

**MANAJEMEN PROGRAM KAMPANYE KOMUNITAS  
GANESPA DALAM PENOLAKAN PEMBANGUNAN TOL  
CINERE-SERPONG DI SITU SASAK PAMULANG**

***SKRIPSI***

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Sosial Bidang Ilmu Komunikasi

**Disusun Oleh :**

**Nama : Muhammad Syarif Hidayatullah**

**NIM :1406015083**

**Peminatan : Humas**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA  
JAKARTA SELATAN, 2018**

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMUPOLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**PERNYATAAN BUKAN PLAGIAT**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Syarif Hidayatullah  
Nim : 1406015083  
Program Studi : Ilmu komunikasi  
Peminatan : Humas  
Judul : Manajemen Program Kampanye Komunitas Ganespa  
Dalam Penolakan Pembangunan Jalan Tol Cinere-  
Serpong di Situ Sasak Pamulang

Demi Allah AWT, dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul tersebut di atas adalah benar-benar hasil penelitian saya dan BUKAN PLAGIAT. Apabila dikemudian hari terbukti skripsi saya ini PLAGIAT, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa dibatalkannya hasil ujian skripsi saya dan atau dicabutnya gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dapat dipertanggung jawabkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 09 November 2018

Yang Menyatakan

Muhammad Syarif Hidayatullah

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

Judul Skripsi : Manajemen Program Kampanye Komunitas Ganespa Dalam  
Penolakan Pembangunan Jalan Tol Cinere – Serpong Di Situ  
Sasak Pamulang  
Nama : Muhammad Syarif Hidayatullah  
NIM : 1406015083  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Peminatan : Humas

Telah diperiksa dan disetujui  
untuk mengikuti sidang skripsi oleh :

Pembimbing I

Pembimbing II

  
Said Ramadhan, S.Sos., M.Si.

  
Nurlina Rahman S.Pd, M.Si.

Tanggal : .....

Tanggal : 13-11-2018

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

Judul Skripsi : Manajemen Program Kampanye Komunitas Ganespa Dalam  
Penolakan Pembangunan Jalan Tol Cinere – Serpong Di Situ  
Sasak Pamulang  
Nama : Muhammad Syarif Hidayatullah  
NIM : 1406015083  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Peminatan : Humas

Telah dipertahankan dihadapan penguji pada sidang skripsi yang dilaksanakan pada hari Sabtu, 01 Desember 2018, dan dinyatakan **LULUS**.

  
Farida Hariyati, S.IP., M.I.Kom.

Penguji I

Tanggal : 26-12-2018

  
Rifma Ghulam, S.Ag., M.Si.

Penguji II

Tanggal : 19/12/2018

  
Said Ramadhan, S.Sos., M.Si.

Pembimbing I

Tanggal : .....

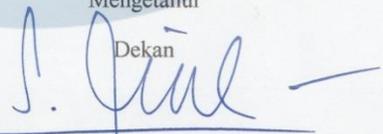
  
Nurlina Rahman, S.Pd., M.Si.

Pembimbing II

Tanggal : 27-12-2018

Mengetahui

Dekan

  
Said Ramadhan, S.Sos., M.Si.

iv

## ABSTRAK

Judul : Manajemen Program Kampanye Komunitas Ganespa Dalam Penolakan Pembangunan Jalan Tol Cinere - Serpong Di Situ Sasak Pamulang  
Nama : Muhammad Syarif Hidayatullah  
NIM : 1406015083  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Peminatan : Hubungan Masyarakat  
Halaman : 267 Halaman + xvii Halaman Romawi + 20 Gambar + 32 Lampiran

Penebangan dan penggusuran lahan ruang terbuka hijau Situ Sasak Pamulang yang dilakukan oleh PT.Cinere Serpong Jaya dalam melakukan pembangunan jalan tol Cinere- Serpong. Permasalahan ini berfokus pada manajemen program kampanye penolakan pembangunan jalan tol Cinere-Serpong yang dilakukan oleh organisasi kepemudaan Gugusan Alam Nalar Ekosistem Pemuda Pemudi (GANESPA) yang mulai berdiri pada Tanggal 15 Februari 2004 yang berazaskan Pancasila dan UUD 1945, bekerja sama dengan komunitas pencinta lingkungan mahasiswa UIN Jakarta. Peneliti ingin memahami proses pengelolaan program kampanye serta tahap-tahap manajemen komunikasi yang dilakukan oleh komunitas Ganespa dalam melakukan penolakan pembangunan jalan tol Cinere-Serpong yang dilakukan di Situ Sasak Pamulang. Peneliti menggunakan model kampanye Ostegard untuk melihat cara juru kampanye mengemas pesan-pesan yang disebarluaskan kepada khalayak luas.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori informasi organisasi yaitu untuk melihat sejauhmana penyampaian pesan informasi yang dilakukan oleh komunitas Ganespa serta menjawab keperdulian dan termotivasinya pengurus maupun anggota organisasi komunitas Ganespa dalam menjalankan kegiatan kampanye tanpa adanya penyelewengan.

Penelitian ini merupakan penelitian jenis kualitatif menggunakan paradigma konstruktivisme dengan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam dan studi dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan triangulasi sumber.

Hasil penelitian ini memaparkan proses pengelolaan program kampanye penolakan pembangunan tol Cinere-Serpong serta proses tahap-tahap komunikasi sehingga mencapai target kampanye dengan dipenuhinya tuntutan komunitas Ganespa terhadap proyek pembangunan tol Cinere-Serpong terkait surat perizinan dari pemerintah pusat dan surat rekomendasi AMDAL dari Balai Besar Wilayah Sungai Ciliwung Cisadane (BBWSCC), serta masuknya kedalam peraturan daerah RT/RW Tangerang Selatan, sesuai dengan harapan yang diinginkan kegiatan tersebut meliputi perencanaan, pelaksanaan, pengendalian dan evaluasi. Adapun kontribusi dalam penelitian ini, memberikan pengetahuan kepada masyarakat luas tentang pentingnya menjaga kelestarian ekosistem situ sebagai sumber daya alam dan juga aset daerah Kota Tangerang Selatan.

## KATA PENGANTAR

*Assalamu 'alaikum warahmatullahi wabarokatu*

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas limpahan Rahmat dan Karunia-Nya, sholawat dan salam semoga tercurahkan pada Nabi Muhammad SAW yang telah menyampaikan risalah dan syariat islam kepada seluruh umat manusia. Atas Rahmat Allah SWT akhirnya penulis dapat merampungkan Skripsi dengan judul: **“Manajemen Program Kampanye Komunitas Ganespa Dalam Penolakan Pembangunan Jalan Tol Cinere-Serpong di Situ Sasak Pamulang”**.

