



Summary

**Divisi *Brand Communication Manager* dalam Kampanye PR
Undip *Environmentally Friendly Campus "Grenade (Green Action
To Avoid Earth Destruction)"***

**Penyusun
Arditya Drimulrestu
D2C007009**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2014**

" Divisi *Brand Communication Manager* dalam Kampanye PR Undip *Environmentally Friendly Campus* "Grenade (*Green Action To Avoid Earth Destruction*)"

Abstrak

Peningkatan suhu rata-rata atmosfer, laut, dan daratan di bumi yang disebabkan oleh global warming yang terjadi belakangan ini, menjadi perhatian tersendiri bagi masyarakat dunia. Universitas sebagai salah satu bagian dari penting dari masyarakat memiliki andil yang sangat besar dalam usaha pelestarian lingkungan sebagai usaha melindungi dan memperbaiki kerusakan yang telah terjadi di lingkungannya. Undip, sebagai salah satu bagian dari kota Semarang, juga memiliki komitmen untuk mereduksi pemanasan yang terjadi di bumi, terutama di kota Semarang dan sekitarnya. Undip memiliki komitmen yang kuat untuk melestarikan lingkungan melalui tagline *Environmentally Friendly Campus*.

Berdasarkan analisis situasi, khalayak dan mempertimbangkan indikator universitas ramah lingkungan perlu dilakukan sebuah *event* yang dapat memberikan mereka pengetahuan yang menyenangkan mengenai Undip *Environmentally Friendly Campus* dan kegiatan apa saja didalamnya yang pernah dilakukan Undip agar Undip lebih tertanam dalam benak mereka tidak hanya sebagai universitas yang bergengsi dalam hal akademik tapi juga dalam komitmennya dalam menjaga lingkungan. Adapun khalayak target yang dipilih adalah berasal dari kalangan siswa SMA/SMK di sekitar wilayah Undip Tembalang. Event diberi nama "Grenade (*Green Action To Avoid Earth Destruction*)" dengan format sepeda santai, *Photography Challenge*, *Journalist Writing Contest*, serta *Talkshow* mengenai Undip *Environmentally Friendly Campus*.

Kegiatan promosi ini merupakan usaha untuk memberikan pengetahuan mengenai Universitas yang ramah lingkungan kepada *target audience* dan membutuhkan publikasi yang meluas. Karenanya, posisi *brand communication manager* merupakan salah satu komponen penting dalam panitia pengelola kegiatan ini. Posisi ini berguna untuk mengelola usaha publikasi, merancang sekaligus mewujudkan identitas Universitas untuk keperluan *event*. Dengan memiliki pemahaman tentang segmen khalayak yang dituju, kemampuan berkoordinasi, kemampuan membangun relasi serta kemampuan mengambil keputusan dengan cepat, tugas yang dibebankan kepada posisi ini dapat diselesaikan dengan baik.

Kata kunci : *Brand Communication Manager*, Undip *Environmentally Friendly Campus*, Grenade

**" *Brand Communication Manager Division in PR Campaign
Undip Environmentally Friendly Campus "Grenade (Green Action
To Avoid Earth Destruction)"***

Abstract

The average increasing of temperature in atmosphere, oceans and lands that are caused by global warming recently, drives people in the world have great concern for it. University as one of the important parts of society has an important role to keep the environmental, protect it and restore the destruction that has already happened surrounded it. Diponegoro University as the part of Semarang city, has a commitment to decrease global warming in the earth, especially in Semarang and its surrounding area. Undip's strong commitment to keep good and healthy environment by using tagline Environmental Friendly Campus.

Based on the situation analysis, audiences, and considering the environmental friendly, it is necessary to make an event that could give the audiences (the students from several high schools) the pleasant knowledge about Undip Environmental Friendly Campus included all the activities that Undip has been done. It is to be hoped that the students do not only think that Undip as a good, respectable University, but also has a commitment to keep the environment.

The target students from high school for the event were the students from, the high school surrounded Undip, they are : Sudirman High School, Hidayah High School, and Hidayatullah High School. The event named "Grenade (Green Action To Avoid Earth Destruction). The activities in that event included cycling around the campus, Photography Challenge, Journalist Writing Contest and Talkshow about Undip Environmental Friendly Campus.

The activity promotion is an effort to give knowledge about the environmental friendly campus to the students and it needs a great promotion. In this case, the position of brand communication manager has an important role to run that event. This position is very useful to promote the event so that the students have a clear and good understanding about Undip as an Environmental Friendly Campus. By having a good coordination, a good communication, the event can run well and the duty to finish the final project can do well, either.

