STRATEGI KOMUNIKASI *WORLD WIDE FUND FOR NATURE (WWF)*

(Studi Deskriptif Tentang Strategi Komunikasi *World Wide Fund For Nature (WWF)* Dalam Mensosialisasikan Pelestarian Lingkungan Kepada Peserta Sosialisasi di Bumi Panda Bandung)

ARTIKEL

Oleh,

Yudha Adi Purnama

NIM. 41810047

PROGAM STUDI ILMU KOMUNIKASI KONSENTRASI HUMAS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA
BANDUNG

2014

ABSTRAK

STRATEGI KOMUNIKASI *WORLD WIDE FUND FOR NATURE (WWF)* (Studi Deskriptif Tentang Strategi Komunikasi *World Wide Fund For Nature (WWF)* Dalam Mensosialisasikan Pelestarian Lingkungan Kepada Peserta Sosialisasi di Bumi Panda Bandung)

Oleh:
Yudha Adi Purnama
NIM. 41810047

Skripsi ini dibawah bimbingan
Desayu Eka Surya, S.Sos., M.Si

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi yang dilakukan oleh *WWF* Bumi Panda Bandung dalam mensosialisasikan pelestarian lingkungan kepada peserta sosialisasi, untuk menjawab penelitian tersebut, maka diangkat sub fokus perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk menganalisa fokus penelitian yaitu Strategi Komunikasi *World Wide Fund For Nature (WWF)* di Bumi Panda Bandung Dalam Mensosialisasikan Pelestarian Lingkungan Kepada Peserta Sosialisasi.

Pendekatan Penelitian kualitatif dengan metode deskrptif, subyek penelitian adalah anggota *World Wide Fund For Nature (WWF)* Bumi Panda yang berada di Kota bandung dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, diperoleh informan sebanyak 4 (empat) orang, dan informan pendukung sebanyak 2 (dua) orang. Teknik pengumpulan data yaitu: tinjauan pustaka, penelusuran data online, observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Teknik analisa data dengan mereduksi data, mengumpulkan data, menyajikan data, menarik kesimpulan dan evaluasi. Uji keabsahan data yang dilakukan adalah triangulasi dan *member check*.

Hasil penelitian: Perencanaan Komunikasi yang dilakukan oleh *(WWF)* Bumi Panda Bandung adalah dengan menyusun kegiatan dalam jangka panjang, melakukan *meeting* untuk membahas materi yang akan di publikasikan dan melakukan tahap 5 *step*. **Manajemen Komunikasi** yang telah dilakukan *WWF* Bumi Panda Bandung dengan menggunakan beberapa sumberdaya komunikasi diantaranya: majalah, *website* dan *twitter* sebagai sarana publikasi dan informasi mengenai kegiatan *WWF*. **Strategi Komunikasi** yang dilakukan *WWF* Bumi Panda Bandung dilihat dari proses bagaimana perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi yang sudah dilakukan untuk mencapai visi dan misinya

Kesimpulan penelitian ini menunjukan bahwa *WWF* Bumi Panda melakukan strategi komunikasi dalam kegiatan sosialisasinya yang bertujuan agar anggota *WWF* dapat merencanakan dan memanage segala kegiatannya dan bisa memberikan segala informasi kepada peserta sosialisasi untuk bersama-sama melestarikan lingkungan.

Saran untuk *WWF* Bumi Panda dapat ditambahkan dengan media milik sendiri untuk Bumi Panda agar dapat mempublikasikan kegiatannya lebih maksimal. Dan agar lebih bervariasi, disarankan untuk melaksanakan kegiatan sosialisasi yang dilakukan *WWF* Bumi Panda di lokasi *outdoor*.

