik mempunyai peranan besar di dalamnya, baik itu yang dilakukan oleh individu maupun kelompok di dalam struktur masyarakat, ini dipertegas oleh pendapat Gazali bahwa komunikasi politik dalam pemilihan umum yaitu :

“Komunikasi politik adalah suatu keahlian/kemampuan untuk menyampaikan berbagai informasi politik (langsung atau tidak langsung, memakai media atau tidak) (komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok) dengan tujuan memberi informasi yang cukup untuk suatu “informed political action” dan “informed political choice” (tindakan politik atau pilihan politik yang berpengetahuan cukup)” .

Save Babakan Siliwangi merupakan sebuah bukti kepedulian masyarakat Bandung untuk peduli pada Bababakan Siliwangi. Menurut Undang-undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2009 point D tentang perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup mengatakan bahwa :

“lingkungan hidup yang semakin menurun telah mengancam kelangsungan perikehidupan manusia dan makhluk lainnya sehingga perlu dilakukan perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup yang sungguh-sungguh dan konsisten oleh semua pemangku kepentingan.”

Lingkungan hidup merupakan kesatuan ruang dengan semua benda, daya, keadaan dan makhluk hidup, termasuk manusia dan perilakunya, yang mempengaruhi alam itu sendiri. Save Babakan Siliwangi bisa dijadikan sebagai salah satu media propaganda menjelang Pemilihan Walikota Bandung tahun 2013 yang akan berlangsung.

Pemilihan kepala daerah dan wakil kepala daerah menurut Undang-undang Dasar 1945 yang sudah diamandemen, Pasal 18 ayat (4) menyebutkan bahwa kepala daerah dan wakil kepala daerah dipilih secara demokratis. Ketentuan pemilihan kepala daerah tersebut ditafsirkan sebagai pemilihan tidak langsung, artinya dipilih oleh DPRD. Namun setelah Undang-undang nomor 32 tahun 2004 tentang Pemerintahan daerah diterbitkan dan ditandatangani oleh Presiden Megawati Soekarnoputri pada tanggal 15 oktober tahun 2004, secara jelas disebutkan pada pasal 56 ayat (1) bahwa: ”Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah dipilih dalam satu pasangan calon yang dilaksanakan secara demokratis berdasarkan asas langsung, umum, bebas, rahasia, jujur dan adil”.

Ketika lingkungan hidup menjadi permasalahan khususnya Babakan Siliwangi, maka peneliti mengangkat masalah ini menjelang pemilihan Walikota Bandung 2013. Masalah Babakan Siliwangi selalu muncul kembali di akhir masa jabatan Walikota yang masa jabatannya akan berakhir. Peneliti ingin mengetahui keberadaan propaganda Save Babakan Siliwangi menjelang pemilihan Walikota Bandung tahun 2013 dalam mengkomunikasikan gagasan-gagasan politik terhadap kepedulian pada ruang terbuka hijau yang ada di Kota Bandung yaitu Babakan Siliwangi. Dalam melakukan proses propaganda Save Babakan Siliwangi disitulah terdapat sebuah pencapaian, adalah harapan yang ditujukan, ditujukan kepada masyarakat kota Bandung khusunya. Harapan inilah yang diharapkan dapat merubah pola pikir masyarakat Kota Bandung untuk menyadari bahwasanya hutan kota merupakan salah satu warisan terbesar yang harus di jaga keberadaannya, sehingga kita semua dapat mengkomunikasikan

betapa pentingnya hutan kota itu, pada dasarnya komunikasi merupakan media untuk menyampaikan informasi.

Dari latar belakang masalah tersebut yang telah diuraikan diatas maka peneliti tertarik untuk meneliti dengan judul sebagai berikut:

"Propaganda Save Babakan Siliwangi Bandung (Studi Kasus Propaganda Tentang Save Babakan Siliwangi Bandung Menjelang Pemilihan Walikota Bandung 2013)"

1.2 Identifikasi Masalah

Untuk memperjelas fokus masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini, maka peneliti menyusun rumusan masalah mikro sebagai berikut :

1. Bagaimana proses *Save* Babakan Siliwangi Bandung menjelang Pemilihan Walikota Bandung 2013?
2. Bagaimana realitas *Save* Babakan Siliwangi Bandung menjelang Pemilihan Walikota Bandung 2013?

II. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Studi kasus adalah uraian dan penjelasan komprehensif mengenai berbagai aspek seorang individu, suatu kelompok, suatu organisasi (komunitas), suatu program, atau suatu situasi sosial. (Mulyana, 2010: 201). Peneliti studi kasus berupaya menelaah sebanyak mungkin data mengenai subjek yang diteliti. Mereka sering menggunakan berbagai metode: wawancara (riwayat hidup), pengamatan, penelaahan dokumen, (hasil) survey, dan data apapun untuk menguraikan suatu kasus secara terinci. Dengan mempelajari semaksimal mungkin seorang individu, suatu kelompok, atau suatu kejadian, peneliti bertujuan memberikan pandangan yang lengkap dan mendalam mengenai subjek yang akan diteliti.

"Mulyana (2002:147-148) menyebutkan bahwa penelitian kualitatif dalam ilmu komunikasi sebagai perspektif subjektif. Asumsi-asumsi dan pendekatan serta teknik penelitian yang digunakan dalam penelitian ini sangat relevan dengan ciri-ciri dari penelitian yang berperspektif subjektif seperti; (1) sifat realitas yang bersifat ganda, rumit, semu, dinamis (mudah berubah-rubah), dikonstruksikan, dan holistik: pembenaran realitas bersifat relatif, (2) aktor (subyek) bersifat aktif, kreatif dan memiliki kemauan bebas, dimana prilaku komunikasi secara internal dikendalikan oleh individu, (3) sifat hubungan dalam dan mengenai realitas, (4) hubungan peneliti dengan subyek penelitian juga bersifat stara, empati, akrab, interaktif, timbal balik, saling mempengaruhi dan berjangka lama, (5) tujuan penelitian terkait dengan hal-hal yang bersifat khusus, (6) metode penelitian yang deskriptif, (7) analisis bersifat induktif, (8) otentisitas adalah kriteria kualitas penelitian subyektif, dan (9) nilai, etika, dan pilihan moral peneliti melekat dalam proses penelitian."

Studi kasus adalah suatu eksplorasi dari sebuah sistem terbatas atau suatu kasus secara mendetail, pengumpulan data secara mendalam dari informasi-informasi (Creswell, 1998: 61).

Sebagai suatu metode kualitatif, studi kasus mempunyai beberapa keuntungan. Lincoln dan Guba (dalam Mulyana, 2010: 201-202) mengemukakan bahwa keistimewaan studi kasus meliputi hal-hal berikut:

1) Studi kasus merupakan sarana utama bagi penelitian emik, yakni menyajikan pandangan subjek yang diteliti.
2) Studi kasus menyajikan uraian menyeluruh yang mirip dengan apa yang dialami pembaca dalam kehidupan sehari-hari.
3) Studi kasus merupakan sarana efektif untuk menunjukan hubungan antara peneliti dan responden.
4) Studi kasus memungkinkan pembaca untuk menemukan konsistensi internal yang tidak hanya merupakan konsistensi gaya dan konsistensi faktual tetapi juga keterpercayaan (trust wirthinnes).
5) Studi kasus memberikan "uraian tebal" yang diperlukan bagi penilaian atas transferabilitas.
6) Studi kasus terbuka bagi penilaian atas konteks yang terus berperan bagi pemaknaan atas fenomena dalam konteks tersebut.

Creswell mengemukakan bahwa dalam studi kasus melibatkan pengumpulan data yang banyak karena peneliti mencoba untuk membangun gambaran yang mendalam dari suatu kasus. Untuk diperlukan suatu analisis yang baik agar dapat menyusun suatu deskripsi yang terinci dari kasus yang muncul.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan paradigma konstuktivisme dimana peneliti mengkonstruksi realitas secara spesifik, berusaha mengamati, memahami, menciptakan temuan-temuan dan menganalisis propaganda *Save* Babakan Siliwangi Bandung menjelang pemilihan Walikota Bandung 2013. Salah satu karakteristik penelitian kualitatif adalah melakukan pengamatan dan berinteraksi dengan subyek penelitian untuk berusaha memahami bahasa dan tafsiran mereka atas dunianya.

