

STRATEGI KOMUNIKASI PADA PROGRAM PANDA CLICK! WORLD WIDE FUND FOR NATURE (WWF-INDONESIA) PROGRAM KALIMANTAN BARAT

KRISTOPORUS ANEF PRABOWO^{1*}
NIM. E.1101151067

Dr.Lina Sunyata, M.Si²Drs. H. Agus Eka, M. Si²

Email : kristoporusanef@gmail.com

1. Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura Pontianak
2. Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura Pontianak

ABSTRAK

Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk mendeskripsikan serta menganalisis proses strategi komunikasi yang dilakukan program Panda CLICK! WWF-Indonesia Program Kalimantan Barat. Strategi komunikasi tersebut meliputi definisi masalah, perencanaan dan pemrograman, mengambil tindakan dan berkomunikasi serta evaluasi program dan proses strategi komunikasi tersebut di analisis menggunakan Planning Teori dari Charles Berger. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Untuk memperoleh data yang lengkap dan akurat, maka teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan proses strategi komunikasi Program Panda CLICK! WWF-Indonesia sebagai berikut: tahap definisi masalah, program Panda Click belum mengetahui penyebab ketidaktarikan masyarakat terhadap program perubahan melalui fotografi. Tahap perencanaan dan pemrograman Panda CLICK! telah dirumuskan dengan matang seperti tujuan yang kongkrit yaitu menjadi wadah dan aspirasi masyarakat melalui fotografi. Terdapat kekurangan yaitu partisipan belum mencapai target. Tahap mengambil tindakan dan berkomunikasi dibagi menjadi strategi, media, kerjasama, event serta komunikator pada tahap ini Panda CLICK! sudah mencakup seluruh aspek saat melaksanakan komunikasi. Tahap evaluasi Program Panda CLICK! juga telah melakukan evaluasi. Hasil evaluasi terdapat beberapa faktor yang belum tercapai seperti belum jumlah partisipan dan beberapa tema foto yang tidak sesuai dengan tema yang ditentukan sehingga program Panda CLICK! memiliki peluang untuk memperbaiki pada kegiatan ke depannya. Sebaiknya program Panda CLICK! melakukan survey perihal ketidaktarikan masyarakat berpartisipasi dalam kegiatan dan mendiskusikan hal tersebut dalam sebuah rapat khusus sehingga permasalahan tersebut dapat terselesaikan.

Kata kunci : Strategi komunikasi, Fotografi, Panda CLICK!

1. PENDAHULUAN

Strategi komunikasi merupakan paduan antara perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai suatu tujuan (Effendy, 2000 : 300). Strategi komunikasi pada praktiknya bukan hanya digunakan oleh perusahaan saja, melainkan juga pada organisasi non-profit. Salah satu organisasi non-profit yang kerap menggunakan strategi komunikasi dalam kegiatannya adalah organisasi konservasi alam seperti WWF-indonesia terkhusus dalam pelaksanaan program. Strategi komunikasi organisasi ini bertujuan untuk menggiring opini serta mengajak masyarakat untuk turut berpartisipasi dalam setiap kegiatan yang dilaksanakan.

World Wide Fund for Nature (WWF) adalah sebuah organisasi non-pemerintah internasional yang menangani masalah-masalah tentang konservasi, penelitian dan restorasi lingkungan, dulunya bernama World Wildlife Fund dan masih menjadi nama resmi di Kanada dan Amerika Serikat.

Demi terpenuhi tujuan melestarikan hutan, satwa langka dan kearifan lokal

yang bisa dijadikan nilai tambah bagi kesejahteraan hidup masyarakat maka WWF Indonesia Program Kalimantan Barat membuat satu program yaitu Program Panda CLICK! (Communication Learning towards Innovative Change and Knowledge) yaitu Pembelajaran komunikasi menuju perubahan dan pengetahuan inovatif, Program ini berupaya menjembatani komunikasi dan aspirasi masyarakat melalui fotografi serta mendorong munculnya perubahan-perubahan positif yang bermanfaat bagi masyarakat dan alam sekitarnya.