Penulis menyusun penelitian skripsi selama lima bulan terhitung dari Juli – November 2018. Penulis menyusun penulisan ini sesuai dengan metode penelitian yang peneliti gunakan seperti wawancara, observasi dan mengumpulkan data sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Prof. Dr. Hamka. Rasa Syukur dengan keyakinan serta bantuan dari beberapa pihak yang bersifat moril maupun material, akhirnya kesulitan dan hambatan yang dihadapi dapat teratasi dengan baik, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.

Penulis menyadari bahwasanya skripsi ini masih jauh dari sempurna, untuk itu saran dan kritik yang dapat membantu perbaikan kualitas skripsi ini sangat terbuka dari berbagai pihak.

Dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan rasa terima kasih kepada beberapa pihak yang mana atas bantuan, bimbingan, serta dorongannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yaitu kepada:

1. Said Ramadhan, S.Sos., M.Si sebagai dekan Fisip Uhamka sekaligus dosen pembimbing I yang telah memeberikan arahan serta masukan kapada penulis.
2. Dr. Sri Mustika, M.Si. sebagai wakil dekan FISIP UHAMKA.
3. Dini Wahdiyati, S.Sos., M.I.Kom., sebagai Ketua Program Studi FISIP UHAMKA.
4. Nurlina Rahman S.Pd, M.Si. sebagai dosen pembimbing II.
5. Farida Hariyati, S.IP., M.I.Kom. sebagai dosen penguji I.
6. Rifma Ghulam, S.Ag., M.Si. sebagai dosen penguji II.
7. Segenap dosen dan staf pengajar Universitas Muhammadiyah Prof. DR. Hamka yang telah memberikan bantuan, bimbingan, dan ilmunya kepada penulis.
8. Kedua orang tua penulis yang telah memberikan dukungan, doa, baik moril maupun material sehingga penulis tidak putus asa dan mampu menyelesaikan skripsi.
9. Terimakasih untuk Sarmat.S.Pd., M.Pd. dan Lilis Suryani S.Pd.i Selaku Om dan Tante yang selalu memberikan support dan dukungan baik moril maupun material serta membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi.

10. Terima kasih untuk Chairul Umam sebagai motivator atas bimbingan dan maotivasinya sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini.
11. Terimakasih sepesial untuk Rega Apriyanti sebagai orang terdekat yang telah bersedia menemani memberikan support dan juga motivasinya selama dibangku perkuliahan.
12. Teman-teman Mahasiswa FISIP UHAMKA Angkatan 2014, terimakasih atas do'a dan dukungannya dalam berjuang bersama dibangku perkuliahan.

Semoga skripsi ini bisa menjadi sumber referensi yang berkualitas dan kredibel bagi para pembaca. Untuk peningkatan kualitas skripsi ini, penulis sangat terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun dimasa mendatang.

Jakarta, 09 November 2018

Muhammad Syarif Hidayatullah

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	13
1.3. Pembatasan Masalah .....	13
1.4. Tujuan Penelitian .....	13
1.5. Kontribusi Penelitian.....	14
1.5.1. Kontribusi Akademis .....	14
1.5.2. Kontribusi Metodologis .....	14
1.5.3. Kontribusi Praktis .....	15
1.5.4. Kontribusi Sosial.....	15
1.6. Sistematika Penulisan .....	16

<b>BAB II LANDASAN PEMIKIRAN .....</b>	<b>18</b>
2.1. Paradigma Penelitian.....	18
2.2. Hakekat Komunikasi.....	21
2.2.1. Definisi Komunikasi .....	22
2.2.2. Fungsi Komunikasi .....	23
2.2.3. Model Komunikasi.....	25
2.2.4. Unsur Komunikasi.....	27
2.2.4. Elemen Komunikasi .....	28
2.2.5. Konteks Komunikasi .....	30
2.3. <i>Public Relations</i> .....	34
2.3.1. Definisi <i>Public Relations</i> .....	34
2.3.2. Ciri-ciri <i>Public Relations</i> .....	35
2.3.3. Fungsi <i>Public Relations</i> .....	37
2.3.4. Tujuan <i>Public Relations</i> .....	39
2.3.5. Publik Dalam Humas .....	40
2.4. Komunikasi Organisasi.....	41
2.4.1. Definisi Komunikasi Organisasi .....	41
2.4.2. Bentuk Komunikasi Organisasi .....	42
2.4.3. Teknologi Informasi dalam Organisasi.....	45
2.4.4. Teori Informasi Organisasi .....	47
2.4.5. Keunggulan Informasi Organisasi .....	48

2.5. Manajemen Komunikasi .....	49
2.5.1. Definisi Manajemen Komunikasi .....	49
2.5.2. Tahapan-Tahapan Manajemen Komunikasi .....	50
2.5.3. Fungsi Manajemen Komunikasi .....	51
2.5.4. Dimensi Komunikasi Dalam Manajemen .....	52
2.6. Kampanye .....	53
2.6.1. Definisi Kampanye .....	53
2.6.2. Pelaku Kampanye .....	54
2.6.3. Saluran Kampanye .....	55
2.6.4. Model Kampanye .....	56
2.6.5. Khalayak Sasaran Kampanye .....	59
2.6.6. Jenis Kampanye .....	60
2.6.7 Tahap-Tahap Proses Kampanye.....	60
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>66</b>
3.1. Pendekatan, Metode dan Jenis Penelitian .....	66
3.1.1. Pendekatan Kualitatif.....	66
3.1.2. Metode Studi Kasus .....	67
3.1.3. Jenis Penelitian.....	68
3.2. Metode Penentuan Informan .....	72
3.3. Metode Pengumpulan Data .....	74
3.4. Metode Analisis Data.....	80
3.5. Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	82