Berdasarkan beberapa kelebihan dari metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus ini, maka di pandang cocok untuk meneliti propaganda *Save* Babakan Siliwangi Bandung menjelang pemilihan Walikota Bandung 2013. Melalui penelitian ini dimungkinkan akan dapat memeperoleh informasi dan data yang bersifat apa adanya (alamiah), menentukan gambaran yang mendalam serta pemahaman yang holistik terhadap propaganda *Save* Babakan Siliwangi Bandung menjelang pemilihan Walikota Bandung 2013.

III. Pembahasan

3.1 Proses *Save* Babakan Siliwangi menjelang Pemilihan Walikota Bandung 2013

Proses awal mulanya *Save* Babakan Siliwangi pertamanya muncul pada era AA Tarmana yaitu pada tahun pada tahun 2002. Pada era AA Tarmana fungsi Babakan Siliwangi bergeser sedikit demi sedikit ke arah ruang komersil. Disitulah mulai adanya perlawanan-perlawanan untuk mempertahankan Babakan Siliwangi sebagai ruang terbuka hijau karena pada dasarnya Babakan Siliwangi merupakan ruang konservasi lingkungan dan kebudayaan. Babakan Siliwangi ini merupakan masalah yang tak kunjung usai dan momentum Pemilihan Walikota itu menjadikan Babakan Siliwangi sebagai isu politis dan isu lingkungan yang menarik perhatian banyak pihak.

Inilah yang menyebabkan Babakan Siliwangi kembali di *blow up* sehingga muncul kembali menjelang Pemilihan Walikota Bandung 2013. Pada awalnya *Save* Babakan Siliwangi ini merupakan sebuah gerakan dari para seniman, budayawan, aktivis lingkungan hidup dan para akademisi yang mendapatkan kabar bahwasanya IMB PT.EGI sudah diturunkan oleh pemerintah Kota Bandung untuk membangun sebuah apartemen namun pada nyatanya IMB tersebut untuk pembangunan restoran di atas lahan restoran yang sebelumnya terbakar, seiring perkembangannya *Save* Babakan Siliwangi di*klaim* sebagai gerakan individu. Disinilah dijadikan kesempatan oleh Ridwan Kamil sebagai media untuk mendapatkan simpati warga kota Bandung menjelang Pemilihan Walikota Bandung 2013 karena posisi beliau sebelumnya adalah salah satu penggerak *Save* Babakan Siliwangi yang sekarang menjadi salah satu calon Walikota Bandung 2013. *Over acting* yang diperlihatkan Ridwan Kamil terlihat jelas ketika dia selalu berpendapat tentang Babakan Siliwangi di berbagai media cetak maupun *online*. Menurut pengamatan peneliti pada saat observasi, *Save* Babakan Siliwangi ini bergerak secara bebas dimana semua pihak tak terkecuali para Calon Walikota berhak untuk ikut dalam bagian dari gerakan *Save* Babakan Siliwangi. Yang membedakan hanyalah maksud dari bagian ini, apakah benar ini merupukan sebuah perjuangan sepenuhnya untuk Babakan Siliwangi? Atau memiliki tujuan lain, tujuan politis misalnya? Karena pada dasarnya peraturan daerah rencana tata tuang wilayah pun penuh dengan muatan politik, sangat wajar apabila *Save* Babakan Siliwangi kembali mencuat menjelang Pemilihan Walikota Bandung 2013.