Masyarakat dengan tingkat pendidikan rendah ditambah dengan latar belakang mata pencaharian sebagai petani terkadang merasa dikucilkan dan tidak diperlukan pendapatnya karena mereka bukan orang yang memiliki pengaruh besar, oleh sebab itu WWF-Indonesia Program Kalimantan Barat melalui Program Panda CLICK berupaya membantu masyarakat dengan menjadi jembatan aspirasi bagi mereka yang tidak mempunyai alat untuk bercerita mengenai potensi sumber daya alam yang selama ini belum dilihat oleh pemerintah daerah. Dari tahun 2010, pertama program ini dimulai, hingga 2012 sudah dihasilkan lebih dari

200.000 foto, yang melibatkan 50 fotografer masyarakat dari 9 desa di 2 kecamatan (Bunut Hilir dan Batang Lupar) di Kabupaten Kapuas Hulu. (WWF,Indonesia/Comms.Kalbar/Lia).

Program Panda CLICK! yang sudah dilaksanakan yaitu di mulai pada tanggal 22 Februari 2018 di empat desa salah satunya adalah Desa Mentawit, Kecamatan Hulu Gurung, Kabupaten Kapuas hulu, Kalimantan Barat. Dalam pelaksanaan kegiatan Panda CLICK! kali ini tidak seperti periode sebelumnya yang berjalan sesuai rencana. ada kendala yang di hadapi oleh pihak volunteer WWF-Indonesia, salah satunya adalah kendala dalam strategi komunikasi yang belum efektif dilaksanakan oleh program Panda CLICK!. Masyarakat desa khususnya yang tinggal di pedalaman kebanyakan mau adanya perubahan tetapi mereka tidak mau untuk mengikuti proses perubahan itu. Desa yang bisa dikatakan berkembang ini dengan latar belakang mata pencarian sebagai petani dan swasta yaitu Desa Mentawit mereka merasa kegiatan Panda CLICK! ini tidak begitu penting, hal bisa dilihat dari tingkat kehadiran dan keikutsertaan partisipan saat kegiatan Monitoring dan Evaluasi Tahap II, yang dilaksanakan di

rumah Dinas Kecamatan Hulu Gurung. dari target partisipan 10 orang dari yang datang hanya ada 5 orang, kemudian 5 tidak hadir. Banyak alasan mengapa partisipan tidak bisa hadir seperti yang di sampaikan Kepala Desanya, salah satu alasannya adalah "*lebih baik noreh (menyadap karet) dari pada ikut kegiatan itu,*" masyarakat berangapan bahwa program ini tidak menarik untuk diikuti ini sebenarnya masalah yang berdampak besar terhadap proses terjadinya perubahan positif, pihak panitia belum bisa memberi dampak persuasif bagi masyarakat, dan proses dimana program tersebut belum bisa meyakinkan dan mempersatukan ideologi masyarakat Desa bahwa kegiatan yang dilaksanakan sangat penting bagi keberlangsungan generasi muda nantinya. Dari masalah di atas bisa dilihat kurangnya strategi komunikasi yang diterapkan pihak panitia.

Berdasarkan pemaparan di atas penyebab sedikitnya dukungan dari masyarakat terhadap Program Panda CLICK! diindikasikan akibat strategi komunikasi yang kurang efektif. Karena pada dasarnya komunikasi adalah suatu proses saling mempengaruhi antara komunikator dan komunikan.

Sedangkan kegiatan Program Panda CLICK! memerlukan komunikasi yang efektif sebagai upaya persuasif agar masyarakat atau yang dituju memiliki sikap, kepercayaan serta ideologi yang sama dengan program tersebut.

