ABSTRACT

COMMUNICATION STRATEGY OF MAUNG AIR SOFT CLUB (MARSOC)
(Descriptive Study About Communication Strategy of Maung Air Soft Club MARSOC in Secaba Rindam III/Siliwangi West Java trough Skirmish Activities in Socialization of Airsoft Gun to Skirmish Participants)

By
Arie Budhiman
NIM: 41812042

Adviser
Adiyana Slamet,S.IP.,M.SI

The purpose of this research was to find the communication strategy of Maung Airsoft Club (MARSOC). Researcher used sub focus : Communication Planning and Communication Management.

This research was used Qualitative Study with Descriptive method. The techniques used for data gathering were interview, literature study, observation and documentation. The research subject that being studied were Maung Airsoft Club, and have 4 interviewers. They were MARSOC's advisory, MARSOC's vice president, and two other participants of the skirmish. Interviewer research used purpose sampling.

According to results, the communication strategy of MARSOC were organize plans and then hold a meeting that produce place, time and authorization. MARSOC then establish a management in the purpose of publication, Scenario planning and then briefing about airsoft and skirmish.

Researchers draw conclusions, MARSOC was performed a Communication Planning and Communication Management for skirmish activity, so then participants could understand about procedure and regulation of using airsoft gun.

Advice researcher, skirmish activities held by MARSOC should widely published more often and the management of the event, MARSOC could improve more.

***Keyword**: MARSOC, Communication Planning, Communication Management, Skirmish, Airsoft Club*

I. Latar Belakang Masalah

Strategi komunikasi merupakan kunci utama dalam mencapai tujuan yang maksimal, baik oleh individu, kelompok maupun instansi pemerintah dan swasta,

sehingga sangat penting untuk dipikirkan, direncanakan dan dijalankan untuk mendapatkan hasil sesuai dengan apa yang diinginkan atau ditargetkan, seperti halnya strategi komunikasi yang harus dilakukan oleh *Maung Airsoft Club* (MARSOC) dalam mensosialisasikan kegiatan-kegiatanya.

Tanpa adanya suatu strategi komunikasi yang baik dan matang diperkirakan suatu perusahan ataupun instansi lainnya tidak akan berjalan dengan baik dalam mencapai tujuan yang diinginkannya.

Strategi komunikasi yang dilakukan oleh MARSOC untuk mengenalkan program / kegiatannya selama ini harus dapat tersampaikan dan terealisasikan dengan baik kepada masyarakat khususnya di daerah Bandung, sehingga diperlukan suatu strategi yang baik dan terencana. Kegiatan sosialisasi yang dilakukan MARSOC harus dilakukan secara efektif agar apa yang di sampaikan bisa diterima dengan baik oleh masyarakat, karena *Airsoft gun* merupakan hal yang masih terdengar asing di kalangan masyarakat awam dan bahkan *Airsoft gun* merupakan senjata yang berbahaya dan dianggap bisa mematikan.

Airsoft gun mempunyai 3 kategori, yaitu kategori spring tipe, *Automatic Electronic Gun* (AEG), dan *Gas Blow Back* (GBB). *Spring tipe* merupakan kategori airsoft yang menggunakan penggerak per/pegas, AEG menggunakan penggerak sistem motor yang digerakan oleh baterai, sedangkan GBB menggunakan penggerak sistem gas. Harga *airsoft gun* yang terbilang murah bisa di beli oleh masyarakat awam sehingga memungkinan penyalahgunaan fungsi dari *airsoft gun* itu sendiri, contoh penyalahgunaan *airsoft gun* itu sendiri ialah untuk mempertahankan diri (*self*

Defense), melakukan kejahatan atau mengganggu ke tertiban umum dengan menggunakan *airsoft gun.*