3.2 Realitass *Save* Babakan Siliwangi menjelang Pemilihan Walikota Bandung 2013

Realitass dari Save Babakan Siliwangi menjelang Pemilihan Walikota Bandung 2013 bisa dikatakan Save Babakan Siliwangi dijadikan sebagai media kampanye untuk mendapatkan dukungan suara oleh beberapa calon walikota Bandung. Hal ini terlihat dari usaha-usaha sadar yang diperlihatkan oleh para Calon Walikota Bandung, salah satu contohnya adalah ketika datangnya Ayi Vivananda kepada para demonstran yang meneriakan Save Babakan Siliwangi pada 1 Juni 2013. Disana Ayi mengatakan akan memperjuangkan untuk mencabut IMB pada PT.EGI apabila ia terpilih sebagai Walikota Bandung dan hal ini juga dikatakan oleh para calon lainnya pada diskusi publik yang peneliti ikuti yang bertempat di ITB. Ini menunjukan bahwasanya begitu menariknya Babakan Siliwangi menjelang Pemilihan Walikota Bandung 2013 dimana Babakan Siliwangi dijadikan sebagai alat meraih simpati masyarakat Kota Bandung untuk peraihan suara dalam Pemilihan Walikota Bandung 2013. Dilihat dari perilaku yang dilihatkan oleh para Calon Walikota Bandung mengenai Save Babakan Siliwangi peneliti menyimpulkan bahwa perilaku mereka ada yang terbuka maupun diam-diam atau tidak secara langsung mendeklarasikan kepeduliannya terhadap Babakan Siliwangi.

Save Babakan Siliwangi memiliki kaitan yang kental dengan kepentingan politik, ini terbukti karena selalu muncul menjelang pemilihan Walikota Bandung. Selain itu PERDA RTRW penuh dengan politik, didalamnya ada pembicaraan-pembicaraan politik dan Babakan Siliwangi termasuk di dalamnya. Indikasi Save Babakan Siliwangi dijadikan sebagai kendaraan politik dapat disimpulkan bahwa memang bagi beberapa Calon walikota Bandung 2013 Save Babakan Siliwangi dijadikan sebagai kendaraan politiknya. Karena pada dasarnya apapun isu yang di

angkat mengenai Babakan Siliwangi memiliki nilai plus bagi para Calon Walikota Bandung 2013. Hal ini disebabkan karena Babakan Siliwangi sudah banyak di akui dunia contohnya oleh Tunza dan UNEP dari PBB dan begitu banyaknya lapisan-lapisan masyarakat Kota Bandung yang mempedulikan Babakan Siliwangi untuk tetap menjadi ruang terbuka Hijau yang ada di Kota Bandung. Kemudian Babakan Siliwangi sudah di sedemikian rupa sehingga Babakan Siliwangi menjadi lahan rebutan kepentingan entah itu kepentingan komersil dan kepentingan politik.

Salah satu Calon Walikota Bandung 2013 yang memanfaatkan Babakan Siliwangi sebagai kendaraan politiknya menjelang Pemilihan Walikota Bandung 2013 adalah Ridwan Kamil. Dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti pada informan penelitian menyatakan bahwa banyak yang dilakukan oleh Ridwan Kamil mengenai Babakan Siliwangi diantaranya dengan membangun Florest Walk di sekitar Babakan Siliwangi, namun manfaatnya masih dipertanyakan dan tidak sesuai dengan yang sudah direncanakan.

Propaganda memang sebuah usaha yang yang konsisten seperti yang dikatakan Edward Bernays pada tahun 1928 dia menggambarkan propaganda sebagai suatu usaha yang konsisten untuk menciptakan atau membentuk suatu peristiwa agar peristiwa itu dapat mempengaruhi relasi di kalangan public dengan suatu ide tertentu, kelompok, organisasi, atau perusahaan. (Bernays 2004). Disinilah kita menyadari bahwasanya usaha-usaha para Calon Walikota Bandung 2013 mengenai Save Babakan Siliwangi dilakukan dengan konsisten baik melalui individu ataupun organisasi. Ridwan Kamil dengan BCCFnya, Budi Dalton dengan BrotherHoodnya dan Ayi Vivananda dengan Komunitas Peduli Cikapundungnya, itu merupakan salah satu contoh bahwasanya propaganda bisa terjadi melalui sebuah gerakan individu ataupun kelompok untuk mencapai sebuah misi yang sudah direncanakan.

