BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Tinjauan Penelitian terdahulu adalah referensi referensi yang berkaitan dengan informasi penelitian. Penelitian terdahulu ini berupa hasil penelitian yang sudah dilakukan, penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai bahan acuan, antara lain :

Tabel 2.1

Tinjauan Penelitian Terdahulu

No.	Nama/Tahun / Uraian	Ibnu Mukhlisin	Ardis Tri Sulistiati	Dwi Laksono
		2010	2011	2012
1.	**Universitas**	UNIKOM Bandung	UNPAD Bandung	UNIKOM Bandung
2.	**Judul Penelitian**	‘Strategi Komunikasi Badan Keluarga Berencana Pemerintah Kota Bekasi Dalam Mensosialisasikan Program Keluarga Berencana di Kota Bekasi”	“Strategi Komunikasi Korporat dalam Meningkatkan Employee Engagement di PT Carrefour Indonesia”	**“**Strategi Komuniasi Dalam Usaha Pelestarian Satwa Liar”
3.	**Tujuan Penelitian**	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses	Untuk mengetahui bagaiman strategi

		bagaimana strategi komunikasi Badan Keluarga Berencana Pemerintah Kota Bekasi dalam mensosialisasikan program keluarga berencana di kota Bekasi.	penyusunan hingga pelaksanaan dari strategi komunikasi PT Carrefour Indonesia dalam meningkatkan employee engagement di perusahaannya.	komunikasi dalam usaha pelestarian satwa liar dengan rumusan masalah adalah Bagaimana Strategi Komunikasi yang digunakan oleh Lembaga Konservasi Satwa Bagi Kehidupan, dalam usaha pelestarian satwa liar.
4.	**Metode Penelitian**	Penelitian ini menggunakan pendekatn kualitatif dengan metode deskriptif. Data diperoleh melaui wawancara, observasi, studin pustaka dan pencarian di internet. Informan penelitian ini adalah anggota BKBPP Kota Bekasi yang bertugas dalam sosialisasi program keluarga berencana yang berjumlah 6 (enam) orang, berdasarkan Teknik sampling total sampling dari subyek penelitian sebanyak 6 (enam) orang. Teknik analisis data adalah penyeleksian data, reduksi data, klasifikasi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.	Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini berasal dari internal perusahaan sejumlah dua orang yaitu Ibu Dewi Ichtiarianti selaku *Corporate Communication Manager* PT Carrefour Indonesia dan Bapak Adjie Srihandoyo selaku *Corporate Afairs Directo*r, dan Bapak Pamrihadi Wiraryo.	Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Sebagai obyek penelitian untuk menjawab permasalahan, maka peneliti mengambil informan 7 (tujuh) orang staf Lembaga Konservasi Satwa Bagi Kehidupan, Malang sehingga dalam pengambilan sampel menggunakan total sampling , juga pada staf Lembaga Konservasi Satwa Bagi Kehidupan dengan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi.

5.	**Hasil Penelitian**	Hasil penelitian menunjukkan BKBPP Kota Bekasi memiliki rencana yang telah disusun dengan melihat situasi dan kondisi dilapangan, melalui pesan yang bersifat informatif dan persuasif dan melakukan kegiatan pelayanan khusus dengan kerjasama dengan mitra kerja untuk mencapai tujuan yaitu terwujudnya visi Badan Keluarga Berencana Pemerintah Kota Bekasi melalui sosialisasi program KB dengan penggunaan media massa untuk menyampaikan informasi tentang program KB kepada sasaran yang dituju.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa divisi komunikasi korporat PT Carrefour Indonesia terutama internal komunikasi harus menunjukan eksistensinya di dalam perusahaan serta ditambah dengan banyaknya kesimpangsiuran informasi dari manajemen kepada karyawan (associate). Konsep strategi dengan menambah saluran komunikasi internal dan juga strategi more listening dari pihak manajemen kepada karyawan menjadi hal yang akan dilakukan dalam setiap kegiatan.	Bahwa strategi komunikasi dalam usaha pelestarian satwa liar yang paling dominan di gunakan oleh Lembaga Konservasi adalah komunikasi langsung yaitu penyuluhan dengan media bantu berupa slide film, brosur, poster dan juga aksi demonstrasi serta pesan yang sering disampaikan adalaj mengenai pelestarian satwa liar.
6.	**Kesimpulan**	Berdasarkan hasil pengolahan data dan penyajian data maka dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi BKBPP Kota Bekasi dalam sosialisasi program KB lebih banyak menggunakan media massa dan pendekatan pendekatan baik secara individu	Kesimpulan berdasarkan hasil penelitian ini adalah strategi komunikasi korporat dilakukan melalui sebuah proses hingga pada bentuk keputusan dari strategi dan mekanisme program kerja serta evaluasi. Dengan melaksanakan strategi tersebut	Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi dalam usaha pelestarian satwa liar yang paling dominan di gunakan oleh Lembaga Konservasi Satwa Bagi Kehidupan, Malang adalah komunikasi