Airsoft gun di Indonesia masih digolongkan sebagai senjata api dan tercantum dalam Peraturan Kepala Kepolisian Negara Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2012 tentang Pengawasan dan Pengendalian Senjata Api Untuk Kepentingan Olahraga ("Perkapolri 8/2012") sebagai salah satu jenis senjata api olah raga [Pasal 4 ayat (1) Perkapolri 8/2012] yang dimana isi pasal tersebut menjelaskan bahwa *airsoft gun* termasuk dalam golongan senjata api yang dipakai untuk keperluan olahraga karena bentuknya yang menyerupai senjata api sungguhan. Namun dalam Undang-Undang Darurat Nomor 12 Tahun 1951 tentang Mengubah "Ordonnantietijdelijke Bijzondere Strafbepalingen" (STBL. 1948 No. 17) dan Undang-Undang Republik Indonesia Dahulu Nomor 8 Tahun 1948, *airsoft gun* tidak termasuk senjata api karena dalam UU tersebut senjata api didefinisikan sebagai senjata api dengan bagian-bagiannya, alat penyembur api dan bagian bagiannya, mesin dan bagian bagiannya dan bahan peledak seperti granat tangan, bom dan sebagainya. Hal ini menimbulkan persepsi yang berbeda mengenai airsoft gun tersebut di masyarakat.

Salah satu program yang telah dilakukan oleh MARSOC mengenai kegiatan *Airsoft* yang bekerjasama dengan Federasi *Airsoft* Indonesia (FAI) Kordinator wilayah Jawa Barat (Korwil Jabar), yaitu sosialisasi *Airsoft gun* (senjata dalam permainan *airsoft*) pada peserta yang mengikuti kegiatan skirmish bahwa *Airsoft gun* merupakan senjata yang tidak berbahaya dan *Airsoft gun* tergolong mainan melalui kegiatan skirmish atau bisa disebut kegiatan olahraga berupa simulasi perang. Strategi

komunikasi MARSOC untuk menunjang sosialisasi tersebut dikarena oleh proses komunikasi yang terjadi, karena komunikasi merupakan elemen yang paling penting dalam proses sosialisasi dalam masyarakat.

MARSOC dengan permasalahan bahwa airsoft gun di Indonesia masih digolongkan kedalam senjata berbahaya dan seringkali di salah gunakan, perlu sebuah strategi komunikasi yang baik untuk tetap mempertahankan keberadaannya dan mensosialisasikannya kepada masyarakat bahwa airsoft gun merupakan sebuah olahraga bukan senjata berbahaya. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, akan menggali bagaimana strategi komunikasi MARSOC dalam kegiatan sosialisasinya untuk mencapai target dengan maksimal.

Sosialisasi MARSOC dengan cara melakukan kegiatan Skirmish, Skirmish yang dimana sering disebut juga dengan *(War Game)* merupakan kegiatan olahraga yang menerapkan tentang simulasi perang, untuk melatih mental,fisik,kejujuran dan kerjasama tim. Selain mengadakan Skirmish MARSOC juga melakukan pengarahan-pengarahan seputar *airsoft gun* agar peserta mengetahui tentang tata cara penggunaan *airsoft gun* serta bijak dalam menggunakan *airsoft gun.*

Permainan *airsoft gun* saat ini banyak diminati oleh pencinta militer yang memiliki hobi dalam permainan perang-perangan, sehingga lahir sebuah organisasi / komunitas pecinta *airsoft gun*. Penunjang untuk mengsosialisasikan dan memperkenalkan komunitasnya itu harus memiliki strategi komunikasi yang baik dan benar.

Fungsi Airsoft gun di berbagai negara sendiri sebagai ajang olahraga dimana untuk melatih fisik, mental, kejujuran, dan strategi. Karena Airsoft gun cara bermainnya yaitu simulasi perang dimana kita di tantang agar kita tidak terkena tembakan lawan jika tertembak maka dinyatakan sudah gugur atau mati sehingga si pemain yang tertembak tadi harus keluar lapangan cara mengetahui tertembak atau tidaknya yaitu dengan kejujuran. Negara yang sudah di legalkan penggunaan Airsoft gun antara lain : Jepang, Amerika, Canada, dan China.