Pada dasarnya kita harus mengetahui keberadaan politik ekologi yang menjelaskan bahwa kerusakan lingkungan dan konflik tidak terlepas dari aspek kepentingan politik-ekonomi. Cara pandang ini berusaha menjelaskan masalah kerusakan lingkungan dengan memperhitungkan aspek kekuasaan, keadilan distribusi, cara pengontrolan, kepentingan jejaring lokal-nasional-global, kesejarahan, gender, dan peran aktor (Peluso dan Watts, 2001). Ketajaman perspektif politik ekologi terlihat dalam cara memahami kerusakan lingkungan sebagai akibat dari praktik kekuasaan dan pasar. Kasus konflik yang bersangkutan dengan lingkungan hidup selalu terkait dengan kepentingan politik, ekonomi, pasar, dan terutama tentang cara pengontrolan terhadap pengelolaan sumber daya alam. Selain itu, menurut hasil wawancara dan observasi yang peneliti ikuti bahwasanya di Babakan Siliwangi itu tersimpan sebuah kekayaan alam berupa sumber mata air mineral murni dan inilah salah satu alasan yang menjadikan Babakan Siliwangi sebagai lahan rebutan.

IV Simpulan

Berdasarkan uraian pada bab sebelumnya maka, peneliti dapat mengemukakan beberapa hal yang ditarik sebagai kesimpulan-kesimpulan dari uraian yang telah dijabarkan sebelumnya sebagai berikut :

1. **Proses** *Save* Babakan Siliwangi menjelang Pemilihan Walikota Bandung 2013 berkembang ditengah-tengah masyarakat Kota Bandung. Polemik Babakan Siliwangi bermula ketika era AA Tarmana yaitu 2002 yang sampai sekarang menjadi polemik yang tidak tertuntaskan sehingga terkesan pasang surut. Pergeseran fungsi Babakan Siliwangi sebagai ruang terbuka hijau di Kota Bandung ke arah ruang komersil menjadi awal mulanya polemik Babakan Siliwangi di tengah masyarakat Kota Bandung lalu berkembang dan munculah *graffiti* untuk memperkuat kepedulian masyarakat Kota Bandung terhadap Babakan Siliwangi karena seperti yang kita ketahui banyak pihak yang memperhatikan Babakan Siliwangi diantaranya seniman, budayawan, pemerhati lingkungan dan para akademisi. Ini tak lepas dari usaha mereka untuk mempertahankan Babakan Siliwangi sebagai ruang terbuka hijau yang ada di Kota Bandung untuk tidak mengalihfungsikan Babakan Siliwangi sebagai salah satu daerah resapan air yang ada di Kota Bandung dan sebagai warisan leluhur yang harus dijaga kelestariannya sebagai salah satu tempat yang sakral.

2. **Realita** dari *Save* Babakan Siliwangi menjelang Pemilihan Walikota Bandung 2013 bisa dikatakan *Save* Babakan Siliwangi dijadikan sebagai media propaganda untuk mendapatkan dukungan suara oleh beberapa calon Walikota Bandung dengan berbagai cara. Ini merupakan sebuah usaha sadar yang dilakukan oleh para Calon Walikota Bandung dengan melakukan kegiatan seputar Babakan Siliwangi, baik atas nama personal maupun organisasi yang digelutinya. Karena Babakan Siliwangi

banyak yang memperhatikan dan ini dijadikan kesempatan sebagai gerakan cari muka oleh para Calon Walikota Bandung 2013 kepada masyarakat Kota Bandung yang pada akhirnya penyelesaiannya terkesan pasang surut. Dan polemik Babakan Siliwangi selalu muncul menjelang Pemilihan Kepala Daerah.

Pada dasarnya Propaganda *Save* Babakan Siliwangi menjelang Pemilihan Walikota Bandung 2013 merupakan sebuah polemik musiman yang ada di Kota Bandung. Isu ini selalu muncul ketika menjelang Pemilihan Kepala Daerah. Memperjuangkan Babakan Siliwangi sebagai ruang terbuka hijau sudah menjadi keharusan bagi masyarakat Kota Bandung. Bagi beberapa Calon Walikota Bandung 2013 Babakan Siliwangi dijadikan sebagai kendaraan politiknya. Pada dasarnya semakin banyak orang yang mempedulikan Babakan Siliwangi, semakin besar pula peluang dipertahankannya Babakan Siliwangi sebagai ruang terbuka hijau yang ada di Kota Bandung.