Keywords : *Brand Communication Manager, Undip Environmentally Friendly Campus, Grenade*

I. Latar Belakang

Terkait penerapan *Green Campus*, universitas bisa menjadi model dalam mendidik mahasiswanya untuk ramah lingkungan. Sebab tujuan dari pelaksanaan *Green Campus* adalah mengintegrasikan Tridarma Perguruan Tinggi dalam pengelolaan lingkungan hidup. Selain itu, menciptakan kampus sebagai pusat kegiatan dan pemberdayaan pemangku kepentingan dan mitra strategis dalam upaya pelestarian fungsi lingkungan hidup, mencegah pencemaran dan kerusakan. Juga terciptanya kampus bersih dan hijau.

Undip sebagai universitas di Jawa Tengah yang sedang menggalakkan berbagai macam kegiatan berbasis ramah lingkungan perlu memberikan informasi kepada masyarakat di sekitarnya mengenai berbagai kegiatannya. Dengan begitu, Undip dapat berkontribusi dalam memberikan inspirasi usaha apa saja yang dapat dilakukan untuk melestarikan lingkungan dan melawan *global warming* melalui *Undip Environmentally Friendly Campus*.

Maka dari itu perlu dilakukan sebuah kegiatan yang dapat memberikan mereka pengetahuan mengenai *Undip Environmentally Friendly Campus* dan kegiatan apa saja didalamnya yang pernah dilakukan Undip agar Undip lebih tertanam dalam benak mereka tidak hanya sebagai universitas yang bergengsi dalam hal akademik tapi juga dalam komitmennya dalam menjaga lingkungan.

II. Rumusan Masalah

Pengetahuan khalayak mengenai konsep universitas yang ramah lingkungan masih sangat terbatas pada universitas yang bersih, hijau, dan mendukung *go green*). Tetapi, dari jawaban mendukung *go green* tersebut kurang jelas apa indikator *go green*. Maka, dari jawaban ini diragukan pengetahuan responden mengenai indikator kampus yang ramah lingkungan. Dari enam indikator universitas ramah lingkungan, yaitu kehijauan kampus, pemanfaatan ruang, efisiensi energi, penggunaan air,

pengolahan limbah, dan sistem transportasi yang ramah lingkungan, sebagian besar responden tidak tahu bahwa indikator-indikator tersebut dimiliki oleh Undip. Karya bidang yang akan dilakukan ini terfokus pada kegiatan bagaimana mempromosikan Undip *Environmentally Friendly Campus* dengan menekankan konsep kampanye PR.

III. Tujuan Penelitian

Tujuan diselenggarakannya *event* ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan sebanyak 20% kepada siswa SMA dan SMK yang terletak di sekitar Undip (berusia 15-18 tahun) mengenai Undip yang berkomitmen menjadi *Environmentally Friendly Campus*.

IV. Konsep dan Pendekatan

Menurut Leslie B.Snyder, kampanye komunikasi merupakan aktivitas komunikasi yang terorganisasi, secara langsung ditujukan kepada khalayak tertentu pada periode waktu yang telah ditetapkan untuk mencapai tujuan tertentu (dalam Gudykunst & Mody : 2002). Kampanye dapat diartikan sebagai pemanfaatan berbagai metode komunikasi yang berbeda secara terkoordinasi dalam periode waktu tertentu yang ditujukan untuk mengarahkan *target audience* pada masalah tertentu berikut pemecahannya.

Selanjutnya, Rosady Ruslan, S.H., M.M. dalam bukunya *Kampanye Public Relations* menarik kesimpulan dari paparan para pakar mengenai arti kampanye tersebut yaitu terdapat kegiatan-kegiatan: 1) Adanya aktivitas proses komunikasi kampanye untuk mempengaruhi khalayak tertentu, 2) Untuk membujuk dan memotivasi khalayak untuk berpartisipasi, 3) Ingin menciptakan efek atau dampak tertentu seperti yang direncanakan, 4) Dilaksanakan dengan tema spesifik dan narasumber yang jelas, 5) Dalam waktu tertentu atau telah ditetapkan, dilaksanakan secara terorganisasi dan terencana baik untuk kepentingan kedua belah pihak atau sepihak.

Mempertimbangkan Teori Persuasi dan Pengaruh Sosial dalam Lattimore (2010:55), agar informasi mengenai Undip *Environmentally Friendly Campus* dapat diterima, diperlukan suatu usaha komunikasi yang

menggunakan sumber pesan yang kredibel. Semakin kredibel sumber pesan, maka semakin besar kemungkinan suatu pesan diterima oleh komunikator lainnya. Berdasarkan pertimbangan teori tersebut, konsep yang diusung oleh *event* “Grenade (*Green Action To Avoid Earth Destruction*)” adalah mempertemukan pihak yang kredibel dalam memberikan informasi tentang Undip *Environmentally Friendly Campus* dengan *audience*.