		maupun kelompok serta peningkatan kualitas pelayanan program KB dengan penambahan petugas lapangan.	diharapkan komunikasi internal di dalam perusahaan akan semakin solid dan menciptakan kenyamanan kerja yang lebih baik.	langsung yaitu penyuluhan dengan media bantu berupa slide film, brosur dan poster dan juga aksi demonstrasi serta pesan yang sering di sampaikan adalah mengenai masalah pelestarian satwa liar.

Sumber : Peneliti 2014

2.1.2 Tinjauan Mengenai Komunikasi

2.1.2.1 Pengertian Komunikasi

Menurut Carl Hovland, Komunikasi adalah suatu proses melalui mana seseorang (komunikator) menyampaikan stimulus (biasanya dalam bentuk kata-kata) dengan tujuan mengubah atau membentuk perilaku orang-orang lainnya (khalayak). (Effendy,2011:10)

Komunikasi adalah proses penyampaian informasi, gagasan, emosi, keahlian dan lain-lain. Melalui penggunaan simbol-simbol seperti kata-kata, gambar-gambar, angka-angka dan lain-lain. (Berelson dan Stainer, 1964).

Lasswell mengungkapkan bahwa Komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses yang menjelaskan siapa, mengatakan apa, dengan saluran apa, kepada siapa? Dengan akibat apa atau hasil apa? (Who? Says what? In which channel? To whom? With what effect? (Effendy,2011:10)

Komunikasi adalah suatu proses yang membuat sesuatu dari yang semula dimiliki oleh seseorang (monopoli seseorang) menjadi dimiliki oleh dua orang atau lebih. (Gode, 1959).

Komunikasi timbul didorong oleh kebutuhan-kebutuhan untuk mengurangi rasa ketidakpastian, bertindak secara efektif, mempertahankan atau memperkuat ego. (Barnlund, 1964).

Komunikasi adalah suatu proses yang menghubungkan satu bagian dengan bagian lainnya dalam kehidupan. (Ruesch, 1957).

Komunikasi adalah seluruh prosedur melalui mana pikiran seseorang dapat mempengaruhi pikiran orang lainnya. (Weaver, 1949).

2.1.2.2 Unsur-Unsur Komunikasi

Paradigma Harold D. Lasswell menunjukan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan sebagai berikut ”*Who Says What in Which Channelto Whom With What Effect?”* (Effendy,2009:10) yaitu :

1. Komunikator.

   Komunikator adalah pihak yang menyampaikan atau mengirm pesan kepada khalayak karena itu komunikator biasa di sebut pengirim, sumber, *source*, atau *encoder*. (Cangara,2005:81).

2. Pesan.

   Pesan (*massage*) dalam komunikasi tidak lepas dari simbol dan kode, karena pesan yang di kirim oleh komunikator kepada penerima terdiri atas rangkaian simbol dan kode baik secara verbal maupun non verbal.(Cangara,2005:93)

3. Media.

   Media adalah alat atau sarana yang di gunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan. (Cangara,2005:119).

