

COMMUNICATION MANAGEMENT OF JILBAB SYAR'I CAMPAIGN

(Case Study on Communication Management at Yuk Berjilbab Syar'i

Campaign by Peduli Jilbab to Campaigning Use of Jilbab Syar'i)

Kamalia Rizqi Awalina

ABSTRACT

This research discusses about management communication of Peduli Jilbab in campaigning hijab syar'i. In order to achieve the campaign objectives, Peduli Jilbab has recruited 388 members at 31 regions in Indonesia. In as much as the managing members in different areas until two years period, the organization would have a viable strategic communication management and interesting to study. This study was conducted to analyze the importance of strategic communication management conducted Peduli Jilbab on social campaigns in campaigning hijab syar'i.

The methodology used in this study is the case study method with a descriptive qualitative approach. Design of case studies used in this study was a single case study with single-level analysis. Data collection is done based on the literatures, documentations, observations, and interviews. The research data collected will be analyzed by pattern matching techniques of data analysis. So that the methodology is expected to produce findings about the management of communication in the case of the hijab shar'i campaign that can be used by academic and communication management.

Keywords: Communication Management, Communication of Organization, Campaign, Campaign Management.

MANAJEMEN KOMUNIKASI PADA KAMPANYE JILBAB SYAR'I

(Studi Kasus tentang Manajemen Komunikasi pada Kampanye 'Yuk Berjilbab Syar'i' Peduli Jilbab dalam Mengampanyekan Pemakaian Jilbab Syar'i)

Kamalia Rizqi Awalina

INTISARI

Penelitian ini membahas tentang manajemen komunikasi pada Peduli Jilbab dalam upaya mengampanyekan pemakaian jilbab syar'i. Dalam upaya mencapai tujuan kampanyenya, Peduli Jilbab kini telah merekrut 388 orang anggota di 31 wilayah di Indonesia. Dalam mengelola anggota sebanyak itu di berbagai wilayah yang berbeda hingga kurun waktu dua tahun, organisasi ini tentu memiliki manajemen komunikasi strategis yang layak dan menarik untuk diteliti. Penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis manajemen komunikasi strategis yang dilakukan Peduli Jilbab pada kampanye sosial dalam mengampanyekan pemakaian jilbab syar'i.

Metodologi yang digunakan pada penelitian ini adalah metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif bersifat deskriptif. Desain studi kasus yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus tunggal dengan *single level analysis*. Pengumpulan data dilakukan berdasar pada studi pustaka, dokumentasi, observasi, dan wawancara. Data penelitian yang berhasil dikumpulkan nantinya akan dianalisis dengan teknik analisis data *pattern matching*. Sehingga dengan metodologi tersebut diharapkan mampu menghasilkan temuan tentang manajemen komunikasi pada kasus kampanye jilbab syar'i ini yang dapat dimanfaatkan oleh akademisi maupun praktisi manajemen komunikasi.

Kata kunci: Manajemen Komunikasi, Komunikasi Organisasi, Kampanye, Manajemen Kampanye.