V. Strategi

Event ini menggunakan strategi *long device*, dimana menggunakan strategi menyampaikan informasi untuk menyentuh perasaan *audience*. Kompetisi *Photography Challenge* dan *Journalistic Writing Contest* dilakukan untuk membuat pesertanya tersentuh dan selalu ingat bahwa mereka pernah mengikuti kompetisi yang berhubungan dengan *Undip Environmentally Friendly Campus*. Selain itu juga akan menggunakan media radio untuk menyebarkan *jingle Undip Environmentally Friendly Campus* juga sangat membantu dalam mempromosikan Undip sebagai *Environmentally Friendly Campus* ke masyarakat Kota Semarang pada khususnya, dan masyarakat Jawa Tengah pada umumnya.

Sebelum pelaksanaan *event*, panitia melakukan strategi “*jemput bola*” kepada siswa yang ditargetkan menjadi peserta *event*. Kegiatan yang dilakukan adalah melakukan *roadshow* ke sekolah-sekolah yang akan diajak menjadi peserta *event*, dalam *roadshow* ini dipromosikan *Photography Challenge*, yang merupakan salah satu bentuk promosi terselubung mengenai lingkungan Undip. Dengan *Photography Challenge* ini maka peserta lomba akan berburu *spot* terbaik Undip sebagai *Environmentally Friendly Campus*.

Selanjutnya, *Journalist Writing Contest* yang ditujukan kepada wartawan di seputaran Semarang dan sekitarnya. Para wartawan akan ditantang untuk menuliskan berita mengenai Undip sebagai *Environmentally Friendly Campus*. Kontes ini bertujuan untuk

mempererat *media relations* Undip dengan media, sehingga media partner tersebut lebih banyak memberitakan Undip sebagai *Environmentally Friendly Campus*.

Tema *event* adalah "Grenade" (*Green Action To Avoid Earth Destruction*). *Event* ini berisi serangkaian acara yang ditujukan untuk meningkatkan pengetahuan siswa SMA dan SMK yang terletak di sekitar Undip mengenai Undip sebagai *Environmentally Friendly Campus*.

Event pertama yang dilakukan adalah sepeda santai. Selain sebagai kegiatan olahraga yang menyehatkan, kegiatan ini juga digunakan sebagai sarana memperkenalkan kendaraan kampus milik Undip, yaitu sepeda, serta berbagai tempat-tempat unggulan Undip sebagai *Environmentally Friendly Campus*, sehingga peserta lebih mengenal peta Undip. Bersamaan dengan kegiatan sepeda santai ini juga dapat sekaligus melihat-lihat seluk beluk kampus Undip Tembalang beserta tempat-tempat dimana indikator universitas ramah lingkungan yang dimiliki Undip.

Selanjutnya, kegiatan utama akan dilakukan di dalam gedung Prof. Soedharto, Tembalang. Disini akan dilakukan seminar mengenai global warning dan pengenalan Undip sebagai kampus yang mendukung aksi ramah lingkungan kepada peserta. Kegiatan inilah yang menjadi inti acara karena dapat meningkatkan pengetahuan dan *awareness* peserta terhadap Undip.

Dalam *event* juga disisipi kuis, games, serta pengumuman pemenang *Photography Challenge* dan *Journalist Writing Contest* akan memberikan hiburan kepada peserta agar acara semakin meriah. Selain itu juga akan ada pertunjukan band akustik, yang akan memperkenalkan *jingle Undip Environmentally Friendly Campus*.

Acara ditutup dengan mengisi kuesioner pasca *event*, pembagian bibit pohon, serta menulis pesan dan kesan akan acara oleh para peserta di kain lebar yang disediakan panitia.

Pembagian bibit pohon bertujuan agar setelah acara kegiatan ramah lingkungan dapat diteruskan oleh para peserta *event* di rumah dalam

kehidupan sehari-hari mereka. Pohon ini juga menjadi *reminder* dalam waktu yang lama, terutama jika pohonnya dapat tumbuh subur, bahwa mereka pernah mengikuti kegiatan ramah lingkungan di Undip.