MARSOC merupakan cabang dari Federasi *Airsoft* Indonesia (FAI) yang berada di daerah Bandung. MARSOC didirikan pada tanggal 27 November 2011. MARSOC juga mengkhususkan diri ke dalam pengembangan olah raga *airsoft.*

FAI merupakan komunitas pencinta permainan *airsoft gun*. Atas dasar kesadaran ingin bersatu dalam satu organisasi yang dapat menaungi seluruh *airsofte*r dari Sabang sampai Merauke, maka pada Januari 2012 di Rindam IV/Diponegoro di Semarang, para airsofter menyatukan diri dalam Federasi *Airsoft* Indonesia, yang kemudian melakukan Munas I pada Januari 2013 di Yonif 301/Prabu Kyan Santang di Sumedang. FAI saat ini memiliki 22 Pengurus Daerah dengan sekitar 1.600 orang anggota yang tersebar di seluruh Indonesia.

----- Pemisah Halaman-----

II. Rumusan Masalah

2.1 Rumusan Masalah Makro

Berdasarkan dari latar belakang yang di kemukakan, maka peneliti merumuskan masalah penelitian berdasarkan pertanyaan makro sebagai berikut. Bagaimana Strategi Komunikasi Maung Airsoft Club (MARSOC) Di Secaba Rindam III/Siliwangi Bandung Melalui Kegiatan Skirmish Dalam Mensosialisasikan *Airsoft Gun* Pada Peserta *Skirmish*?

2.2 Pertanyaan Mikro

1. Bagaimana Perencanaan komunikasi Maung Airsoft Club (MARSOC) Di Secaba Rindam III/Siliwangi Bandung Melalui Kegiatan Skirmish Dalam Mensosialisasikan *Airsoft Gun* Pada Peserta *Skirmish*?
2. Bagaimana Manajemen komunikasi Maung Airsoft Club (MARSOC) Di Secaba Rindam III/Siliwangi Bandung Melalui Kegiatan Skirmish Dalam Mensosialisasikan *Airsoft Gun* Pada Peserta *Skirmish*?

III. Maksud dan Tujuan Penelitian

3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menguraikan, mengenai Strategi Komunikasi Maung Airsoft Club (MARSOC) Di Secaba

Rindam III/Siliwangi Bandung Melalui Kegiatan Skirmish Dalam Mensosialisasikan *Airsoft Gun* Pada Peserta *Skirmish*

3.2 Tujuan Penelitian

Berkaitan dengan masalah yang akan diteliti, maka tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui Perencanaan Komunikasi Maung Airsoft Club (MARSOC) Di Secaba Rindam III/Siliwangi Bandung Melalui Kegiatan Skirmish Dalam Mensosialisasikan *Airsoft Gun* Pada Peserta *Skirmish*
2. Untuk Mengetahui Manajemen Komunikasi Maung Airsoft Club (MARSOC) Di Secaba Rindam III/Siliwangi Bandung Melalui Kegiatan Skirmish Dalam Mensosialisasikan *Airsoft Gun* Pada Peserta Skirmish

IV. Pembahasan Hasil Penelitian

peneliti menguraikan berbagai hal mengenai hasil dan pembahasan dari penelitian berupa Studi Deskriptif "Bagaimana Strategi Komunikasi Maung Airsoft Club (MARSOC) Di Secaba Rindam III/Siliwangi Bandung Melalui Kegiatan Skirmish Dalam Mensosialisasikan Airsoft Gun Pada Peserta Skirmish". Bab ini mengacu kepada pertanyaan penelitian mikro yang telah dirumuskan melalui Strategi Komunikasi Maung Airsoft Club dalam Mensosialisasikan Airsoft Gun pada

Masyarakat Bandung melalui Kegiatan Skirmish, yaitu menggunakan metode analisis deskriptif yang merupakan bagian dari metode analisis kualitatif.