DAFTAR PUSTAKA

Anggota IKAPI. 2009. Perlindungan Dan Pengelolaan Lingkungan Hidup. Bandung: FokusMedia.

Arifin, Anwar. 2003. Komuniksi Politik, Paradigma-Teori-Aplikasi-Strategi & Komunikasi Politik Indonesia. Bandung: Balai Pustaka.

Ardianto Elvinaro, 2011. Metode Penelitian Public Relations. Bandung: Sembiosa Rekatama Media.

Creswell, Jhon W., 1998. Qualitatif Inquiry and Research Design; hoosing Among Five Traditions, Sage Publication, California.

Effendi, Onong Uchjana. 2006. Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Fisher, B. Aubrey., Penerjemah: Sujono Trimo, 1986. Teori-Teori Komunikasi. Perspektif Mekanistis, Psikologis, Interaksional, dan Pragmati. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.

Gazali, Effendi. 2005. Strategi Komunikasi Politik Memenangkan Hati Publik (dalam Pilkada Langsung), Jakarta: Departemen Ilmu Komunikasi, Universitas Indonesia

Gazali, Effendi. 2004. Pemuda, Demokrasi & Pendidikan Politik : Tinjauan Komunikasi Politik , Jakarta : Departemen Ilmu Komunikasi, Universitas Indonesia

Hidayat, Herman. 2011. Politik Ekologi : Pengelolaan Taman Nasional Era Otda. Bandung: LIPI Press.

Liliweri, Ato. 2011. Komunikasi Serba Ada Serba Makna. Jakarta: Kencana.

Miles, Matthew dan Huberman, A. Michael. 1992. Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber Tantang Metode-Metode Baru. Jakarta:UI Press.

Moleong, Lexy J., 2002. Metodelogi Penelitian Kualitatif, Bandung, PT. Remaja Rosda Karya.

Mubarok, M.Mufti. 2005. Sukses Pilkada, Jurus Memenangkan Pilkada Langsung. Surabaya: Jaya Pustaka Media Utama.

Mulyana, Deddy. 2010. Metode penelitian kualitatif. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Nurudin. 2008. Komunikasi Propaganda. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Nurudin. 2008. Sistem Komunikasi Indonesia. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.

Pawito. 2009. Komunikasi politik media massa dan kampanye pilihan. Yogyakarta & Bandung: Jalasutra.

Rakhmat, Jalaluddin. 2002. Metode Penelitian Komunikasi. Bandung: Remaja Rosda Karya.

Sugiyono. 2009. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D. Bandung: PT Alfabeta.

Venus, Antar. 2007. Manajemen Kampanye. Bandung: PT. Simbiosa Rekatama Media.

Sumber lain :

Bayu Deva Adji Akbar, Universitas Nasional, Jakarta, 2005. Propaganda media massa AS CNN era pemerintahan G.W Bush 2000-2004 (studi kasus invasi as ke irak).

Laksmi T. Darmoyono, ST. 2004. Kasus Babakan Siliwangi Suatu Proses Pembelajaran Masyarakat.

Laporan Studi Kasus oleh Yani Kusmarni

Undang-Undang Dasar 1945 Setelah Amandemen

WALHI JABAR

Sumber internet :

http://www.mongabay.co.id/2013/02/04/upaya-penyelamatan-hutan-kota-babakan-siliwangi/#ixzz2OtzMxKVz [20/03/2013]

http://arenindonesia.wordpress.com/zgreen-party/ [27/03/2013]

http://dellyasterina.blogspot.com/2013/02/mari-save-babakan-siliwangi.html [7/04/2013]

http://id.prmob.net/propaganda/amerika-serikat/edward-bernays-1081404.html [12/04/2013]

http://bisnis-environment.blogspot.com/2011/03/kerusakan-lingkungan-dan-politik.html [22/04/2013]

http://mahmudisiwi.staff.ipb.ac.id/2010/07/29/beda-ekologi-politik-dan-politik-lingkungan/ [29/04/2013]