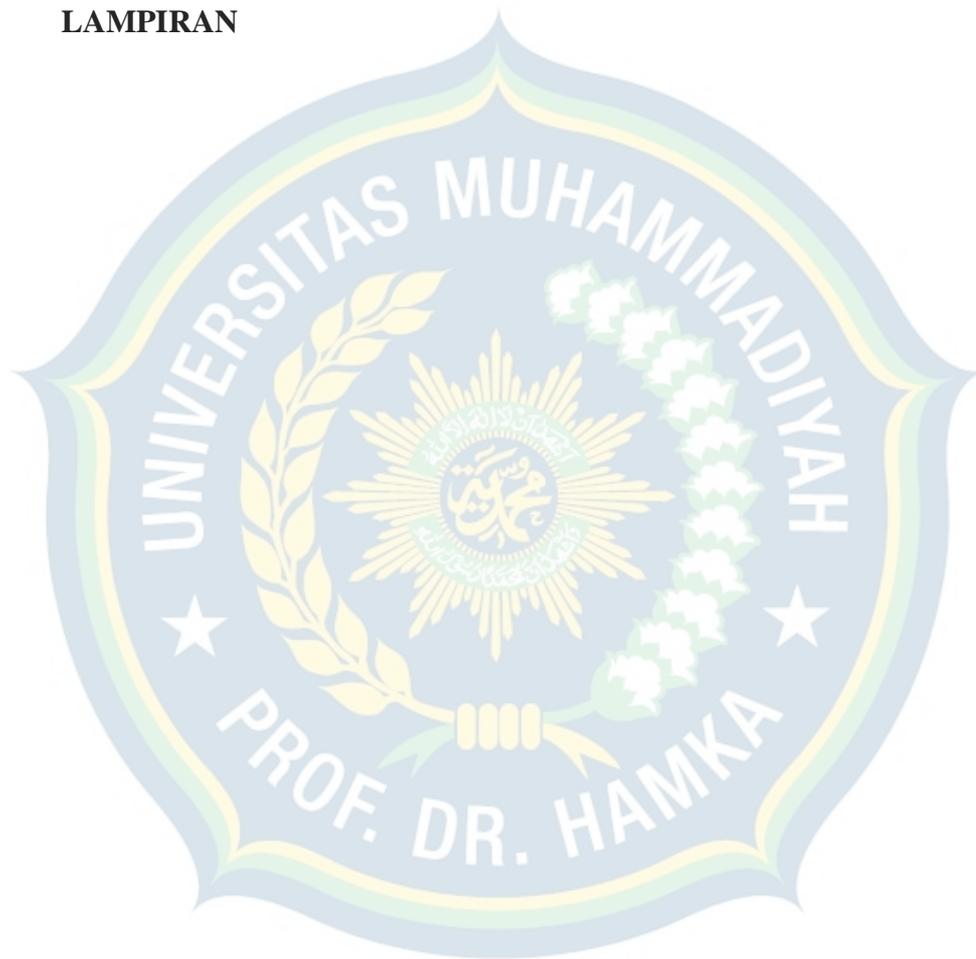
## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN**

<b>PEMBAHASAN .....</b>	<b>84</b>
4.1. Subjek Penelitian.....	84
4.1.1. Sejarah Komunitas Ganespa .....	84
4.1.2. Arti Nama, Logo, dan Warna Komunitas Ganespa.....	85
4.1.3. Visi dan Misi Komunitas Ganespa .....	86
4.1.4. Struktur Komunitas Ganespa .....	87
4.2. Hasil Penelitian .....	88
4.2.1. Manajemen Program Kampanye Komunitas Ganespa Dalam Penolakan Pembangunan Jalan Tol Cinere-Serpong Di Situ Sasak Pamulang .....	89
★ 4.2.1.1. Tahapan Perencanaan Kampanye Komunitas Ganespa Dalam Penolakan Tol Cinere-Serpong di Situ Sasak Pamulang.....	90
4.2.1.2. Tahapan Pelaksanaan Kampanye Komunitas Ganespa Dalam Penolakan Cinere-Serpong di Situ Sasak Pamulang .....	110
4.2.1.3. Pengawasan dan Pengendalian Kampanye Komunitas Ganespa Dalam Penolakan Tol Cinere-Serpong di Situ Sasak Pamulang.....	131

4.2.1.4. Tahapan Evaluasi Kampanye Komunitas Ganespa Dalam Penolakan Tol Cinere-Serpong di Situ Sasak Pamulang .....	137
4.2.2. Tahap-Tahap Manajemen Komunikasi Komunitas Ganespa Dalam Melakukan Kampanye .....	157
4.2.2.1. Memilih Informasi Penting dan Menghialangkan Informasi Tidak Penting .....	158
4.2.2.2. Merumuskan Strategi Penyampaian Pesan .....	161
4.2.2.3. Memberikan Pemahaman / Edukasi .....	162
4.3. Pembahasan .....	170
4.3.1. Manajemen Program Kampanye .....	170
4.3.2. Pelaku Kampanye .....	186
4.3.3. Pesan Kampanye .....	188
4.3.4. Saluran Kampanye .....	189
4.3.5. Model Kampanye Ostegard .....	190
4.3.6. Tahap-tahap Manajemen Komunikasi .....	201
4.3.7. Komunikasi Organisasi .....	203
4.3.8. Teori Informasi Organisasi .....	206
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>212</b>
5.1. Kesimpulan .....	212
5.2. Saran-Saran .....	213
5.2.2. Saran Akademis .....	213

5.2.3. Saran Metodologis .....	214
5.2.3. Saran Praktis .....	215
5.2.4. Saran Sosial.....	215
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>216</b>

**LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

3.5. Lokasi dan Jadwal Penelitian .....	85
---	----



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model Komunikasi.....	26
Gambar 2.2 Model Kampanye .....	57
Gambar 4.1. Logo Komunitas Ganespa .....	85
Gambar 4.2. Struktur OKP Ganespa .....	87
Gambar 4.3. Foto Dokumentasi surat rekomendasi Amdal dan Surat peraturan daerah yang dibuat oleh pemerintah Kota Tangerang Selatan .....	97
Gambar 4.4. Foto Dokumentasi surat yang dikirim kepada Menteri Lingkungan Hidup oleh Komunitas Ganespa .....	99
Gambar 4.5. Foto dokumentasi kegiatan breafing dalam perencanaan kampanye oleh Komunitas Ganespa.....	110
Gambar 4.6. Dokumentasi aksi demo ke-1 yang dilakukan oleh komunitas Ganespa di Situ Sasak Pamulang Kota Tangerang Selatan .....	116
Gambar 4.7. Foto dokumentasi aksi demo ke-2 Komunitas Ganespa didepan Kantor Walikota Tangerang Selatan pada tanggal 16 Januari 2018 .....	118
Gambar 4.8. Foto dokumentasi aksi demo ke-3 yang dilakukan komunitas Ganespa .....	120

Gambar 4.9. Foto dokumentasi aksi demo ke-4 yang dilakukan	
Komunitas Ganespa .....	122
Gambar 4.10. Foto dokumentasi aksi demo ke-5 yang dilakukan	
Komunitas Ganespa .....	125
Gambar 4.11. Takapan layar atau <i>Screen Capture</i> dari facebook	
OKP Ganespa.....	129
Gambar 4.12. Tangkapan Layar atau <i>Screen Captutre</i> dari Instagram	
ketua umum Ganespa Dodi Harianto .....	130
Gambar 4.13. Foto dokumentasi kegiatan breafing menerima	
arahan dan edukasi oleh ketua umum Komunitas	
Ganespa sebelum pelaksanaan aksi .....	133
Gambar 4.14. Foto dokumentasi Komunitas Ganespa	
surat izin resmi pelaksanaan aksi kampanye .....	135
Gambar 4.15. Tangkapan Layar atau <i>Screen Screen</i>	
Capture arsip dokumentasi Ganespa.....	150
Gambar4.16. Tangkapan Layar atau <i>Screen Captute</i> dari	
Instagram dodichaniago .....	164
Gambar 4.17. Model temuan Penelitian Program Kampanye	
Penolakan Pembangunan Jalan Tol	
Cinere-Serpong Di Situ Sasak Pamulang .....	168
Gambar 4.18. Model temuan Penelitian Taha-tahap	
Manajemen Komunikasi Komunitas Ganespa	
Dalam Melakukan Kampanye.....	169

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Dalam kehidupan sehari-hari interaksi antar manusia merupakan hal yang sangat penting. Tanpa interaksi tidak mungkin terbentuk masyarakat. Interaksi masyarakat terjadi melalui kegiatan berkomunikasi. Oleh karena itu komunikasi menjadi sesuatu yang penting dalam kehidupan.

Menurut Bernard dan Gary A. Steiner (Mulyana, 2007: 68), komunikasi adalah transmisi informasi, gagasan, emosi keterampilan, dan sebagainya. Definisi tersebut menjelaskan bahwa komunikasi bertujuan untuk membangun hubungan antara sesama manusia agar terjadi interaksi dan juga pertukaran informasi yang disampaikan.

Komunikasi tidak tercipta di ruang hampa, komunikasi selalu memiliki berbagai konteks di dalamnya. Berdasarkan konteks komunikasi, komunikasi terdiri atas komunikasi intrapribadi, komunikasi antarpribadi, komunikasi massa, komunikasi organisasi komunikasi publik, dan komunikasi antarbudaya. Seiring dengan keberhasilan reformasi yang menumbangkan rezim totaliter Soeharto kala itu, dimulai dengan ketetapan MPR Nomor: XVII/ MPR/1998 yang mengatur tentang Hak Asasi Manusia Pasal 1 ayat (3) UUD NKRI tahun 1945.

Pada pasal 21 dan 22 dari ketetapan ini menyebutkan secara spesifik tentang kebebasan dan keterbukaan informasi publik. Ketentuan TAP MPR ini selanjutnya diadopsi ke dalam UUD 1945 dalam sidang amandemen tahap 2 yang disahkan pada 18 Agustus 2000 yang tertuang dalam pasal 28 F. Kebebasan informasi di negeri ini, merupakan hak dasar rakyat yang harus dipenuhi oleh negara. Pentingnya kebebasan memperoleh informasi dalam kehidupan bernegara merupakan suatu keniscayaan, karena hal tersebut akan memberikan dampak positif dalam hal pelaksanaan proses bernegara itu akan memberikan kontribusi besar kepada pelaksana negara dalam hal mempercepat terwujudnya negara hukum yang demokratis.<sup>1</sup>

Dengan terwujudnya negara hukum yang demokratis maka masyarakat menjadi pemegang penuh kekuasaan. Masyarakat berhak melakukan komunikasi menyuarkan aspirasi ataupun pendapatnya. Komunikasi persuasi menurut Larson yaitu adanya kesempatan yang sama untuk saling mempengaruhi, memberi tahu audiens tentang tujuan persuasi, dan mempertimbangkan kehadiran audiens. Istilah Persuasi bersumber dari bahasa latin ,persuasion, yang berarti membujuk, mengajak atau merayu.(Maulana dan Gumelar,2013: 7)

Untuk mempengaruhi pola pikir masyarakat agar melakukan suatu tindakan diperlukan suatu tindakan persuasif yang disebut kampanye. Menurut Roger dan Storey (1987:87) kampanye adalah bentuk komunikasi

---

<sup>1</sup> dikutip dari halaman website <http://pemerintah.net/keterbukaan-informasi-publik-pemerintah/> tanggal akses 05/09/2018 pukul 15.30 WIB

yang prosesnya dilakukan oleh individu atau kelompok yang terorganisasi atau terlembaga yang bertujuan untuk menciptakan suatu dampak tertentu.(Venus, 2004:7)

Kampanye menjadi sangat penting apabila isu yang diangkat adalah permasalahan yang belum pernah disuarakan sebelumnya. Kampanye biasa digunakan sebagai ajang promosi atau propaganda yang seringkali ditemui dalam dunia politik, sosial, budaya dan lingkungan hidup salah satu contoh kampanye yang berkaitan dengan lingkungan hidup sering kali kita dengar adalah pencemaran lingkungan yang sering digalakan oleh organisasi penyelamatan lingkungan hidup baik yang berstatus nasional maupun internasional.

Masalah lingkungan hidup (LH) kini menjadi isu hangat. Ada kasus-kasus lingkungan hidup yang membuat kita terhenyak. Mulai dari kasus pembalakan liar, penambangan liar, pembakaran hutan, pemburuan satwa laut hingga pencurian hasil laut Indonesia secara besar-besaran. Itu semua diakibatkan karena lemahnya pengawasan penegakan hukum yang ada di Indonesia. Seperti halnya yang dilakukan oleh Dodi Harianto ketua dari komunitas pencinta lingkungan yang dinamakan Ganespa bersama masyarakat khususnya wilayah Pamulang Kota Tangerang Selatan berupaya menyelamatkan lingkungan Situ yang mereka anggap rusak akibat pembangunan jalan tol Cinere Serpong Jaya.

Komunitas Ganespa adalah suatu organisasi kepemudaan (Gugusan Alam Nalar Ekosistem Pemuda Pemudi) yang mulai berdiri pada Tanggal 15 Februari 2004 yang berazaskan Pancasila dan UUD 1945. Status Organisasi ini independent serta berpedoman kepada kepentingan umum. Ruang lingkup kegiatan organisasi ini adalah Sosial Kemasyarakatan, Kepetualangan, Lingkungan Hidup, Seni Budaya, Search and Rescue (SAR).

Langkah yang dilakukan oleh komunitas Ganespa dalam mempertahankan ekosistem kelestarian Situ Sasak Pamulang serta mengembalikan motto daerah Kota Tangerang Selatan yakni 'Go Green' dengan melakukan tindakan advokasi yaitu kampanye bertujuan untuk mengajak masyarakat akan pentingnya menjaga kelestarian lingkungan dan menyadarkan pemerintah Kota Tangerang Selatan bahwa langkah kebijakan yang dilakukan dianggap telah menyalahi aturan, dengan tanpa adanya sosialisasi terlebih dahulu serta merubah peta pembangunan yang berbeda dari rencana pemerintah Kota Tangerang Selatan sejak lama, maka dari itu komunitas Ganespa membentuk sebuah manajemen kampanye.

Manajemen kampanye didefinisikan sebagai proses pengolahan kegiatan kampanye secara aktif dan efisien dengan memanfaatkan seluruh sumberdaya yang ada guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dengan dimasukkannya unsur manajerial dalam pengelolaan kampanye

diharapkan peluang keberhasilan pencapaian tujuan kampanye menjadi lebih terbuka dan lebih besar. (Venus,2004: 26)

Manajemen kampanye merupakan sebuah proses yang memiliki tujuan untuk mewujudkan hasil dengan melakukan pengolahan kegiatan kampanye yang dilakukan oleh komunitas Ganespa demi mempertahankan kelestarian ekosistem situ di wilayah Sasak Pamulang untuk memperoleh respon yang baik atas kebijakan yang telah dibuat oleh pemerintah Kota Tangerang Selatan dalam mengelola tata kota daerah dan mengembalikan wilayah Situ sebagai ruang terbuka hijau sebagaimana motto Kota Tangerang Selatan yakni ‘Go Green’.

Terkait persoalan pembangunan jalan tol tersebut komunitas Ganespa melakukan jenis kampanye perubahan sosial atau yang disebut *social change campaigns* yaitu kampanye yang ditunjukan untuk menangani masalah- masalah sosial melalui perubahan sikap dan perilaku publik yang terkait.

Ada empat tahapan manajemen kampanye yang dilakukan oleh komunitas Ganespa diantaranya 1.Melakukan perencanaan kampanye yaitu dengan menganalisis permasalahan terkait pembangunan jalan Tol yang mereka anggap telah merusak garis sepadan Situ yang berfungsi sebagai lahan resapan air agar kampanye yang dilakukakan komunitas Ganespa mencapai tujuan yang diinginkan, 2.Pelaksanaan kampanye, merupakan penerapan konstruksi rancangan program yang telah disiapkan

sebelum tahap perencanaan, yaitu dengan melakukan penyuluhan kerumah-rumah warga dan memberikan sosialisasi tentang pentingnya menjaga kelestarian lingkungan hidup serta mengajak masyarakat untuk menyuarkan aspirasinya sebagai bentuk kepedulian terhadap lingkungan di sekitar Situ Sasak Pamulang, 3. Pengendalian dan pengawasan, yaitu mengendalikan dan mengawasi jalannya kegiatan kampanye yang dilakukan komunitas Ganespa agar tercapainya tujuan dari kampanye 4. Evaluasi kampanye, yaitu hasil dari pelaksanaan dan tujuan kampanye yang dilakukan oleh komunitas Ganespa.

Salah satu bentuk dari program pelaksanaan kampanye yang membutuhkan beberapa tahap dilakukan oleh komunitas Ganespa dan komunitas pencinta lingkungan mahasiswa UIN Jakarta yaitu dengan melakukan aksi kepedulian dengan melakukan unjuk rasa. Para aktivis memprotes proyek pembangunan ruas jalan tol Cinere-Serpong yang dianggap telah merusak lahan garis sepadan situ yang merupakan daerah resapan air tersebut. Dalam orasinya kali ini para aktivis terjun kesitu dengan menggunakan perahu karet serta pelampung sebagai bentuk aksi penolakan, aksi ini terjadi selama 8 jam. Mereka mempertanyakan soal amdal dari pembuatan JORR 2 ruas Cinere-Serpong didekat lahan Situ Sasak seluas kurang lebih 4 hektar.

Proyek pembangunan ini sudah direncanakan sejak tahun 2008 dan dimulai pada tahun 2016 dengan awal mula melakukan pembebasan lahan. Proyek jalan Tol Cinere-Serpong ini dengan

panjang 10,14 KM dengan menghabiskan 2,219 Triliun. Rencana pembangunan jalan Tol Cinere-Serpong berjalan pada tahun 2017 dan rencana mulai operasi pada tahun 2019, jalan Tol ini berperan sebagai alternatif akses menuju Jakarta dari wilayah luar Jakarta.

Pembangunan jalan tol Cinere-Serpong telah mencapai 8,6% hingga minggu ke-2 Januari 2018. Pengadaan lahan untuk jalan tol itu baru mencapai 61% direktur utama PT Cinere-Serpong Jaya (CSJ) Silvester Arian Widodo selaku anak usaha PT.Jasa Marga optimis proyek jalan tol sepanjang 10,14 KM itu dapat dioperasikan sesuai target, yakni tahun 2019. PT CSJ bersama pejabat pembuat komitmen (PPK) pengadaan tanah dan badan pertanahan nasional (BPN) telah melakukan pendekatan kepada masyarakat dan pemilik tanah di sekitar lokasi pembangunan proyek jalan tol. Pembangunan jalan tol itu terkendala sejak tahun 2008. Proyek itu mulai dibangun kembali pada September 2017, setelah Jasa Marga bersama Waskita Tol Road (WTR) dan Jakarta Propertindo (Jakpro) mengambil alih saham konsesi sebelumnya.

Dalam kasus pembangunan proyek jalan tol Cinere-Serpong ini pada dasarnya komunitas Ganespa bersama masyarakat tidak menolak dengan adanya program pembangunan jalan tol yang bertujuan mempermudah akses jalan masyarakat melainkan hanya ingin menegakkan keadilan serta menuntut pelaksanaan sesuai peraturan

perundang-undangan yang telah dibuat oleh pemerintah sendiri terhadap kelola tata kota daerahnya.

Pemerintah Daerah Kota Tangerang Selatan menjelaskan pada proyek pembangunan jalan tol tersebut telah memiliki surat izin dari dinas pekerja umum yang telah disetujui oleh menteri lingkungan hidup. Namun surat rekomendasi perizinan tersebut telah kadaluarsa hingga kini belum ada keseriusan dari pemerintah daerah untuk menanggapi persoalan surat perizinan tersebut. Proyek pembangunan masih tetap berjalan sesuai rencana pembangunan pemerintah yang dilakukan oleh PT. Cinere Serpong Jaya selaku operator jalan tol yang mengantongi surat rekomedasi amdal dan desain dasar kadaluarsa.

Proyek pembangunan tol Cinere-Serpong ini dianggap tidak sesuai dengan Undang-Undang Nomor 26 Tahun 2007 tentang Penataan Ruang, lalu pada pasal 1 ayat (2) Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup, yang berisi tentang upaya sistematis dan terpadu yang dilakukan untuk melestarikan fungsi lingkungan hidup dan mencegah terjadinya pencemaran atau kerusakan lingkungan hidup yang meliputi perencanaan, pemanfaatan, pengendalian, pemeliharaan, pengawasan, dan penegakan hukum. Kemudian dalam pasal 101 ayat 1 Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2015 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2014 tentang perubahan atas Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah yang

berisi tentang DPRD diberikan tugas dan kewenangan untuk bertanggung jawab atas peraturan daerah yang telah dibuatnya berdasarkan berdasarkan peraturan undang-undang di atas.

Komunitas Ganespa menuntut Pemerintah Kota Tangerang Selatan untuk memberlakukan ketetapan dan kewenangan yang telah ditentukan dalam Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2015, untuk melakukan upaya perlindungan terhadap kelestarian ekosistem situ dengan memberikan sanksi kepada PT.Cinere Serpong Jaya selaku kontraktor pembangunan tol Cinere-Serpong serta mengembalikan garis sempadan Situ Sasak Pamulang ke fungsi awal sebagai ruang terbuka hijau (RTH) sebagaimana motto Kota Tangerang Selatan yakni 'Go green'.

Kebijakan yang tidak baik tentu akan menimbulkan keluaran (dampak) berupa sikap apatis dari masyarakat. Proyek pembangunan jalan tol yang melintasi Situ Sasak Pamulang telah dianggap menyalahi aturan. Harusnya dari titik air ke darat itu batasnya 40 meter namun pada prekatiknya PT.Cinere Serpong jaya ini telah memabat habis garis sepadan hingga mepet dengan bibir Situ Sasak Pamulang yang pada awal mulanya garis sepadan itu sebagai resapan air.

Usaha komunitas Ganespa ini merupakan suatu upaya membantu Pemerintah Daerah Kota Tangerang Selatan untuk melindungi kelestarian lingkungan hidup salah satunya Situ. namun hingga kini pemerintah belum juga memberikan tanggapan setelah upaya

komunitas Ganespa memberikan surat kepada Pemerintah Kota Tangerang Selatan, Pemerintah Pusat dan Balai Besar Wilayah Sungai.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka peneliti tertarik untuk mengetahui lebih lanjut bagaimana manajemen program pengelolaan kampanye yang dilakukan oleh komunitas Ganespa sebagai perwakilan dari masyarakat untuk mempertahankan kelestarian ekosistem lingkungan di Situ Sasak Pamulang. Guna mengembalikan motto daerah Kota Tangerang Selatan yakni 'Go Green' dengan judul penelitian Manajemen Program Kampanye Komunitas Ganespa Dalam Penolakan (Studi Kasus Pembangunan Jalan Tol Cinere-Serpong di Situ Sasak Pamulang”).

Sebelum penelitian ini dilakukan terdapat beberapa penelitian yang membahas tentang sebuah komunikasi kelompok. Adapun penelitian sejenis mengenai Manajemen Kampanye Komunitas Ganespa Terhadap Penolakan Pembangunan Tol Cinere-Serpong adalah sebagai berikut :

1. Peneliti Dimas Pujo Prehadin, Peminatan Komunikasi Massa, Universitas Muhammadiyah Prof.Dr.Hamka tahun 2017. Audit Komunikasi Kampanye Stop Kukang Pada Komunitas Kukangku Melalui Media Sosial Instagram. Metodologi penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme, pendekatan kualitatif, jenis penelitian deskriptif, dan metode studi kasus. Hasil penelitian ini proses audit komunikasi kampanye stop kekang kukang sesuai dengan perencanaan dan kerja target kampanye, melalui efektivitas kampanye menjelaskan kampanye ini berjalan sesuai dengan harapan yang

diinginkan. Adapun kontribusi dalam penelitian ini, memberikan pengetahuan kepada masyarakat luas tentang menjaga keberlangsungan hidup satwa liar khususnya kukang.

Persamaan dari penelitian sebelumnya yang disusun oleh Dimas Pujo Prehatin dengan penelitian saya adalah sama-sama menggunakan metode penelitian studi kasus dengan paradigma konstruktivisme dan pendekatan kualitatif. Perbedaan dari penelitian terdahulu dengan saya adalah penelitian terdahulu menggunakan teori tahapan perubahan, sedangkan peneliti menggunakan teori informasi organisasi.

2. Peneliti Fandi Permana Ginting, Peminatan Komunikasi Massa, Universitas Muhammadiyah Prof.Dr.Hamka 2015. Audit Komunikasi Kampanye Stop Konsumsi Sirip Hiu Pada Komunitas Shark Indonesia. Dengan pendekatan kualitatif, paradigma konstruktivisme, jenis penelitian evaluatif dan metode studi kasus. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa langkah audit dilakukan oleh juru kampanye untuk mengemas pesan kampanye, mengetahui karakteristik target kampanye, dan pelaksanaan kampanye itu sendiri. Karena penelitian ini bersifat evaluatif yang menitik beratkan pada proses evaluasi yang digunakan untuk peningkatan efektivitas kampanye. Oleh karena itu langkah audit komunikasi yang dilakukan adalah analisis, evaluasi dan rekomendasi yang bertujuan untuk efektivitas kampanye stop konsumsi sirip hiu.

Persamaan dari penelitian sebelumnya yang disusun oleh Fandi Permana Ginting dengan penelitian saya adalah sama-sama

menggunakan paradigma konstruktivisme dan metode penelitian studi kasus. Pembeda dari penelitian terdahulu dengan penelitian saya adalah penelitian terdahulu menggunakan jenis penelitian evaluatif sedangkan peneliti menggunakan jenis penelitian deskriptif dan menggunakan.

3. Peneliti Drara Novia Dwi Astrini , Peminatan Humas, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga tahun 2013. Manajemen Kampanye *Public Relation* Dalam Menghadapi Isu Kegiatan *Factory Visit* di PT. Djarum Kudus. Dengan pendekatan Kualitatif, paradigma positivisme, metode Deskriptif. Setelah melakukan penelitian, peneliti memperoleh data bahwa *Corporate Affairs* PT. Djarum telah melakukan tahapan manajemen kegiatan kampanye PR, yakni perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Adapun tujuan dari pelaksanaan kegiatan kampanye PR ini adalah untuk menghadapi isu perusahaan.

Persamaan dari penelitian sebelumnya yang disusun oleh Drara Novia Dwi Astrini dengan penelitian saya adalah sama-sama meneliti bagaimana manajemen kampanye yang dilakukan setelah membuat tindakan. Pembeda dari penelitian terdahulu dengan saya adalah penelitian terdahulu menggunakan pendekatan kualitatif, Paradigma Positivisme, dan metode deskriptif sedangkan peneliti menggunakan pendekatan kualitatif, paradig konstruktivisme, dan metode studi kasus.

## 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dikemukakan diatas maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana manajemen program kampanye Komunitas Ganespa dalam penolakan pembangunan tol Cinere-Serpong di Situ Sasak Pamulang?
2. Bagaimana tahapan-tahapan manajemen komunikasi Komunitas Ganespa dalam melakukan kampanye?

## 1.3. Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah merupakan upaya untuk membatasi ruang lingkup permasalahan penelitian agar lebih fokus. Maka dari itu pada penelitian ini fokus peneliti hanya pada:

1. Proses pengelolaan program kampanye komunitas Ganespa.
2. Proses penyampaian informasi dan komunikasi yang dilakukan komunitas Ganespa dalam melakukan kampanye

## 1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang dan rumusan masalah, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk memahami manajemen program kampanye Komunitas Ganespa dalam penolakan pembangunan jalan tol Cinere-Serpong di Situ Sasak Pamulang.
2. Untuk memahami tahapan-tahapan manajemen komunikasi yang dilakukan komunitas Ganespa dalam melakukan kampanye.

## **1.5. Kontribusi Penelitian**

Peneliti berharap penelitian ini bisa berguna bagi banyak pihak di kemudian hari. Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

### **1.5.1. Kontribusi Akademis**

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi sarana edukasi yang sangat informatif bagi para akademisi untuk bersikap peduli terhadap masalah lingkungan hidup dan berperan serta dalam melestarikan ekosistem perairan baik laut, muara ataupun situ demi kelangsungan hidup. Dengan menggunakan teori informasi organisasi yang membahas mengenai pentingnya sarana untuk berbagi informasi, anggota kelompok dan mengidentifikasi kerusakan dalam pemikiran dan sebuah cara persuasi, diharapkan kontribusi ini bisa menjadi masukan bagi komunitas Ganespa dalam usahanya mengkampanyekan penolakan pembangunan jalan tol Cinere-Serpong di Situ Sasak Pamulang Kota Tangerang Selatan.

### **1.5.2. Kontribusi Metodologis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi terkait metode studi kasus dalam melihat atau mengamati permasalahan lingkungan hidup agar penelitian-penelitian selanjutnya lebih menekankan pemanfaatan studi kasus sebaik-baiknya dimana dengan menggunakan sumber data untuk menyelidiki fenomena

kontemporer yang terdapat dalam kehidupan nyata agar mendapatkan penelitian yang jelas dan relevan serta tidak terfokus pada data yang diberikan oleh komunitas maupun instansi.

### **1.5.3. Kontribusi Praktis**

#### **a. Manfaat untuk komunitas Ganespa**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang akurat mengenai dampak manajemen dan tahap-tahap komunikasi dalam menjalankan program kampanye penolakan pembangunan tol Cinere-Serpong melalui pesan-pesan informasi organisasi.

#### **b. Manfaat untuk masyarakat**

Manfaat penelitian ini bagi masyarakat adalah masyarakat dapat melihat hasil kerja yang baik, bagi komunitas Ganespa agar dapat meningkatkan kesadaran dan kepedulian untuk menjaga kelestarian lingkungan hidup di sekitarnya.

### **1.5.4. Kontribusi Sosial**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan referensi bagi kelompok komunitas atau organisasi yang bergerak dalam lingkup lingkungan hidup khususnya yang ingin berpartisipasi dalam penyelesaian problem masyarakat dengan pendekatan ilmiah dalam mengkampanyekan penyelamatan lingkungan agar masalah lingkungan hidup dapat disuarakan

dengan baik dan memberi edukasi kepada masyarakat agar lebih peduli dalam menyikapi permasalahan lingkungan hidup.

#### **1.6. Sistematika Penulisan**

Peneliti ingin menyampaikan informasi dan pokok-pokok pikiran, peneliti menyusun proposal skripsi ini secara sistematis agar mudah dipahami yang dibagi dalam tiga bab dengan susunan sebagai berikut:

##### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab ini peneliti ingin menyampaikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian kontribusi penelitian, (kontribusi akademis, kontribusi praktis, kontribusi metodologis, kontribusi sosial), kelemahan dan keterbatasan penelitian serta sistematika penelitian.

##### **BAB II : LANDASAN PEMIKIRAN**

Pada bab ini peneliti ingin menyampaikan tentang paradigma yang digunakan konstruktivisme, hakekat komunikasi (pengertian, model, elemen, fungsi, dan konteks komunikasi), peminatan kehumasan (pengertian public relation, ciri-ciri humas, fungsi humas, tujuan humas, publik dalam humas), Komunikasi Organisasi (pengertian, bentuk komunikasi organisasi, fungsi komunikasi organisasi, teknologi informasi dalam organisasi) Teori Informasi Organisasi (Pengertian, keunggulan informasi organisasi), Manajemen Komunikasi (pengertian, tahapan-tahapan manajemen komunikasi, fungsi manajemen komunikasi, dimensi komunikasi dalam manajemen), Kampanye (pengertian, pelaku kampanye,

saluran kampanye, khalayak sasaran kampanye, jenis kampanye, tahap-tahap proses kampanye.

### **BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

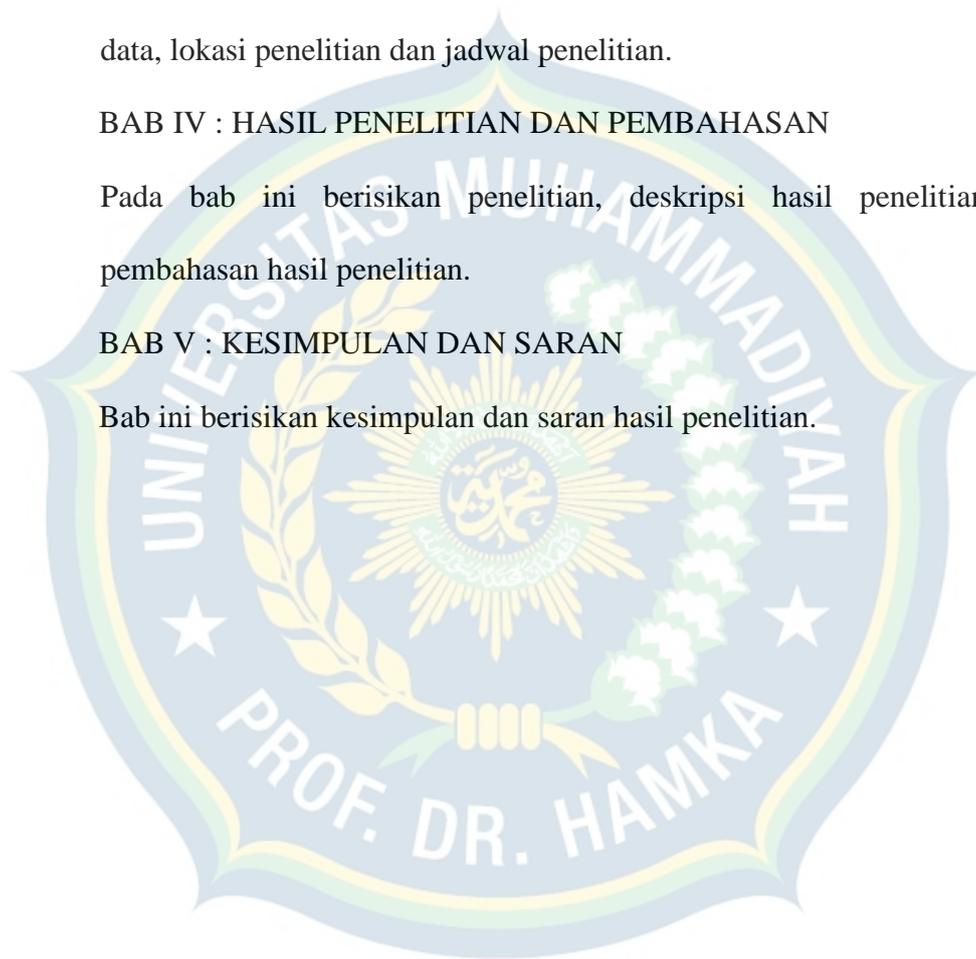
Pada bab ini peneliti ingin menyampaikan pendekatan penelitian, metode penelitian, jenis penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, lokasi penelitian dan jadwal penelitian.

### **BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini berisikan penelitian, deskripsi hasil penelitian, dan pembahasan hasil penelitian.

### **BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran hasil penelitian.



## DAFTAR PUSTAKA

### A. Dari Buku

- Ardianto, Elvinaro. 2010. *Metode Penelitian Untuk Public Relatios Kuantitatif Dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arifin, Anwar. 2003. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Jakarta : PT Elex.
- Bungin, Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana Depdikbud.
- Curtis, B., Floyd, James J., Winsor, Jerry L., 2005, *Komunikasi Bisnis dan Profesional*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Cutlip, Scott. M., Center Allen H. & Broom.Glen. M. (2009), *Effective Public Relations*, Ed. 9. Jakarta : Kencana.
- Effendy, Onong Uchjana. 2007. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Rosdakarya.
- Gregory, Anne. 2004. *Perencanaan, dan Manajemen Kampanye*. Jakarta:Erlangga.
- Kasali, Rhenald. 1994. *Manajemen Public Relations*. Jakarta : PT Pustaka Utama Grafiti.
- Kriyantono, Rahmat. 2009. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: PT. Kencana Perdana.
- Lattimore, Otis Baskin, Suzette T.Heiman, Elizabeth L.Toth.2010. *Public Relation: Profesi dan Praktik*. Jakrta: Salemba Humanika.
- Mulyana, Deddy. 2008. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (Bandung: Remaja Rosdakarya).
- Malayu S.P Hasibuan, 2008. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Maulana, Herdijan dan Gumelar, Gugum. 2013. *Psikologi Komunikasi dan Persuasi*. Jakarta : Akademia Permata.
- Morissan. 2008. "Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi". Kencana Prenada Media Group. Jakarta.

- Pace R. Wayne dan Faules Don F, 2010, *Komunikasi Organisasi : Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Rahmat, Jalaluddin, 2008, *Psikologi Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Richard West, Turner. 2008. "Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi". Jakarta. Salemba Humanika.
- Ruslan, Rosady. 2010. *Metode Penelitian : Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Salim, Agus. 2001. *Teori dan Paradigma sosial*. Yogyakarta. Tiara Wacana.
- Soedarsono, Dewi K. 2009. *Sistem Manajemen Komunikasi*. Bandung. Simbiosis Rekatama Media.
- Sukmadinata. 2006. *Metode Penelitian Pendidikan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sulastri, Lilis. 2012. *Manajemen Sebuah Pengantar, Sejarah, Tokoh, Teori, dan Praktik*. Bandung: La Goods Publishing.
- Venus, Antar. 2007. *Manajemen Kampanye*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

#### **B. Jurnal** ★ :

- Buana, Aries, Hanny Hafiar, Anwr Sani. "Manajemen Kampanye Pencegahan Eksploitasi Seksual Komersial Anak oleh Kompak Jakarta". *Jurnal Ilmu Komunikasi (J-IKA) Universitas Padjadjaran Bandung*. Vol. 4, (April 2017).

#### **C. Skripsi** :

- Astrini, Drara Novia Dwi. 2013. *Manajemen Kampanye Public Relation Dalam Menghadapi Isu Kegiatan Factory Visit di PT.Djarum Kudus*. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Ginting, Fandi Permana. 2015. *Audit Komunikasi Kampanye Stop Konsumsi Sirip Hiu Pada Komunitas Shark Indonesia*. Universitas Muhammadiyah Prof.Dr.Hamka.
- Prehatin, Dimas Pujo. 2017. *Audit Komunikasi Kampanye Stop Kekang Kukang Pada Komunitas Kukangku Melalui Media Sosial Instagram Kukangku*. Universitas Muhammadiyah Prof.Dr.Hamka.

Ramadhan, Isfan Harun. 2018. Analisis Manajemen Kampanye Perlindungan Hutan *Mangrove* Dan Penyelamat Luntung Jawa Di Madura Gembong Melalui Gerakan Savemugo. Yogyakarta. Universitas Islam Indonesia.

**D. Laman :**

<http://cor-amorem.blogspot.com/2010/01/filsafat-konstruktivisme.html>

diakses pada 14 Mei 2018 pada pukul 21.00 WIB.

<https://ardhana12.wordpress.com/2008/02/08/metode-penelitian-studi-kasus/> diakses pada 05 September 2018 pukul 08.15 WIB.

<http://pemerintah.net/keterbukaan-informasi-publik-pemerintah/> diakses pada 05 September 2018 pukul 15.30 WIB.

[online/http://www.academia.edu/8478908/Hakikat Komunikasi dan Asumsi OntologisMarkus “Filsafat Konstruktivisme”](http://www.academia.edu/8478908/Hakikat_Komunikasi_dan_Asumsi_OntologisMarkus_Filsafat_Konstruktivisme) diakses pada 14 Mei 2018 pada pukul 21.00 WIB.

[www.beritatangsel.com](http://www.beritatangsel.com) diakses pada tanggal 5 Maret 2018 pukul 22.36 WIB.

[www.tempo.com](http://www.tempo.com) di akses pada tanggal 15 April 2018 pukul 15.02 WIB.

[www.detaktangsel.com](http://www.detaktangsel.com) diakses pada tanggal 15 April 2018 pukul 15.10 WIB.

<http://Instagram/dhodicianiago.com> diakses pada tanggal 10 Oktober 2018 Pukul 18.30 WIB.

<http://facebook.com/KuncenSetu> diakses pada tanggal 10 Oktober 2018 Pukul 21.15 WIB.

<http://www.managementstudyguide.com/berlo-model-of-communication.htm> diakses pada tanggal 10 Desember 2018 Pukul 19.30 WIB.