Terdapat beberapa Strategi Komunikasi yang akan dianalisis dari Maung Airsoft Club untuk mensosialisasikan Airsoft Gun ini dengan konsepsi pemikiran dalam buku Effendy yang berjudul "Komunikasi Teori dan Praktek" yang dimana dalam bukunya terdapat Perencanaan yang dikaji oleh Effendy, antara lain, membahas perencanaan komunikasi,manajemen komunikasi yang nantinya akan di aplikasikan dalam penelitian yang sedang di teliti.

4.1 Perencanaan Komunikasi Maung Airsoft Club (MARSOC) Di Secaba Rindam III/Siliwangi Bandung Melalui Kegiatan Skirmish Dalam Mensosialisasikan Airsoft Gun Pada Peserta Skirmish

MARSOC melaksanakan perencanaan untuk menentukan tujuan serta melakukan sebuah langkah-langkah yang harus dilakukan agar tujuan dapat tercapai. Dalam melakukan sebuah perencanaan Maung Airsoft Club sendiri melakukan perencanaan dengan cara Seminggu sebelum melakukan kegiatan *Skirmish* MARSOC melakukan rapat, rapat yang dilakukan secara informal ini membahas tentang tempat, waktu, perizinan. Perencanaan MARSOC dalam pelaksanaan Skirmish itu harus dengan matang, yang dimana rapat tersebut dihadiri oleh ketua MARSOC dan anggota MARSOC.

Rapat MARSOC membahas tentang tempat dimana kesepakatannya di Secaba yang merupakan komplek militer alasannya karena tempatnya yang mendukung, dekat dengan Pembina FAI karena Pembina dari FAI sendiri merupakan TNI. Adapun alasan lainnya karena dikhawatirkan jika di tempat umum kadang ada warga yang datang ditakutkan ada sesuatu hal yang tidak diinginkan. Selanjutnya waktu untuk kegiatan *Skirmish* Karena dilakukan di hari *Weekday* karena rata-rata anggota MARSOC dan peserta yang datang mempunyai kesibukan dari hari Senin sampai Sabtu. Untuk perizinannya MARSOC akan meminta izin kepada pihak yang berwajib agar acara yang diselenggarakan berjalan dengan lancar.

4.2 Manajemen Komunikasi Maung Airsoft Club (MARSOC) Di Secaba Rindam III/Siliwangi Bandung Melalui Kegiatan Skirmish Dalam Mensosialisasikan Airsoft Gun Pada Peserta Skirmish

Ketua MARSOC melakukan Koordinasi kepada setiap Panitianya dari mulai skenario *Skirmish* sampai dengan acara *Skirmish* selesai, sebelumnya MARSOC mempersiapkan untuk keperluan kegiatan Skirmish seperti publikasi yang dimana sering mempublikasi lewat di sosial media Facebook dan menginfomasikan langsung acara Skirmirh melalui anggota kepada teman-tamannya yang ingin mengikuti kegiatan Skirmish. setelah melakukan publikasi MARSOC membawa persediaan peralataan untuk kegiatan *Skirmish* setelah itu MARSOC melakukan manajemennya dengan cara memilih Skenario yang tepat untuk kegiatan *Skirmish* dengan melihat kondisi dari mulai waktu, cuaca, dan peserta yang datang. Peneliti melakukan

Penelitian Kegiatan *Skirmish* yang dilakukan MARSOC pada Tanggal 15 Mei, 26 Juni, 17 Juli pada Waktu yang berbeda. Menurut para informan utama Skenario yang biasanya dipakai adalah skenario *Death Match* dan *Attack and Defend* untuk kegiatan Club yang berskala kecil dimana cangkupannya hanya daerah Bandung.