Kata kunci: Strategi Komunikasi, Perencanaan Komunikasi, Manajemen Komunikasi

ABSTRACT

World Wide Fund For Nature (WWF) Communication Strategy (Descriptive study of the World Wide Fund For Nature Communication Strategy in Bumi Panda Bandung to Socialize Nature Conservation to Participants in* Bumi Panda Bandung*)

by:
YudhaAdiPurnama
NIM. 41810047

Under supervision of:
DesayuEka Surya, S.Sos.,M.Si

The purpose *of this research is to understand the communication strategy of WWF in Bumi Panda Bandung to socialize nature conservation to participants attending the socialization. To answer the research question, subfocus of communication planning and management are employed to analyze the focus of the research, which is the communication strategy of WWF in Bumi Panda Bandung to socialize nature conservation to socialization participants.*

This research utilizes *descriptive methods, with members of WWF Bumi Panda in Bandung as the subjects. By using purposive sampling technique, four informants emerged with two supporting informants in addition to that. Data collection techniques include: literature review, online data collection, observation, in-depth interview and documentation. Data analysis in this research is done by reducing, collecting, presenting, summarizing and evaluating data. Triangulation and member check are used to test the validity of data.*

Results of the research: Planning Communication *is done by (WWF) Earth Panda Bandung is to develop long-term activity, conduct meetings to discuss the matter which will be published and perform step 5 stages.* ***Communication management*** *has done Bandung Panda WWF Earth by using some communication resources including: magazines, websites, and Twitter as a means of publications and information about the activities of the WWF.* ***Communication Strategy*** *WWF Panda Bandung Earth seen from how the process of communication and communication management planning has been done to achieve the vision and mission*

The conclusion *of this research indicate wwf bumi panda conducting communication strategy in their socialization in order to make the WWF member could plan and manage all of their activities and give the informations to the participant to conserve nature along with WWF.*

Suggestion for *WWF bumi panda is, they need to have their own media properties for Bumi panda in order to maximize publication activities. Moreover, to vary the publication activites, outdoor socialization activities need to be conducted by WWF Bumi Panda.*

Keywords: communication strategy, Communication planning, management communication

1. Latar Belakang

Sesungguhnya suatu strategi adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan, guna mencapai tujuan. Jadi merumuskan strategi komunikasi, berarti memperhitungkan kondisi dan situasi (ruang dan waktu) yang dihadapi di masa depan, guna mencapai efektivitas. Dengan strategi komunikasi ini berarti dapat ditempuh beberapa cara memakai komunikasi secara sadar untuk menciptakan suatu perubahan pada diri khalayak dengan mudah dan cepat.

Jika berbicara tentang strategi komunikasi, berarti berbicara tentang bagaimana sebuah perubahan diciptakan pada khalayak dangan mudah dan cepat. Perubahan merupakan hasil proses komunikasi yang tidak mungkin dihindarkan. Semua pihak berkomunikasi, mau tidak mau pasti mengalami perubahan, baik perubahan kecil maupun besar. Bahkan komunikasi dapat merubah citra seseorang atau kelompok untuk mengenal dirinya sendiri maupun mengenal lingkungannya. Itulah sebabnya komunikasi memiliki kedudukan yang sangat strategis dalam keseluruhan perubahan masyarakat atau perubahan sosial. Sebagaimana diketahui bahwa proses perubahan sosial itu bejalan tanpa henti, baik yang terjadi secara spontan maupun karena disengaja. Proses sosial yang disengaja dapat dilihat dari usaha pembaharuan *(inovasi)* dan pembangunan yang dilakuakan oleh masyarakat.

Strategi komunikasi bukanlah hal yang mudah untuk dilakukan oleh siapapun, demikian juga oleh *World Wide Fund For Nature (WWF)* Bumi Panda Bandung. Karena melakukan suatu strategi komunikasi sangat beragam, apakah dilakukan secara langsung atau tidak langsung, baik itu secara *face to face* ataupun melalui media-media publikasi lainnya. Bagaimana dengan badan dimana peneliti melakukan penelitian yaitu *World Wide Fund For Nature (WWF).* Apakah mereka melakukan strategi komunikasi tersebut dalam mensosialisasikan pesan-pesan yang akan mereka sampaikan kepada peserta kegiatannya, agar terciptanya suatu perubahan dimana *World Wide Fund For Nature (WWF)* ini memiliki tugas untuk

mensosialisasikan pentingnya pelestarian lingkungan. Melestarikan lingkungan hidup merupakan kebutuhan yang tidak bisa ditunda lagi. Pelestarian Lingkungan bukan hanya menjadi tanggung jawab pemerintah atau pemimpin negara saja, melainkan tanggung jawab setiap manusia di bumi, dari balita sampai manula. Setiap orang harus melakukan usaha untuk menyelamatkan lingkungan hidup di sekitar kita. Sesuai dengan kapasitasnya masing-masing. Sekecil apa pun usaha yang kita lakukan, sangat besar manfaatnya bagi terwujudnya bumi yang layak huni bagi generasi anak cucu kita kelak. Upaya pemerintah untuk mewujudkan kehidupan adil dan makmur bagi rakyatnya tanpa harus menimbulkan kerusakan lingkungan, ditindak lanjuti dengan menyusun program pembangunan berkelanjutan yang sering disebut sebagai pembangunan berwawasan lingkungan masih belum bisa mengatasi kerusakan lingkungan, karena diperlukannya kesadaran dari setiap individu untuk menjaga lingkungan sebelum berdampak buruk bagi lingkungannya sendiri.

2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas yang peneliti kemukakan maka peneliti membuat rumusan masalah, sebagai berikut :

1. Bagaimana **Perencanaan Komunikasi** *World Wide Fund For Nature (WWF)* Dalam Mensosialisasikan Pelestarian Lingkungan Kepada Peserta Sosialisasi di Bumi Panda Bandung?
2. Bagaimana **Manajemen Komunikasi** *World Wide Fund For Nature (WWF)* Dalam Mensosialisasikan Pelestarian Lingkungan Kepada Peserta Sosialisasi di Bumi Panda Bandung?

3. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti dalam melaksanakan penelitian ini yaitu metode penelitian deskriptif. Metode deskriptif menurut penjelasan Moh.Nazir adalah :

> “Metode deskriptif bertujuan untuk mendapatkan fakta secara cermat dan faktual mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta berhubungan antar fenomena

yang diselidiki serta mengembanngkan atau memaparkan masalah dan mengadakan analisa yang didasarkan atas hasil pengamatan dari berbagai kejadian" (Nazir,1983:63).

Sedangkan metode deskriptif menurut Djalaludin Rakhmat adalah :

"Metode deskriptif yaitu dengan cara mempelajari masalah-masalah dan tata cara yang berlaku dalam masyarakat, serta situasi-situaso tertentu dengan tujuan penelitian yaitu menggambarkan fenomena secara sistematis, fakta atau karakteristik, populasi tertentu atau bidanng tertentu secara faktual dan cermat."(Rakhmat,1997:22)

Metode penelitian deskriptif ini dilakukan untuk menggambarkan proses atau peristiwa yang sedang berlaku pada saat ini di lapangan yang dijadikan objek penelitian, kemudian data atau informasinnya di analisis sehingga diperoleh suatu pemecahan masalah peneliti menggunakan metode deskriptif ini dikarenakan suatu perhatian pada informan yang menarik dari segi bagaimana para pelaku komunikasi baik komunikator maupun komunikan melakukan interaksi dengan peserta sosialisasi dalam proses sosialisasi yang dilakukan oleh *World Wide Fund For Nature (WWF)* Bumi Panda. Dengan tujuan untuk menggambarkan atau menjelaskan secara faktual dan cermat.

Sementara penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis, dimana paradigma konstruktivis menyatakan bahwa:

Orang menciptakan pengetahuan agar berfungsi secara *pragmatis* dalam kehidupannya. Orang memproyeksikan dirinya kepada apa yang dialaminya. Para konstruktivis percaya bahwa fenomena di dunia dapat dikonseptualisasikan dengan berbagai cara, dimana pengetahuan berperan penting bagi sesorang untuk merekayasa dunia. (Effendy, 2003:330)

4. Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil analisa selama penelitian, mesikipun *WWF* Bumi Panda terbilang sangat baru di kota Bandung dan sampai saat ini Bumi Panda menjadi rumah edukasi dan pusat informasi tentang lingkungan, tetapi mereka mengakui telah melakukan beberapa strategi komunikasi dalam sosialisasi kepada seluruh peserta dan calon *supporternya*. Hal ini dapat dilihat dari adanya program-program tahunan yang dilakukan oleh *WWF* Indonesia yang di informasikan melalui *WWF* Bumi Panda. Karena *WWF* Bumi Panda dijadikan sebagai rumah edukasi dan pusat informasi mengenai lingkungan, maka dari itu seluruh informasi mengenai seluruh kegiatan *WWF* Indonesia dapat diperoleh dengan mudah di dalam lingkungan *WWF* Bumi Panda. Untuk menyebarkan informasi dan menjelaskan cara-cara mengenai pelestarian lingkungan, tentunya dibutuhkan sosialisasi, dimana sosialisasi tersebut melibatkan strategi komunikasi yang bertujuan agar segala tujuan dari visi dan misi *WWF* itu tercapai

Perencanaan komunikator yang dilakukan sebelum kegiatan sosialisasi oleh *WWF* Bumi Panda ini adalah dengan cara menyusun kegiatan yang akan dilakukan selama satu tahun kedepan dimana pada kegiatan tahun ini *WWF* memiliki program tahunan yaitu untuk melestarikan orang utan yang ada di Indonesia dan mencari donasi untuk biaya konservasi orang utan, setelah itu *WWF* Indonesia dan *WWF* Bumi Panda menyaring informasi-informasi apa saja yang akan disampaikan kepada seluruh masyarakat sekaligus melakukan *meeting* yang dilakukan di kantor *WWF* Indonesia di Jakarta dan dihadiri oleh setiap kordinator *WWF* seluruh Indonesia termasuk *WWF* Bumi Panda. Selain menyusun kegiatan dan melakukan perencanaan media yang akan telah dilakukan dalam perencanaanya, *WWF* Bumi Panda melakukan serangkaian tindakan komunikasi dalam kegiatan sosialisasi dengan melakukan 5 *step* yang terdiri dari :

1. ***Approach*** **(Pendekatan)**

   Sebelum melakukan acara sosialisasi, tentunya seluruh anggota organisasi *WWF* Bumi Panda melakukan pendekatan kepada peserta

sosialisasi dan pengunjung Bumi Panda dengan cara menyapa mereka, menanyakan kabar mereka yang bertujuan agar suasana saat sosialiasai tidak terlihat kaku.

2. ***Ice Breaking*** **(Pengenalan)**

   Tahap selanjutnya yaitu pengenalan. Pengenalan yang melibatkan seluruh anggota organisasi bertujuan agar para peserta sosialisasi mengenal seluruh nama anggota *WWF* yang akan melakukan sosialisasi terutama pengenalan terhadap *WWF* Bumi Panda itu sendiri.

3. ***Campaign*** **(Kampanye)**

   Pada tahap inilah seluruh materi dan seluruh kegiatan-kegiatan yang dilakukan *WWF* Bumi Panda ataupun *WWF* Indonesia di bahas dalam sosialisasi lalu disampaikan kepada seluruh peserta sosialisasi dan pengunjung Bumi Panda. informasi-informasi yang disampaikan pun sudah di diskusikan sebelumnya oleh tim dari *WWF* Indonesia. Karena *WWF* tidak bisa menyebarkan informasi secara sembarangan.

4. ***Rehass*** **(Meyakinkan)**

   Dalam tahap ini seluruh anggota *WWF* Bumi Panda meyakinkan para peserta sosialisasinya agar mereka juga mau mengikuti kegiatan-kegiatan atau langkah-langkah untuk melestarikan lingkungan yang sudah dijelaskan oleh *fundraiser* ataupun *team leader* dari *WWF* Bumi Panda.

5. ***Closing*** **(Penutupan/Ucapan Terimakasih)**

   Tahap terakhir adalah penutupan, seluruh anggota *WWF* Bumi Panda harus mengucapkan rasa terimakasihnya kepada peserta sosialisasi atau pengunjung Bumi Panda yang sudah meluangkan waktunya mengikuti kegiatan sosialisasi dan diskusi bersama *WWF* Bumi Panda.