Penelitian yang dilakukan mengenai “Strategi Komunikasi pada Program Panda CLICK! World Wide Fund For Nature (WWF) Program Kalimantan Barat”, pada faktanya Program Panda Click WWF-Indonesia Kalimantan Barat belum mendapat dukungan dari masyarakat secara maksimal. Salah satu mekanisme dalam membentuk rasa keingintahuan dan keterlibatan masyarakat dalam ikut menjadi partisipan adalah dengan menerapkan strategi komunikasi. Maka dari itu, isu Strategi komunikasi oleh Program Panda CLICK! menjadi kajian yang sangat serius untuk diteliti.

2. KAJIAN PUSTAKA

2.1. Strategi Komunikasi

Onong Uchjana Effendy (2007 : 40) menganggap strategi pada hakikatnya merupakan paduan dari perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Dari penjelasan tersebut penulis menarik kesimpulan bahwa strategi

merupakan perencanaan dan pengaturan yang bertujuan untuk mencapai tujuan yang diharapkan.

Sama halnya dengan strategi, Strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai suatu tujuan yang telah ditetapkan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan. Pendekatannya dapat berbeda-beda tergantung pada suatu kondisi dan situasi. Strategi komunikasi merupakan penentu berhasil tidaknya kegiatan komunikasi secara efektif (Effendy, 2000 : 300).

Dari definisi di atas, penulis menarik kesimpulan bahwa strategi komunikasi merupakan perencanaan, taktik, rancangan dan cara yang dipergunakan untuk melancarkan proses komunikasi, memperhatikan semua bagian yang ada dalam mencapai suatu tujuan yang diinginkan. Maka jika dikaitkan dengan pokok masalah penelitian, strategi komunikasi ini dibutuhkan oleh Program Panda Click

WWF-Indonesia Program Kalimantan Barat untuk mencapai tujuan yang diinginkan program tersebut.

2.2. Teori Planning Komunikasi

Teori Planning komunikasi pertama kali di cetuskan oleh Charles Berger. Teori ini menjelaskan bagaimana sebagai bentuk proses yang di rencanakan. Hal ini disebabkan tujuan dari komunikasi adalah untuk mencapai maksud atau tujuan tertentu. Charles menjelaskan bahwa rencana adalah proses pemikiran dari sebuah rencana aksi yang dilakukan. Individu menyimpan memori jangka panjang, sehingga rencana lama dapat digunakan untuk situasi dengan perbedaan waktu. Pemikiran kreatif digunakan untuk menyelesaikan masalah yang ada. Charles membagi informasi mengenai topik tertentu sebagai *specific domain knowledge*, dan informasi tentang cara berkomunikasi seperti mempengaruhi orang lain disebut *general domain knowledge*.

Planning teory juga menyatakan bahwa perencanaan atau strategi tingkat rendah atau tingkat tinggi tergantung dari motivasi seseorang dalam mencapai tujuan. Bila tujuan dianggap penting, maka perlu dilakukan perencanaan atau pun penyesuaian tingkat tinggi, dan

akan dilakukan sesegera mungkin. Teori ini juga memprediksi bahwa semakin seseorang mendalami sebuah masalah (spesifik dan umum), maka perencanaan akan semakin rumit.

Berdasarkan teori ini Program Panda Click harus melakukan perencanaan komunikasi yang matang sehingga tujuan atau sasaran dapat tercapai, dengan kata lain pihak panda click harus membahas topik secara terstruktur mengenai tahapan-tahapan strategi yang akan di lakukan pada saat program berjalan.

Pada kenyataannya program panda CLICK! adalah program yang sangat penting dan bermanfaat bagi generasi muda, maka planning yang akan dilakukan pada tingkat tinggi dan perencanaannya dilakukan sesegera mungkin agar program panda click bisa lebih matang dalam pelaksanaannya. Inti dari teori ini adalah bagaimana mempersiapkan segala sesuatu terkait masalah, baik itu masalah kecil maupun masalah besar.

3. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Dalam penelitian ini, data yang telah

dikumpulkan adalah berbentuk informasi yang berkaitan dengan fokus penelitian yaitu proses strategi komunikasi yang dilakukan oleh program Panda CLICK! Informasi yang didapat kemudian dianalisis menggunakan teori Planning Komunikasi dari Charles Berger.