4.3 Strategi Komunikasi Maung Airsoft Club (MARSOC) Di Secaba Rindam III/Siliwangi Bandung Melalui Kegiatan Skirmish Dalam Mensosialisasikan Airsoft Gun Pada Peserta Skirmish

Strategi Komunikasi Maung Airsoft Club (MARSOC) Di Secaba Rindam III/Siliwangi Bandung Melalui Kegiatan Skirmish Dalam Mensosialisasikan *Airsoft Gun* Pada Peserta *Skirmish* ini sudah cukup baik dan sesuai dengan perencanaan yang telah direncanakan sebelumnya meskipun belum bisa menarik anggota baru tapi setidaknya MARSOC telah melakukan Sosialisasi *Airsoft gun* sudah berhasil karena peserta yang ikut dalam kegiatan *Skirmish* memahami tentang *Airsoft gun* dari mulai cara pemakaian sampai dengan masalah yang terjadi mengenai *Airsoft gun.*

Tujuan MARSOC dengan mengadakan kegiatan Skirmish selain penyalur hobi, Skirmish tersebut mempunyai pembelajaran dan ajakan untuk merubah sudut pandang pada Airsoft gun. Sosialisasi ini bertujuan sebagai pembelajaran, agar peserta yang ikut serta dalam kegiatan Skirmish tersebut bisa mengetahui seputar airsoft gun dan berbagai macam jenis kegiatannya, sosialisasi yang mengarah untuk ajakan disini MARSOC mengajak peserta yang belum bergabung untuk bergabung ke

club MARSOC maupun club yang di bawah naungan FAI jika berminat dengan airsoft gun.

Salah satu cara MARSOC melakukan ajakan untuk peserta baru dengan sebuah pesan sehingga peserta baru yang datang ke kegiatan tersebut merasa nyaman dan terbawa suasana sehingga ada dorongan untuk masuk ke club, walaupun MARSOC sendiri tidak ada paksaan harus bergabung karena MARSOC sendiri terbuka untuk siapapun. Adapun MARSOC melakukan seleksi dahulu sebelum menerima anggota baru dari mulai melihat profil dari calon anggota tersebut supaya terhindar dari hal-hal yang tidak diinginkan.

MARSOC mengadakan kegiatan Skirmish merupakan salah satu bantahan untuk isu-isu negatif yang terjadi dan sebagai pembanding bahwa Airsoft gun beda fungsi dengan Airgun, yang selama ini beredar di berita-berita adalah Airgun. Sasaran utama MARSOC untuk mensosialisasikan Airsoft gun kepada Aparat seperti Polisi,TNI maupun pemerintah, MARSOC sering mengundang dari kepolisian dan TNI untuk mengikuti kegiatan Skrimish dalam Skala Nasional atau pun provinsi tujuannya agar Airsoft gun mendapat pandangan positif dari pihak berwajib.

Tanggapan dari Informan pendukung yang mengikuti kegitan Skirmish terhadap isu-isu negatif tentang Airsoft gun tersebut, menyayangkan media yang memberitakan Airsoft gun tanpa adanya riset dan bukti kuat sehingga merugikan hobi dari para Airsofter yang dimana semenjak isu-isu negatif itu tersebar

sehingga gerak-gerik Airsofter terbatas karena seringkali Airsoft gun disalahkan ketika ada kejahatan. Selain itu pesan dari Informan pendukung untuk MARSOC, MARSOC harus sering mengadakan kegiatan-kegiatan Skirmish seperti Seminggu sekali dan kegiatan tersebut diharapkan bisa berlanjut.

V. Kesimpulan

1. Perencanaan Komunikasi yang dilakukan Maung Airsoft Club untuk melakukan kegiatan *Skirmish* merupakan Salah satu dari Sosialisasi *Airsoft gun.*

   Perencanaan yang dilakukan oleh MARSOC dengan Rapat yang dimana rapat itu menghasilkan kesepakatan akan tempat,waktu,perizinan. MARSOC dalam rapatnya mempertimbangkan ketiga unsur tersebut karena kegiatan *Skirmish* harus mempunyai ketiga kriteria itu jika salah satunya tidak memenuhi maka kegiatan *Skirmish* tidak akan berjalan. Seperti tempat yang digunakan harus mendukung karena tempat yang dibutuhkan berupa tempat yang luas tidak mengganggu kegiatan Masyarakat setempat. Waktu, dilakukan hari minggu agar tidak mengganggu aktifitas dari peserta dan anggota MARSOC. Perizinan MARSOC harus berkoordinasi terlebih dahulu sebelum melakukan kegiatan karena takut akan kesalahpahaman disebabkan alat yang MARSOC pakai seperti senjata asli.
2. Manajemen Komunikasi yang dilakukan oleh MARSOC ialah mengambil keputusan untuk :