4. Komunikan.

   Komunikan biasa di sebut dengan penerima, sasaran, pembaca, pendengar, penonton, pemirsa, decoder, atau khalayak. Komunikan dalam studi komunikasi bisa berupa individu, kelompok, dan masyarakat. (Cangara,2005:135).

5. Efek.

   Efek atau pengaruh adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan dan di lakukan sebelum dan sesudah menerima pesan. (Cangara,2005:147).

2.1.2.3 Fungsi Komunikasi

Fungsi komunikasi adalah potensi yang dapat di gunakan untuk memenuhi tujuan – tujuan tertentu. Komunikasi sebagai ilmu, seni, dan lapangan kerja sudah tentu memiliki fungsi yang dapat di manfaatkan oleh manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. (Cangara,2005:55).

Menurut Harold Laswell sebagaimana telah dikutip oleh Nurudin, secara terperinci fungsi – fungsi komunikasi sebagai berikut:

1. Penjagaan atau pengawasan lingkungan (*surveilance of the environtment*), fungsi ini di jalankan oleh para diplomat, atase dan korespondenluarnegri sebagai usaha menjaga lingkungan.

2. Menghubungkan bagian – bagian yang terpisah dari masyarakat untuk menanggapi lingkungan (*correlation of the part of the society in respond in to the environtment*).

3. Menurunkan warisan sosial dari generasi ke generasi berikutnya (*transmission of the social herilage*) fungsi ini di jalankan oleh para

> pendidik di dalam pendidikan formal atau informal karena terlibat mewariskan adat kebiasaan, nilai dari generasi ke generasi. (Nurudin,2010:14)

Charles R. Wright (1988), sebagaimana dikutip oleh Nurudin, menambahkan satu fungsi, yaitu *entertainment* (hiburan) yang menunjukan pada tindakan – tindakan komunikatif yang terutama sekali di maksudkan untuk menghibur dengan tidak mengindahkan efek – efek instrumental yang di milikinya. (Nurudin,2010:16).

2.1.3 Tinjauan Mengenai Sosialisasi

2.1.3.1 Pengertian Sosialisasi

Sosialisasi berperan dalam membentuk kepribadian seseorang. Kepribadian seseorang dipengaruhi oleh nilai dan norma sosial kebudayaan yang berlaku di lingkungan sekitar. Nilai dan norma sosial yang berlaku dalam masyarakat diperkenalkan kepada generasi selanjutnya melalui proses sosialisasi. Melalui proses sosialisasi ini, masyarakat dapat mewariskan nilai dan norma sosial budaya pada generasi selanjutnya. Kepribadian seseorang diperoleh karena adanya proses sosialisasi ketika individu belajar dari lingkungan sosial sedikit demi sedikit. Sosialisasi yang terjadi didalam lingkungan masyarakat termasuk sosialisasi Ekstrinsik., yaitu Faktor ekstrinsik ini berupa faktor lingkungan sosial budaya, tempat seorang individu hidup dan melaksanakan pergaulan dengan warga masyarakat yang lain. Adapun kondisi faktor ekstrinsik antara lain, kondisi lingkungan masyarakat setempat, kondisi lingkungan pergaulan, kondisi lingkungan

pendidikan, kondisi lingkungan pekerjaa, kondisi lingkungan masyarakat luas, termasuk sebagai sarananya adalah media massa baik media massa cetak maupun elektronik. (Soekanto,2005:18)

Dalam buku **Prof. Dr. H.M. Burhan Bungin** yaitu sosiologi komunikasi, *Bruce J. Cohen* berpendapat bahwa Sosialisasi adalah proses-proses manusia mempelajari tata cara kehidupan dalam masyarakat untuk memperoleh kepribadian dan membangun kapasitasnya agar berfungsi dengan baik sebagai individu maupun sebagai anggota. (Bungin Burhan, 2008 : 31)