Penelitian ini dilakukan di kantor WWF-Indonesia program Kalimantan Barat. Subjek penelitian ini adalah pihak program Panda CLICK! Mulai dari ketua, Sekretaris, tim pengajar dan penilai fotografi serta volunteer WWF-Indonesia program Kalimantan Barat.

Adapun subjek dari penelitian ini yakni: 1) 3 orang dari pihak program Panda CLICK! yang terdiri dari ketua, sekretaris dan penilai fotografi. 2) 1 orang Volunteer WWF-Indonesia Program Kalimantan barat selaku *Trainer* Fotografi . Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara dan dokumentasi.

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Setelah memaparkan hasil wawancara terstruktur mendalam (*structure interview*) dari pihak program Panda

CLICK! yang menjadi subjek penelitian diatas, peneliti mendapatkan hasil sebagai berikut:

4.1. Tahap mendefinisikan masalah

Dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti, didapatkan informasi bahwa masalah yang dihadapi Program Panda CLICK! WWF-Indonesia adalah banyak masyarakat yang menganggap bahwa program panda CLICK! adalah kegiatan yang tidak begitu penting, sehingga jumlah partisipan tidak mencapai target yang seharusnya, hal tersebut dapat dilihat pada tingkat kehadiran partisipan saat kegiatan *Monitoring* yang dilaksanakan di Nanga Tepuai, kabupaten Kapuas Hulu, Partisipan yang hadir hanya setengah dari target yang ditentukan. Program Panda CLICK! juga telah menyadari akan masalah tersebut, namun para Volunteernya belum mengetahui penyebab hal itu terjadi.

Faktor lain yang menyebabkan kurangnya minat masyarakat untuk berpartisipasi dalam kegiatan panda CLICK! yaitu menjadi partisipan adalah belum mampu menyampaikan pendapat di depan khalayak, banyak alasan yang mereka utarakan seperti, kurang percaya diri dan masih belum mahir dalam

public speaking, yaitu menjadi komunikator dalam penyampaian isi dari hasil foto mereka sendiri. Berdasarkan hasil wawancara dengan para informan serta pemahaman peneliti, peneliti mencoba merumuskan beberapa faktor yang membuat masyarakat menganggap program panda click tidak begitu penting dan tidak membawa dampak perubahan positif, sebagai berikut :

1). Tingkat pendidikan yang rendah merupakan salah satu aspek yang menyebabkan masyarakat bersikap acuh tak acuh terhadap program ini, akan dirasa susah memberi pandangan kepada orang yang memiliki tingkat pendidikan rendah atau tidak mengenyam pendidikan sama sekali. 2). Sifat Primitif dan tidak mudah dipengaruhi yang merupakan Sasaran dari program panda CLICK! adalah masyarakat pedalaman yang mempunyai potensi untuk dikembangkan, tetapi sangat sulit untuk merubah persepsi masyarakat yang konsisten pada pendirian mereka, dengan kesibukan masing-masing. 3). Sosialisasi untuk menumbuhkan pemahaman tentang Panda CLICK!. Berdasarkan tingkat kehadiran masyarakat dalam kegiatan program

Panda Click yang belum mencapai target sebanyak 10 orang setiap desa, Sosialisasi yang bekerjasama dengan pemerintah daerah camat dan juga kepala desa setempat dirasa belum optimal untuk menumbuhkan pemahaman masyarakat tentang program panda Click karena bisa dilihat dari partisipasi masyarakat dari tingkat kehadiran, upaya extra harus dilakukan lagi oleh panda Click untuk menumbuhkan rasa ingin masyarakat untuk terlibat dalam kegiatan tersebut. 4). Perbedaan Generasi disini muncul pada pendapat bahwa kamera hanya digunakan oleh orang kaya dan orang yang ahli di bidangnya, pendapat ini memang mengacu pada siapa yang pantas menggunakan kamera tetapi apakah salah seorang petani karet menggunakan kamera, orang pedalaman menggunakan kamera, orang dengan pendidikan rendah menggunakan kamera. Dunia digital memang berkembang dengan cepat di generasi sekarang ini, tetapi apakah generasi tahun 90-an tidak boleh menggunakan kamera sebagai bukti regenerasi positif untuk menyampaikan pesan melalui fotografi.