1) Membentuk Panitia kecil, dimana tugas dari panitia kecil itu untuk bertugas ketika acara Skirmish sedang dilakukan, panitia kecil tersebut bersifat tidak permanen yang dimana ketika acara Skirmish tersebut selesai tugas dari panitia kecil pun di bubarkan.
2) Publikasi, melalui Publikasi dilakukan ketika sudah mendapat perizinan dari pihak-pihak tertentu, jika sudah mendapatkan izin publikasi dilakukan melalui sosial media yang sering MARSOC gunakan adalah Facebook melalui grup MARSOC dan grup FAI pemberitahuan tentang Skirmish dipublikasikan. Selanjutnya menggunakan Worth Of Mouth (WOM) dimana WOM ini dilakukan oleh setiap anggota MARSOC memberi tahu teman-teman sejawatnya yang ingin mengikuti acara Skirmish.
3) Ketua MARSOC melakukan Koordinasi dari mulai mengecek kelengakap dan persiapan sampai dengan pembentukan skenario *Skirmish* ketika kegiatan *Skirmish* berlangsung *Marshall* menentukan skenario yang dibuat karena ketika dilapangan, Kendala MARSOC dalam kegiatan ini adalah peserta yang baru mengenal *Airsoft gun* tidak terlalu mengerti dengan yang disampaikan oleh *Marshall* karena istilah-istilah yang ada pada *Airsoft* merupakan istilah yang sering digunakan dalam kemiliteran sedangkan yang datang pada acara *Skirmish* tidak semuanya mengerti akan kemiliteran.

3. Strategi Komunikasi yang dilakukan oleh MARSOC berupa pembelajaran dan ajakan yang dimana tujuan MARSOC melakukan kegiatan *Skirmish* ini adalah membantah isu-isu negatif tentang *Airsoft gun* dengan cara memberitahu peserta cara penggunaan *Airsoft gun* serta mengajak untuk masuk kedalam Club. Sasaran utama dari Kegiatan *Skirmish* tersebut adalah Polisi,TNI dan Pemerintah tujuannya agar *airsoft gun* dinilai positif oleh Pihak berwajib dan agar bisa diajak bekerja sama dengan pihak berwajib dalam mengontrol *Airsoft gun* di Indonesia khususnya Bandung. Tanggapan Informan pendukung tentang *Skirmish* sendiri dinilai bagus mengingat isu-isu negatif yang ada dinilai membebani para pemain *Airsoft gun* yang sudah sesuai dengan peraturan yang ada dari club maupun pihak berwajib.

VI. Saran

6.1 Saran untuk Maung Arisoft Club

1. Dari hasil penelitian dan kesimpulan yang telah peneliti sajikan sebaiknya Maung Airsoft Club melakukan perencanaan untuk kegiatan *Skirmish* dilakukan pada tempat-tempat yang sedikit ramai oleh pengunjung seperti di indoor mall ataupun di tempat wisata.
2. Dalam melakukan manajemen *Marshall* harus melihat status para peserta jangan sampai peserta yang belum mengerti tentang *Airsoft gun* dan kemiliteran tidak tau istilah-istilah tersebut. *Marshall* harus menjelaskan perlahan mulai dari skenario yang di lakukan sampai dengan tata cara

penggunaan *Airsoft gun.* Tambahkan juga skenario baru jangan sampai peserta yang sering datang di kegiatan *Skirmish* bosan karena skenarionya tidak berubah. Selain itu saran dari peneliti ialah tentang publikasi yang dilakukan tidak hanya di media sosial Facebook tapi di media sosial lainnya jika perlu MARSOC membuat Website calon Peserta yang ingin mengikuti kegiatan bisa melihat di Website.