Manajemen komunikasi sangat identik dengan interaksi sosial. Ada kalanya kita harus mampu untuk memposisikan diri dengan tepat dalam situasi tertentu, kita juga harus mampu menghadapi dan menjalin kerjasama dengan orang lain tanpa mencampurnya dengan urusan pribadi. Ini merupakan sebagian alasan diperlukannya sikap professional dalam diri anda masing-masing. Manajemen

komunikasi berada di dalam dan diantara sistem sosial. Manajemen Komunikasi yang telah dilakukan oleh *WWF* Bumi Panda adalah dengan memiliki sumberdaya komunikasi yang berupa media publikasi. Dalam pembahasan mengenai perencanaan komunikasi memang telah dijelaskan beberapa media publikasi yang dimiliki *WWF* Bumi Panda, namun hal tersebut memang perlu dilakukan peningkatan. Selain media publikasi dalam sosial media, sumberdaya komunikasi yang dimiliki *WWF* Bumi Panda antaralain majalah *Living Planet* yang berisikan tentang alam secara keseluruhan baik itu flora fauna, ataupun informasi mengenai keadaan lingkungan di sekitar masyarakat. Semua hal yang berkaitan tentang lingkungan dibahas dalam majal ini. Majalah *Living Planet* terbit setiap empat bulan sekali. Majalah ini hanya di khususkan untuk mereka yang sudah tergabung dalam *supporter WWF* Indonesia, yang memang bertujuan agar *supporter WWF* tidak ketinggalan informasi. Majalah ini tidak diperjual belikan, hanya khusus di sebarkan didalam lingkungan *WWF* saja.

Dalam manajemen komunikasi terdapat unsur-unsur yang mendukung tujuan dari manajemen komunikasi itu sendiri diantaranya meliputi 4P (Penerimaan, Pengolahan, Penyimpanan, dan Penyampaian Informasi). Penerimaan pesan atau informasi yang diterima peserta sosialisasi sudah dinyatakan cukup baik, hal ini dikarenakan dengan adanya orang-orang yang mendukung seluruh kegiatan *WWF* Bumi Panda yang sering disebut *supporter* tentunya menandakan bahwa mereka memahami maksud dan tujuan yang dilakukan oleh *WWF* Bumi Panda. Meskipun hanya segelintir orang yang bergabung menjadi *supporter*, setidaknya pesan yang mereka terima dari para anggota *WWF* Bumi Panda dapat menyadarkan para *supporter* untuk bersama-sama melestarikan lingkungan yang ada di sekitar mereka. Berdasarkan pengolahan informasi yang dilakukan, *WWF* Bumi Panda melakukan rapat terlebih dahulu dengan para kordinator-kordinator *WWF* Indonesia untuk menyiapkan materi dan informasi apa saja yang harus disebarluaskan kepada publik. Mereka mengolah informasi berdasarkan apa yang terjadi dan tanpa rekayasa. Penyimpanan pesan yang *WWF* Bumi Panda dan *WWF* Indonesia lakukan adalah dengan membedakan informasi-informasi yang layak untuk di

sebarkan di media publikasi dan informasi yan harus di sampaikan dalam sosialisasi.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian dari BAB IV yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Perencanaan Komunikasi *World Wide Fund For Nature (WWF)* Di Bumi Panda Bandung

   Perencanaan Komunikasi yang dilakukan oleh *WWF* Bumi Panda sebelum acara sosialisasi adalah dengan cara menyusun kegiatan yang akan dilakukan selama satu tahun kedepan, setelah itu *WWF* Indonesia dan *WWF* Bumi Panda menyaring informasi-informasi apa saja yang akan disampaikan kepada seluruh masyarakat sekaligus melakukan *meeting* yang dilakukan di kantor *WWF* Indonesia di Jakarta dan dihadiri oleh setiap kordinator *WWF* seluruh Indonesia termasuk *WWF* Bumi Panda. Serangkaian tindakan yang dilakukan oleh *WWF* Bumi Panda saat kegiatan sosialisasi yaitu dengan cara 5 *step* yang terdiri dari *Approach* (Pendekatan), *Ice Breaking* (Pengenalan), *Campaign* (Kampanye), *Rehass* (Meyakinkan), *Closing* (Penutupan).
2. Manajemen Komunikasi *World Wide Fund For Nature (WWF)* Di Bumi Panda Bandung