4.2. Tahap Perencanaan dan Pemograman

Peneliti mendapatkan informasi bahwa tujuan yang ingin dicapai Program Panda CLICK! antara lain : program yang menjadi alternatif agar keterbelakangan masyarakat pedalaman dapat diperhatikan oleh pemerintah khususnya pemerintah daerah sehingga sumber daya yang tersimpan dapat dikelola dengan baik serta keterlambatan pembangunan sarana prasarana dapat tercapai sebagaimana semestinya. Public sasaran dari program Panda CLICK! WWF-Indonesia program Kalimantan Barat. Publik sasaran ini adalah masyarakat yang mau berpikir maju, mau akan perubahan yang lebih baik, memang perubahan yang dihasilkan program panda CLICK! adalah Perubahan bertahap/berproses tetapi dari situlah semua dapat dirasakan untuk generasi selanjutnya. bentuk capaian yang harus dicapai partisipan sehingga program Panda CLICK! bisa dikatakan berhasil yaitu : dari keseluruhan foto yang terkumpul selama 1 tahun ada beberapa foto yang mendapat respon positif dari pemerintah daerah dan dijawab dengan terealisasinya makna dari foto tersebut.

4.3. Mengambil tindakan dan Berkomunikasi

Dibagi dalam beberapa aspek : Strategi yang digunakan program panda CLICK! dalam mencapai target partisipan yaitu : melihat isu-isu lingkungan yang ada pada lokasi yang menjadi target pelaksanaan program panda click. Peneliti mendapatkan informasi Program panda CLICK! menggunakan media dalam pelaksanaan kegiatannya yaitu dengan menggunakan kamera dan video recorder. Program pandaCLICK! tidak dapat berdiri sendiri membangun sebuah program, mereka bekerjasama dengan pemerintah daerah seperti kepala desa, dan camat sehingga pendekatan dengan masyarakat akan lebih mudah dengan adanya orang-orang berpengaruh tersebut. program panda CLICK! mengadakan event setiap akhir tahun yang mereka namai *workshop*. *Workshop* ini adalah ajang pameran seluruh foto yang sudah diseleksi yang akan dipamerkan di depan pemerintah daerah yang menjadi agen perubahan daerahnya, foto ini secara khusus akan dipercayakan penuh kepada partisipan untuk menyampaikan makna, keluh-kesah yang mereka dapatkan selama ini. program panda CLICK! sudah melakukan upaya untuk menumbuhkan pemahaman tentang Panda CLICK! dan

juga WWF-Indonesia kepada masyarakat yang menjadi target partisipan, hal ini dilakukan mengingat latar belakang pendidikan masyarakat desa yang masih tergolong rendah, upaya yang sudah dilakukan seperti, melakukan pendekatan dengan orang-orang berpengaruh seperti kepala desa dan juga pihak kecamatan, dan setelah terciptanya hubungan baik maka akan diadakan sosialisasi mengenai program ini. program panda CLICK memilih seorang komunikator sesuai dengan kemampuan serta pengalaman dan bidang yang di perlukan seperti : bidang pengajaran fotografi panda CLICK! merekrut fotografer profesional untuk mengajarkan partisipan menggunakan kamera yang benar, serta angle yang tepat sehingga dapat menghasilkan foto terbaik.