2.1.4 Tinjauan Mengenai Strategi Komunikasi

2.1.4.1 Pengertian Strategi Komunikasi

Strategi pada hakikatnya adalah perencanan *(planning)* dan Manajmen untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukan bagaimana taktik operasionalnya. Demikian pula dengan strategi komunikasi yang merupakan paduan perencanaan komunikasi *(communication planning)* dengan manajmen komunikasi *(communication management)* untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi komunikasi ini harus mampu menunjukan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, dalam arti bahwa pendekatan *(approach)* bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung pada situasi dan kondisi (Effendy,2011:32)

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 dan yang akan mungkin dihadapi di masa depan, guna mencapai efektivitas. Dengan strategi komuniaksi ini, berarti dapat ditempuh beberapa cara memakai komunikasi secara sadar untuk menciptakan perubahan pada diri khalayak dengan mudah dan cepat (Arifin Anwar,1994:10). Berikut ini adalah pengaplikasian teori strategi komunikasi :

2.1.4.2 Pengertian Mengenai Perencanaan Komunikasi

Perencanaan komunikasi adalah pernyataan tertulis mengenai serangkaian tindakan tentang bagaimana suatu kegiatan komunikasi akan atau harus dilakukan agar mencapai perubahan perilaku sesuai dengan yang kita inginkan. Karena kegiatan komunikasi pada dasarnya berupa penyampaian informasi (pesan) oleh komunikator kepada komunikan, maka perencanaan komunikasi terutama menyangkut pada perencanaan komunikator, perencanaan pesan, dan perencanaan media. Pernyataan tertulis tentang segala sesuatu yang akan atau harus dilakukan dalam suatu kegiatan komunikasi tentu saja tidak sekadar paparan begitu saja, tetapi harus merupakan uraian sistematik dan rinci sehingga bisa dijadikan pedoman dalam pelaksanaannya. Suatu perencanaan (termasuk perencanaan komunikasi) yang baik adalah suatu perencanaan yang benar-benar dapat digunakan sebagai pedoman yang dapat membantu memperudah pelaksanaan suatu kegiatan. Mengapa

demikian, sebab tidak tertutup kemungkinan bahwa dalam suatu kegiatan komunikasi orang-orang yang terlibat dalam suatu proses perencanaan belum tentu sekaligus terlibat sebagai pelaksana, dan sebalinya para pelaksana kegiatan komunikasi bisa saja bukan merupakan orang-orang yang terlibat dalam proses perencanaannya. Oleh karena itu, antara kegiatan perencanaan dengan kegiatan pelaksanaan dapat berupa dua kegiatan yang masing-masing berdiri sendiri walaupun kedua-duanya berada dalam satu naungan kegiatan yang sama.[1]

2.1.4.3 Pengertian Mengenai Manajemen Komunikasi

> Menurut Parag Diwan (1999) mengatakan bahwa, Manajemen komunikasi adalah proses penggunaan berbagai sumber daya komunikasi secara terpadu melalui proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengontrolan unsur-unsur komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.[2]

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 meliputi 4P (Penerimaan, Pengolahan, Penyimpanan, dan Penyampaian Informasi) dalam sub-sub sistem sosial, diantaranya adalah individu, kelompok, organisasi, massa, dan masyarakat.

---

[1] http://communicationdomain.wordpress.com/2011/03/13/konsep-dasar-perencanaan-komunikasi/sabtu,29/03/2014,pukul.21:19

[2] http://communicationdomain.wordpress.com/2010/12/18/pengantar-ilmu-manajemen-komunikasi/sabtu,29/03/2014.pukul:21:18

2.1.5 Tinjauan Mengenai Pelestarian Lingkungan

2.1.5.1 Pengertian Pelestarian Lingkungan

Lingkungan adalah sesuatu yang ada di sekitar manusia yang dapat memengaruhi kehidupan manusia. Lingkungan hidup adalah kesatuan ruang dengan benda dan kesatuan mahluk hidup termasuk manusia terlibat di dalamnya. Manusia harus menyadari bahwa lingkungan merupakan sarana pengembangan hidup yang harus dijaga kelestariannya. Dalam lingkungan hidup terdapat ekosistem, yaitu tatanan unsure lingkungan hidup yang merupakan kesatuan utuh menyeluruh dan saling mempengaruhi dalam membentuk keseimbangan, stabilitas, dan produktivitas lingkungan hidup. Unsur-unsur lingkungan hidup dapat dibedakan menjadi tiga, yaitu:

a. Unsur Hayati (Biotk)

yaitu usur lingkungan hidup yang terdiri dari mahluk hidup seperti manusia, hewan, tumbuhan dan jasad renik.