   Manajemen Komunikasi yang telah dilakukan *WWF* Bumi Panda yaitu dengan memiliki sumberdaya komunikasi yang berupa media publikasi antaralain majalah *Living Planet* yang berisikan tentang alam secara keseluruhan baik itu flora fauna, ataupun informasi mengenai keadaan lingkungan di sekitar masyarakat. Semua hal yang berkaitan tentang lingkungan dibahas dalam majalah ini.
3. Strategi Komunikasi *World Wide Fund For Nature (WWF)* Di Bumi Panda Bandung

   Strategi Komunikasi adalah paduan perencanaan komunikasi dengan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dari sekian

banyak upaya perencanaan dan manajemen komunikasi *WWF* Bumi Panda yang telah dijelaskan diatas, dapat disimpulkan dengan adanya kedua unsur tersebut didalam lingkungan organisasi *WWF* Bumi Panda dapat menunjukan bahwa *WWF* Bumi Panda melakukan perencanaan dan manajemen komunikasi demi mencapai tujuan dari visi dan misinya.

6. Daftar Pustaka

A. Buku-buku:

Ardianto, Elvinaro & Erdinaya Lukiati Komala. 2005. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung : Simbiosa Rekatama Media

Arifin, Anwar. 1994. *Strategi Komunikasi*. Bandung : Armindo.

Bungin, Burhan. 2008. *Sosiologi Komunikasi Teori, Paradigma dan Diskursus*. Jakarta: Kencana Pernada Media Group.

Buku Panduan *WWF*, 2012. Fundraiser *WWF*-Indonesia

Cangara, Hafield. 2005. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.

Effendy, Onong Uchjana. 2009. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.

_____. 2011. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Moleong, Lexy J. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.

Mulyana, Deddy. 2000. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.

Nurudin. 2010. *Sistem Komunikasi Indonesia.* Jakarta : PT. RajaGrafindo Persada.

Rakhmat, Jalaludin. 1999. *Metode Penelitian Komunikasi*, Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.

Soekanto, Soerjono. 2005. Sosiologi Suatu Pengantar. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.

Sugiyono, 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* Bandung : Alfabeta.

Zeitlin, Irving M. 1995. *Memahami Kembali Sosiologi.* Yogyakarta : Gajah Mada University Press.

B. Internet

- http://www.rahmatalkafi.com/2012/01/pelestarianlingkungan.html,selasa,18/03/2014,19.40.wib
- http://sanusiadam79.wordpress.com/2013/11/05/kelestarianlingkungan-hidup/Selasa,18/03/2014
- http://www.wwf.or.id/tentang_wwf/whoweare/Rabu,19/03/2014,15:51wib.
- http://www.plasticoceans.net/wp-content/uploads/WWF-logo.gif
- http://www.wwf.or.id/tentang_wwf/whoweare/Rabu,19/03/2014,15:51.wib
- http://communicationdomain.wordpress.com/2011/03/13/konsep-dasar-perencanaan-komunikasi/sabtu,29/03/2014,pukul.21:19
- http://communicationdomain.wordpress.com/2010/12/18/pengantar-ilmu-manajemen-komunikasi/sabtu,29/03/2014.pukul:21:18

C. Karya ilmiah

Mukhlisin, Ibnu. 2010. *Strategi Komunikasi Badan Keluarga Berencana Pemerintah Kota Bekasi Dalam Mensosialisasikan Program Keluarga Berencana di Kota Bekasi.* Bandung : Universitas Komputer Indonesia.

Sulistiati, Tri. 2011. *Strategi Komunikasi Korporat dalam Meningkatkan Employee Engagement di PT Carrefour Indonesia.* Jatinangor : Universitas Padjajaran.

Laksono, Dwi. 2012. *Strategi Komuniasi Dalam Usaha Pelestarian Satwa Liar*. Bandung : Universitas Komputer Indonesia.