4.4. Evaluasi Program

Program panda CLICK! telah melakukan evaluasi dengan melibatkan seluruh koordinator bidang hal ini untuk membahas mengenai program-program yang telah berjalan seperti jumlah partisipan yang aktif, jumlah foto yang dihasilkan selama program dilaksanakan, *back-up* folder foto, dan melihat tema foto sesuai dengan target.

pada tahap evaluasi ini panda CLICK! laksanakan disetiap project yang telah selesai dilaksanakan : target jumlah partisipan aktif mencapai target dalam kenyataannya belum tercapai, jumlah foto yang dihasilkan selama program dilaksanakan sudah tercapai, dan dari segi melakukan backup folder foto partisipan juga telah tercapai, tetapi pada segi tema foto yang di usung masih belum tercapai.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai Strategi komunikasi pada program panda CLICK! *world wide fund for nature* (WWF-Indonesia) Program Kalimantan barat, terkait kurangnya minat masyarakat untuk berpartisipasi dalam kegiatan yang dilaksanakan program panda CLICK! di lihat dari jumlah partisipan yang belum mencapai target, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

Analisis masalah yang dilakukan Program panda CLICK! WWF-Indonesia Program Kalimantan barat belum mengetahui penyebab ketidaktertarikan masyarakat terhadap program perubahan melalui fotografi ini.

Dari perencanaan pemograman, Program Panda CLICK! tidak memiliki hambatan yang berarti karena telah merumuskan perencanaannya dengan matang seperti tujuan yang konkrit yaitu menjadi wadah dan aspirasi masyarakat melalui fotografi. Hanya saja masih terlihat pada tingkat keaktifan masyarakat dalam beberapa kegiatan belum mencapai target. Dalam mengambil tindakan serta berkomunikasi Program Panda CLICK! memiliki beberapa aspek yaitu :

1). Strategi yang matang dengan perencanaan dalam jangka waktu panjang melihat isu-isu lingkungan yang berpotensi pada saat melakukan survey lokasi yang akan dilaksanakan program panda CLICK!, 2). Media yang digunakan untuk penyampaian pesan berupa spanduk pengenalan, kamera dan video recorder. 3). Kerjasama dengan pihak eksternal seperti Kepala desa dan juga pihak kecamatan dalam upaya sosialisasi pengenalan program. 4). Event yang biasa dilaksanakan di akhir tahun yaitu pameran foto/workshop. 5). Tahap-tahap yang sudah dilakukan untuk mencapai tujuan program yaitu berupaya menumbuhkan pemahaman masyarakat melalui sosialisasi tentang program panda CLICK! dan juga

WWF-Indonesia serta pemilihan kriteria 6). komunikator yaitu pengajar/trainer fotografi, penilai hasil foto serta jurnalis yang member materi tentang caption foto disetiap tema yang di usung. Dari evaluasi tidak ada kendala yang berarti, karena Program Panda CLICK! juga telah melakukan evaluasi. Hanya saja, pada hasil evaluasi ada beberapa faktor yang belum tercapai seperti belum tercapainya jumlah partisipan yang aktif dan ada beberapa tema foto yang tidak sesuai dengan tema yang di usung sehingga program panda CLICK! memiliki peluang untuk memperbaiki pada kegiatan kedepannya.

5.2. Saran

Peneliti menyampaikan saran-saran sesuai dengan hasil penelitian dan kesimpulan yang disajikan, berikut adalah saran-saran yang disampaikan yaitu:

- a. Sebaiknya melakukan survey perihal ketidaktarikan masyarakat berpartisipasi dalam kegiatan dan mendiskusikan hal tersebut dalam sebuah rapat khusus sehingga dapat memecahkan masalah tersebut.
- b. Sebaiknya Program panda Click WWF-Indonesia Program Kalimantan barat membuat

- perencanaan yang rinci dalam upaya menarik minat masyarakat untuk ikut berpartisipasi dalam program serta memfokuskan target/sasaran pada masyarakat yang mau terlibat menjadi partisipan saja dan tidak perlu memikirkan kuantitas.
- c. Mengusung tema fotografi sesuai potensi yang ada di desa masing-masing sehingga hasil fotonya dapat menggambarkan potensi desa tersebut serta membuat team khusus komunikasi dalam upaya sosialisasi memperkenalkan kepada masyarakat apa itu program panda Click dan WWF-indonesia.
- d. Melakukan evaluasi secara rutin dan melibatkan panitia, trainer fotografi serta partisipan sehingga akan didapat hasil perubahan yang dirasakan oleh partisipan secara signifikan.