VI. Kesimpulan

Kegiatan promosi melalui event “Grenade (green Action To Avoid Earth Destruction)” berhasil meningkatkan pengetahuan target audience mengenai indikator Undip Environmentally Friendly Campus sebesar 31,88% dari hasil kuesioner pra *event*. Peserta dapat menyebutkan indikator-indikator Undip *Environmentally Friendly Campus*, antara lain :

1. Kehijauan kampus: menanam pohon 135 peserta (91,83%), lingkungan bersih 113 peserta (76,87%), naik 52,35% dari kuesioner pra *event*.
2. Pemanfaatan ruang: memiliki green house 20 peserta (13,60%), memiliki taman rumah kita 113 peserta (76,87%), memiliki hutan kampus 42 peserta (28,57%), memiliki pojok tanaman langka 57 peserta (38,77%), naik 39,45% dari kuesioner pra *event*.
3. Efisiensi energi: penghematan listrik 22 peserta (14,96%), mengubah CPU menjadi server 28 peserta (19,04%), mengurangi sampah kertas 25 peserta (17%), mengurangi sampah plastik 26 peserta (17,68%), naik 17,17% dari kuesioner pra *event*.
4. Penggunaan air: memiliki waduk 72 peserta (48,97%), membuat biopori 64 peserta (43,53%), naik 46,25% dari kuesioner pra *event*.
5. Pemanfaatan limbah: membedakan sampah organik dan non organik 38 peserta (25,85%), tempat pengolahan sampah terpadu 69 peserta (46,93%), membuat pupuk kompos 42 peserta (28,57%), naik 16,39% dari kuesioner pra *event*.
6. Sistem transportasi yang ramah lingkungan: penghematan bahan bakar 34 peserta (23,12%), sepeda kampus 98 peserta (66,66%), mengurangi penggunaan kendaraan berasap 55 peserta (37,41%), naik 19,69% dari kuesioner pra *event*.

VII. Saran

UPT Humas Undip dapat memaksimalkan penggunaan media sosial seperti Twitter dan Facebook untuk mempromosikan kegiatan-kegiatannya kepada khalayak. Respon positif yang diberikan publik melalui media sosial terhadap *event* "Grenade (*Green Action To Avoid Earth Destruction*)" dapat menjadi acuan bagi UPT Humas Undip untuk lebih rutin dan intensif dalam mengkomunikasikan tiap kegiatan yang diadakan agar meraih atensi dari publik.

VIII. Daftar Pustaka

Buku :

Assumpta Rumanti, Maria. (2004). *Dasar-Dasar Public Relations*. Jakarta: PT Gramedia.

Gudykunst, W.B. and B. Mody. (2002). *Handbook of International and Intercultural Communication*. London : Sage Publication

Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 2*, Edisi 12. Jakarta: Erlangga.

Lattimore, Dan dan kawan-kawan. (2010). *Public Relations : Profesi dan Praktik (Edisi 3)*. Jakarta : Salemba Humanika.

Rolnocki, Tom E., dkk. (2008). *Pengantar Dasar Jurnalisme*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Ruslan, Rosady. (1997). *Kampanye Public Relations*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Suroyo, Djuliati dan kawan-kawan. (2013) *Universitas Diponegoro, 1957-2012 Pergulatan Menuju Universitas Kelas Dunia*. Semarang: UPT Undip Press.

Website :

http://undip.ac.id/index.php?option=com_content&view=article&id=2056:undip-terus-perluas-ruang-terbuka-hijau&catid=78:latest-news&Itemid=1092

<http://pendidikan-ipitek.pelitaonline.com/news/2013/12/22/green-campus-mulai-disosialisasikan-undip#.Utx0kbQxXIU>

http://undip.ac.id/index.php?option=com_content&view=article&id=2104:undip-dukung-pengelolaan-sampah-mandiri-di-kelurahan-tembalang&catid=78:latest-news&Itemid=1092

http://undip.ac.id/index.php?option=com_content&view=article&id=2284:-undip-dukung-kawasan-tanpa-rokok-di-kampus&catid=78:latestnews&Itemid=1092.

<http://mamasdidi.blogspot.com/2013/12/pemerintah-kota-semarang-dan-undip-16.html>

http://undip.ac.id/index.php?option=com_content&view=article&id=2085:undip-terima-penghargaan-sebagai-kampus-peduli-tanam-pohon&catid=78:latest-news&Itemid=1092

<http://www.suaramerdeka.com/v1/index.php/read/news/2012/11/30/136931/Undip-Terima-Penghargaan-dari-Kementerian-Kehutanan>

<http://formatnews.com/v1/view.php?newsid=49048>

<http://krjogja.com/read/198304/undip-sosialisasi-green-campus.kr>