3. Strategi Komunikasi yang disampaikan oleh MARSOC melalui Kegiatan *Skirmish* merupakan pemberitahuan dan ajakan yang dimana tujuannya agar *Airsoft gun* di Indonesia khususnya Bandung bisa dikenal dan diterima secara positif, seharusnya kegiatan *Skirmish* dilaksanakan tiap minggu dengan konsisten dan terjadwal agar calon peserta yang ingin mengikuti *Skirmish* tidak kebingungan saat ingin menghikuti kegiatan *Skirmish.* selanjutnya peneliti menyarankan jadwal yang di tentukan di publikasi di sosial media kalau perlu membuat *website* pribadi yang dimana isi dari *website* tersebut dokumentasi kegiatan.

6.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

saran kepada mahasiswa yang akan melakukan penelitian selanjutnya, berikut saran yang dapat peneliti berikan:

1. Bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan dengan kajian yang sama dengan penelitian ini, Diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dan dikemas secara menarik supaya penelitian ini dapat dibaca dan disampaikan kepada masyarakat secara luas.

2. Penelitian yang telah dilakukan ini dapat dijadikan sebagai bahan pengalaman dan pengetahuan, tanpa melupakan unsur nilai keahliannya, dalam penelitian dibidang Ilmu Komunikasi, khususnya penelitian mengenai Strategi Komunikasi Maung Airsoft Club (MARSOC) Di Secaba Rindam III/Siliwangi Bandung Melalui Kegiatan *Skirmish* Dalam Mensosialisasikan *Airsoft gun* Pada Peserta Skirmish.Yang dapat diterapkan ke dalam masyarakat luas.

3. Untuk Peneliti selanjutnya, Disarankan untuk dapat meningkatkan lagi ketelitian baik dalam segi kelengkapan data yang diperoleh dari perusahaan dan data penelitian yang telah dikumpulkan sehingga penelitian tersebut dapat berjalan dengan baik.

VII. Daftar Pustaka

A. Buku

Ardianto, Elvinaro. 2011. Metodologi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif. Bandung : Simbiosa Rekatama Media

Cangara, Hafied. 2013. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

_____ . 2014. Perencanaan dan Strategi Komunikasi, Depok : Raja Grafindo Persada.

Effendy, Onong Uchjana. 2011. Komunikasi teori dan praktek. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.

Moleong, Lexy J. 2007. Metodologi Penelitian Kualitatif, Penerbit PT Remaja Rosdakarya Offset, Bandung.

Mulyana, Deddy. 2005. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung : Remaja Rosdakarya.

_____ . 2013. Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya, Bandung: Rosdakarya.

Pace, Wayne dan Faules, Don F. 2013. Komunikasi Organisasi. PT Remaja Rosdakarya,Bandung.

Rakhmat,Jalaluddin. 1994. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosda Karya

_____ . 1986 Teori-teori Komunikasi. Bandung: Remadja Karya CV.

Satori, Djam'an dan Komariah, Aan. 2009. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Alfabeta : Bandung

Setiadi, Elly.M. dan Kolip,Usman.2011, Pengantar Sosiologi : Pemahaman Fakta dan Gejala Permasalahan Sosial: Teori, Aplikasi, dan Pemecahannya, Jakarta : Kencana.

Sugiyono. 2009. Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. CV.Alfabeta: Bandung.

B. Internet

https://meiliemma.wordpress.com/2006/09/27/kuliah-23-pengantar-ilmu-komunikasi-ms-agustina-zubair/ diakses : 18/04/2016 pada 4:23 WIB

http://www.kaskus.co.id/thread/5189c90adb9248fd15000007/maung-airsoft-club-marsoc-bandung/ diakses : 18/04/2016 pada 4 : 30 WIB