6. KETERBATASAN PENELITIAN

Keterbatasan penelitian menjelaskan hal-hal yang dijumpai peneliti dalam proses penelitian, sehingga tidak memberikan hasil sebagaimana mestinya. Keterbatasan penelitian ini adalah :

- a. Penelitian ini terbatas karena hanya meneliti pada proses strategi komunikasi pada program panda Click saja
- b. Penelitian ini terbatas hanya pada tahap-tahap manajemen strategi komunikasi menurut satu ahli saja
- c. Penelitian ini terbatas pada planning teori komunikasi pada tahap pembahasannya

7. DAFTAR PUSTAKA

Arsip. Program Panda Click. *Penguatan masyarakat melalui Fotografi* . tahun 2010

Arsip. Program Panda Click. *DAFTAR PESERTA PANDA CLICK! 2018/2019 KSK AGROPOLITAN KAPUAS HULU IKI PROJECT*

Bobby Auditha Vandri, 142030234 (2018) *PERAN WWF (WORLD WIDE FUND FOR NATURE) DALAM UPAYA PELESTARIAN HARIMAU SUMATERA INDONESIA*. Skripsi (S1) thesis, PERPUSTAKAAN.

Dokumentasi. program Panda Click. Monitoring dan Evaluasi karya foto selama tiga bulan pertama fotografer Panda CLICK!. kawasan KSK Agropolitan Kapuas Hulu

Effendy, Onong (2003). *Ilmu Teori dan Filsafat Komunkasi*. Bandung : PT. Citra Aditya Bakti

- Effendy, Onong (2007). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Hutagalung, Inge,(2015). *Teori-teori komunikasi dalam pengaruh Psikologi*, Jakarta : Indeks
- Haris Herdiansyah (2010).*Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : Salemba Humanika
- Ishaq, El Ishaq (2017). *Public Relations Teori dan Praktik*. Malang : Intrans Publishing
- Koentjaraningrat. (2009). *Pengantar Ilmu Antropologi*. (Revisi), Jakarta : Rineka Cipta.
- Moleong, Lexy J, (2007). *Metodologi penelitian kualitatif*, Penerbit PT. Remaja Rosdakaryaoffset, Bandung
- Mulyana, Deddy (2008). *Komunikasi Efektif*. Bandung : PT.Remaja Rosda Karya
- Purnama, Y.A. 2014. *STRATEGI KOMUNIKASI WORLD WIDE FUND FOR NATURE (WWF) (Studi Deskriptif Tentang Strategi Komunikasi World Wide Fund For Nature (WWF) Dalam Mensosialisasikan Pelestarian Lingkungan Kepada Peserta Sosialisasi di Bumi Panda Bandung)*. Artikel.
- UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA BANDUNG
- Sugiyono (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Syahfitri, Lia. CommsKalbar. *Suara Konservasi dari Akar Rumput*. WWF-Indonesia. Tahun 2011
- Syahfitri, Lia. 2018. *BACK TO OFFICE REPORT Workshop dan Pelatihan Fotografi Panda CLICK! KSK Agropolitan*. Nanga Tepuai, Kecamatan Hulu Gurung Kabupaten Kapuas Hulu
- Syahirsyah, 2018. *BACK TO OFFICE REPORT Monitoring dan Evaluasi karya foto selama tiga bulan pertama fotografer Panda CLICK!*. kawasan KSK Agropolitan Kapuas Hulu
- WWF-Indonesia. 2012. *Sejarah di akses dari* https://www.wwf.or.id/tentang_wwf/whoweare/ pada tanggal 5 februari pukul 02:00 WIB
- FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK