

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul **“STRATEGI KOMUNIKASI LINGKUNGAN PADA PROGRAM BROTHERHOOD FOR NATURE MELALUI KAMPANYE “SATU KNALPOT SATU POHON” DI KOTA BANDUNG”** dan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh Brotherhood For Nature dalam programnya Satu Knalpot Satu Pohon.

Penelitian ini disusun dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif karena penggunaan metode penelitian ini adalah untuk menggambarkan atau mendeskripsikan mengenai strategi komunikasi yang dilakukan oleh Brotherhood For Nature tentang kampanye “Satu Knalpot Satu Pohon”. Teori yang digunakan adalah teori strategi komunikasi Hafied Cangara yang bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi menetapkan komunikator yang dilakukan Brotherhood For Nature, untuk mengetahui strategi komunikasi menetapkan khalayak target sasaran yang dilakukan Brotherhood For Nature, untuk mengetahui strategi komunikasi penyusunan pesan yang dilakukan Brotherhood For Nature, dan untuk mengetahui strategi komunikasi pemilihan media yang dilakukan Brotherhood For Nature

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh dan dilakukan oleh peneliti mengenai strategi komunikasi yang dilakukan oleh Brotherhood For Nature mengenai kampanye “Satu Knalpot Satu Pohon” ini menerapkan beberapa strategi komunikasi dalam melaksanakan kampanyenya yaitu strategi komunikasi dimulai dari melakukan penetapan komunikator yang meliputi kredibilitas, daya tarik, dan kekuatan. Khalayak target sasaran dari Brotherhood For Nature yaitu khususnya kepada komunitas motor dan umumnya yaitu kepada masyarakat pengguna kendaraan bermotor. Dalam strategi komunikasi penyusunan pesan Brotherhood For Nature memasukkan beragam pesan yang bersifat edukatif, informatif, dan persuasif. Brotherhood For Nature dalam menyampaikan pesannya mengenai kampanye “Satu Knalpot Satu Pohon” memanfaatkan media sosial Instagram sebagai alat atau sarana penyebaran informasi.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi, Brotherhood For Nature, Kampanye Satu Knalpot Satu Pohon

ABSTRACT

This research is titled “ENVIRONMENTAL COMMUNICATION STRATEGY IN THE BROTHERHOOD FOR NATURE PROGRAM THROUGH “ONE EXHAUST ONE TREE” CAMPAIGN IN BANDUNG CITY” and this research aims to find out how the communication strategy carried out by Brotherhood For Nature in its One Exhaust One Tree campaign.

This research was prepared using descriptive qualitative research method because the use of this research method is to describe the communication strategy carried out by Brotherhood For Nature about the "One Exhaust One Tree" campaign. The theory used is Hafied Cangara's communication strategy theory which aims to find out the communication strategy of setting communicators carried out by Brotherhood For Nature, to find out the communication strategy of setting target audiences carried out by Brotherhood For Nature, to find out the communication strategy of message preparation carried out by Brotherhood For Nature, and to find out the communication strategy of media selection carried out by Brotherhood For Nature.

Based on the results of research that has been obtained and conducted by researchers regarding the communication strategy carried out by Brotherhood For Nature regarding the "One Exhaust One Tree" campaign, it applies several communication strategies in implementing its program, namely the communication strategy starts from determining communicators which include credibility, attractiveness, and strength. The target audience of Brotherhood For Nature is specifically the motorcycle community and generally the motorized vehicle user. In the message preparation communication strategy, Brotherhood For Nature includes a variety of messages that are educative, informative, and persuasive. Brotherhood For Nature in conveying its message about the "One Exhaust One Tree" campaign utilizes Instagram social media as a tool or means of disseminating information.

Keywords : Communication Strategy. Brotherhood For Nature, One Exhaust One Tree Campaign

RINGKESAN

Panalungtikan ieu dijudulan **“STRATEGI KOMUNIKASI LINGKUNGAN DI PROGRAM BROTHERHOOD FOR NATURE NGALIWATAN KAMPANYEU “SATU KNALPOT SATU POHON” DI KOTA BANDUNG”** jeung ieu panalungtikan miboga tujuan pikeun mikanyaho kumaha stratégi komunikasi anu dilaksanakeun ku baraya program Brotherhood For Nature dina kampanye Satu Knalpot Satu Pohon.

Ieu panalungtikan disusun ngagunakeun métode panalungtikan déskriptif kualitatif lantaran digunakeunana ieu métode panalungtikan nya éta pikeun ngagambarkeun atawa ngadéskripsikeun stratégi komunikasi anu dilaksanakeun ku baraya program Brotherhood For Nature ngeunaan kampanye “Satu Knalpot Satu Pohon”. Tiori anu digunakeun nyaéta tiori stratégi komunikasi Hafied Cangara anu tujuanana pikeun mikanyaho stratégi komunikasi pikeun nangtukeun komunikator anu dilaksanakeun ku Brotherhood For Nature, pikeun mikanyaho stratégi komunikasi nangtukeun sasaran anu dilaksanakeun ku Brotherhood For Nature, pikeun mikanyaho stratégi komunikasi nyusun pesen anu dilaksanakeun ku Brotherhood For Nature, sarta pikeun manggihan strategi komunikasi milih média anu dilaksanakeun ku Brotherhood For Nature.

Dumasar kana hasil panalungtikan anu geus dimeunangkeun jeung dilaksanakeun ku panalungtik ngeunaan stratégi komunikasi anu dilaksanakeun ku baraya program Brotherhood For Nature ngeunaan kampanye “Satu Knalpot Satu Pohon” ieu nerapkeun sababaraha stratégi komunikasi dina ngalaksanakeun éta program, nya éta stratégi komunikasi dimimitian ti nangtukeun komunikator nu ngawengku kredibilitas, daya tarik, jeung kakuatan. Sasaran hadirin Brotherhood For Nature khususna komunitas motor jeung umumna komunitas pamaké kendaraan bermotor. Dina stratégi komunikasi penyusunan pesen Brotherhood For Nature ngawengku rupa-rupa pesen anu sifatna edukatif, informatif jeung persuasif. Brotherhood For Nature dina nepikeun informasi ngeunaan kampanye "Satu Knalpot Hiji Pohon" ngagunakeun média sosial Instagram salaku alat atawa sarana pikeun nyebarkeun informasi.

Kata Kunci, Stratégi Komunikasi, Brotherhood For Nature, Kampanyeu Satu Knalpot Satu Pohon