b. Unsur Sosial Budaya

yaitu lingkungan social dan budaya yang dibuat oleh manusia berupa sistem nilai, gagasan, dan keyakinan dalam prilaku sebagai mahluk sosial.

c. Unsur Fisik (Abiotik)

yaitu unsur lingkungan hidup yang terdiri dari mahluk tak hidup seperti tanah, air, iklim, udara dan lain sebagainya. Keberadaan unsure ini sangat besar bagi kelangsungan hidup segenap kehidupan di bumi.[3]

[3] http://sanusiadam79.wordpress.com/2013/11/05/kelestarian-lingkungan-hidup/Selasa,18/03/2014,pukul:18.35wib

Lingkungan hidup harus kita jaga kelestariannya sampai dunia ini berakhir. Siapapun wajib menjaga keindahan dan kenyamanannya. Jangan sampai lingkungan kita hancur karena ulah kita sendiri. Meskipun dalam suatu pemerintahan terdapat peraturan tentang pelestarian lingkungan,tapi masih banyak manusia yang belum sadar dalam pelestariannya merupakan suatu kewajiban yang harus dipenuhi. Masalah lingkungan disebabkan oleh dua faktor yaitu:

a**.) Ulah Manusia**

Contoh masalah lingkungan yang disebabkan manusia dapat berupa pencemaran yang disebabkan oleh limbah industri, penebangan hutan yang tak terkendali,perdagangan dan pembasmian hewan liar yang dilindungi.

b.) Faktor Alam

Masalah lingkungan ini tidak disebabkan oleh manusia, melainkan oleh faktor alami yang memang biasa terjadi karena pengaruh cuaca, iklim,sifat alam dan factor alam lainnya. Misalnya gunung meletus, banjir bandang, gempa bumi, kekeringan panjang dan lain sebagainya.[4]

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Kerangka Teoritis

Kerangka pemikiran merupakan pemetaan *(mind maping)* yang dibuat dalam penelitian untuk menggambarkan alur piker peneliti. Tentunya kerangka pemikiran memiliki esensi tentang pemaparan hukum atau teori yang relevan dengan masalah yang diteliti dan berdasarkan teknik pengutipan yang benar. Dengan kerangka pemikiran, memberikan dasar pemikiran bagi peneliti untuk

[4] http://sanusiadam79.wordpress.com/2013/11/05/kelestarian-lingkungan-hidup/Selasa,18/03/2014,pukul,18:36wib

diangkatnya sub fokus penelitian, serta adanya landasan teori sebagai penguat peneliti.

Pada kerangka teoritis ini peneliti mengambil fokus penelitian tentang strategi komunikasi dimana **Prof. Onong Uchjana Effendy** yang mengatakan bahwa strategi komunikasi adalah:

> "Perencanaan komunikasi *(communication planning)* dan manajemen komunikasi *(communication management)* untuk mencapai suatu tujuan." Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan. Dalam arti kata bahwa pendekatan *(approach)* bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung dari situasi dan kondisi. (Effendy, 2009:32).

Bertolak dari pendapat **Prof. Onong Uchjana Effendy** diatas, maka peneliti menetapkan sub fokus peneliti untuk menganalisa fokus penelitian sebagai berikut :

1. Perencanaan Komunikasi
2. Manajemen Komunikasi

Perencanan Komunikasi adalah pernyataan tertulis mengenai serangkaian tindakan tentang bagaimana suatu kegiatan komunikasi akan atau harus dilakukan agar mencapai perubahan perilaku sesuai dengan yang kita inginkan.[5] Karena kegiatan komunikasi pada dasarnya berupa penyampaian informasi (pesan) oleh komunikator kepada komunikan, maka perencanaan komunikasi terutama menyangkut pada perencanaan komunikator, perencanaan pesan, dan perencanaan media. Pernyataan tertulis tentang segala sesuatu yang akan atau harus dilakukan dalam suatu kegiatan komunikasi tentu saja tidak sekadar

[5]http://communicationdomain.wordpress.com/2011/03/13/konsep-dasar-perencanaan-komunikasi/sabtu,29/03/2014,pukul.21:19

paparan begitu saja, tetapi harus merupakan uraian sistematik dan rinci sehingga bisa dijadikan pedoman dalam pelaksanaannya. Suatu perencanaan (termasuk perencanaan komunikasi) yang baik adalah suatu perencanaan yang benar-benar dapat digunakan sebagai pedoman yang dapat membantu memperudah pelaksanaan suatu kegiatan. Mengapa demikian, sebab tidak tertutup kemungkinan bahwa dalam suatu kegiatan komunikasi orang-orang yang terlibat dalam suatu proses perencanaan belum tentu sekaligus terlibat sebagai pelaksana, dan sebalinya para pelaksana kegiatan komunikasi bisa saja bukan merupakan orang-orang yang terlibat dalam proses perencanaannya. Oleh karena itu, antara kegiatan perencanaan dengan kegiatan pelaksanaan dapat berupa dua kegiatan yang masing-masing berdiri sendiri walaupun kedua-duanya berada dalam satu naungan kegiatan yang sama.

Menurut Parag Diwan (1999) mengatakan bahwa, **Manajemen komunikasi** adalah proses penggunaan berbagai sumber daya komunikasi secara terpadu melalui proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengontrolan unsur-unsur komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.[6]

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

[6] http://communicationdomain.wordpress.com/2010/12/18/pengantar-ilmu-manajemen-komunikasi/sabtu,29/03/2014.pukul:21:18

komunikasi meliputi 4P (Penerimaan, Pengolahan, Penyimpanan, dan Penyampaian Informasi) dalam sub-sub sistem soaial, diantaranya adalah individu, kelompok, organisasi, massa, dan masyarakat.

2.2.2 Kerangka Konseptual

Bertolak dari kerangka pemikiran diatas, strategi komunikasi adalah **Perencanaan komunikasi** dengan **Manajemen komunikasi** yang dilakukan oleh *World Wide Fund For Nature (WWF)* untuk mencapai tujuan yang ditetapkannya. Strategi komunikasi dalam penelitian ini menunjukan bagaimana operasional secara praktis yang dilakukan oleh *World Wide Fund For Nature (WWF)* dengan melalui sebuah pendekatan yang sewaktu-waktu bergantung pada situasi dan kondisi.

Seperti halnya dengan strategi komunikasi yang dilakukan oleh *World Wide Fund For Nature (WWF)* bahwa jika melakukan strategi komunikasi tentunya dibutuhkan perencanaan *(planning)* yang tepat untuk mencapai suatu tujuan. **Perencanaan Komunikasi** adalah pertanyaan tertulis mengenai serangkaian tindakan bagaimana sebuah kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh *World Wide Fund For Nature (WWF)* yang harus dilakukan agar mencapai perubahan perilaku dari pencinta lingkungan sesuai yang diinginkan oleh *World Wide Fund For Nature (WWF).* Sementara **Manajemen Komunikasi** pada penelitian ini adalah proses penggunaan berbagai sumberdaya komunikasi secara terpadu yaitu peserta atau anggota dari *World Wide Fund For Nature (WWF)* melalui sebuah proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengontrolan

unsur-unsur komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh *World Wide Fund For Nature (WWF).*

Peneliti dapat menggambarkan dari definisi strategi komunikasi sebagai fokus penelitian ini, yang mencakup dalam kajian penelitian ini mengenai sosialisasi pelestarian lingkungan, dimana anggota organisasi *World Wide Fund For Nature (WWF)* Bumi Panda Bandung menjalin interaksi dengan peserta sosialisasinya seperti yang digambarkan di bawah ini :

Gambar 2.1

Kerangka Pikir Peneliti



Sumber : Peneliti 2014