

# STRATEGI KOMUNIKASI DINAS LINGKUNGAN HIDUP DAN KBERSIHAN KOTA PEKANBARU DALAM MENSOSIALISASIKAN AKSI PEKANBARU BERSIH

Oleh : Rani Nofri Angraini

Email : [rani.nofri.angraini@gmail.com](mailto:rani.nofri.angraini@gmail.com)

Pembimbing : Evawani Elysa Lubis, M.Si

Konsentrasi Hubungan Masyarakat - Jurusan Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Riau

Kampus Bina Widya, Jl. H.R. Soebrantas Km 12,5 Simp. Baru, Pekanbaru 28293

Telp/Fax. 0761-63277

## ABSTRACT

*Pekanbaru is the capital of Riau Province, which has experienced an increase in population every year, this population growth has resulted in an increase in the amount of waste generated by its people. The Aksi Pekanbaru Bersih is one of the activities involving the entire Pekanbaru City community with the aim of creating a clean, healthy, safe, comfortable and beautiful Pekanbaru City based on Regional Regulation No.8 of 2014 with sanctions for violators. Socialization is one way of informing and inviting the public to follow the applicable regulations, in socialization of course requires the right communication strategy so that optimal communication goals can be realized. The purpose of this study was to determine the communication strategy of Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan Kota Pekanbaru in socializing the Aksi Pekanbaru Bersih.*

*This study uses a qualitative method. The technique of determining the research subject uses purposive technique in determining informants. There were 14 informants in this study, namely the Head of the Capacity Building, Information and Communication Environment Section, the Head of the Law Enforcement Section, Heads of the Village and communities. The data collection techniques used were interviews, observation and documentation. Miles and Huberman's interactive data analysis techniques. To achieve the validity of the data in this study, researchers used participation extension and triangulation.*

*Based on the results of research to identify the first problem are the communicator strategies in the socialization of the Aksi Pekanbaru Bersih, namely the sub-sector of Capacity Building, Information and Environmental Communication and the sub-sector of Law Enforcement. The strategy for determining the audience is the sub-district, sub-district, RT / RW, school and university as well as the entire community of Pekanbaru City. Communication messages delivered are in the form of informative and persuasive messages with language that is easy to understand. The media used are print media, electronic media, online media, outdoor media and social media. Then related to the effects of this socialization, people only experience changes in knowledge and have not seen changes in behavior from the community.*

*Keyword : Communication Strategy, socialization, Pekanbaru City*

## PENDAHULUAN

Pekanbaru merupakan kota dengan perkembangan sangat pesat mulai dari pertumbuhan pusat-pusat perdagangan tradisional hingga modern bahkan perkembangan dari segi infrastruktur kota. Dengan perkembangan yang terjadi, tentu akan berdampak pada pertumbuhan penduduk di daerah ini dengan jumlah penduduk yang tercatat pada tahun 2019 adalah berjumlah 954.373 ribu jiwa yang terdiri dari 18 kecamatan dan 83 kelurahan.

Peningkatan jumlah penduduk yang diakibatkan oleh pertumbuhan dan migrasi penduduk di Kota Pekanbaru mengakibatkan semakin tingginya permasalahan yang ditimbulkan, seperti sampah yang saat ini menjadi suatu urgensi dalam perkembangan kota. Sampah merupakan salah satu permasalahan yang dihadapi oleh banyak kota di seluruh dunia. Semakin tinggi jumlah penduduk dan aktivitasnya, membuat volume sampah terus meningkat. Akibatnya, untuk mengatasi sampah diperlukan biaya yang tidak sedikit dan lahan yang semakin luas. Disamping itu, tentu saja sampah membahayakan kesehatan dan lingkungan jika tidak dikelola dengan baik (Sujarwo *et al*, 2014: 1).

Berdasarkan data dari Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan Kota Pekanbaru, bahwa pada tahun 2017 jumlah sampah yang dihasilkan 400 ton hingga 500 ton perharinya, pada tahun 2018 mencapai 600 ton perharinya, dan pada tahun 2019 jumlah sampah meningkat hingga 900 ton perharinya. Jumlah ini hanya sampah yang masuk ke TPA atau berdasarkan TPS yang langsung di kelola oleh pemerintah. Dalam Rencana Pembangunan Jangka Panjang Daerah (RPJPD) kota Pekanbaru tahun

2005 – 2025 diasumsikan volume sampah perhari untuk masing-masing keluarga sebesar 0.015 m<sup>3</sup>, maka dapat disimpulkan volume sampah yang belum terangkut sekitar 39%. Besarnya jumlah volume sampah yang belum terangkut ini tentu akan menimbulkan permasalahan.

Kurangnya kesadaran masyarakat dalam menjaga kebersihan lingkungan dengan ditemukannya tumpukan-tumpukan sampah di badan jalan maupun di sudut-sudut jalan yang dekat dengan perumahan penduduk. Hal-hal seperti ini apabila berkepanjangan tentu akan memberikan efek yang buruk pada lingkungan dan bagi kesehatan masyarakatnya. Kemudian Kota Pekanbaru pernah mendapatkan penghargaan Adipura selama 7 kali berturut-turut, namun sejak 2014 hingga saat ini predikat kota terbersih itu masih belum diraih kembali.

Pemerintah Kota Pekanbaru menetapkan Peraturan Daerah Nomor 8 Tahun 2014 Tentang Pengelolaan Sampah, berdasarkan Perda tersebut Walikota Pekanbaru mengeluarkan surat edaran tentang Aksi Bersih Kota Pekanbaru yang berisikan tentang aturan pembuangan sampah pada Tempat Pembuangan Sementara (TPS) dengan jadwal yang telah ditentukan pada pukul 19.00 WIB hingga 05.00 WIB yang dimulai sejak Agustus 2018, bertujuan untuk mengajak masyarakat peduli terhadap lingkungan dan menjadikan Kota Pekanbaru bersih, tertib, nyaman dan asri.

Aksi Pekanbaru Bersih ini memberikan sanksi bagi pelanggaran berupa denda sebesar 2.500.000 rupiah berdasarkan Perda No. 8 Tahun 2014. Pemerintah Kota Pekanbaru melakukan evaluasi mengenai tingginya denda hingga penerapannya memerlukan

birokrasi yang panjang maka diturunkanlah Peraturan Walikota Nomor 134 Tahun 2018 Tentang Tata Cara Administratif Pelanggaran Peraturan Daerah Nomor 08 Tahun 2014 Tentang Pengelolaan Sampah, pada prinsipnya denda berdasarkan volume sampah yang dihasilkan serta bisa langsung menilang dan menangkap masyarakat yang ditemukan tidak mengikuti peraturan. Peran masyarakat sangat diperlukan dalam mengatasi permasalahan terutama sampah, karena urusan sampah tentu tidak bisa hanya diserahkan kepada pemerintah saja. Diperlukan masyarakat yang sadar akan kebersihan lingkungan dengan cara tidak membuang sampah sembarangan dan membuang sampah pada jam yang telah ditentukan. Mengenai peraturan ini tentu memerlukan sosialisasi agar pesan dapat dengan jelas diterima oleh masyarakat.

Sosialisasi sudah dilaksanakan secara langsung kepada pemilik usaha maupun sosialisasi kepada lurah dan camat beserta RT/RW daerah setempat kemudian juga menggunakan media luar ruang ataupun media lainnya. Namun, masyarakat yang tertangkap tangan tidak mematuhi aturan terus meningkat. Tentu saja dalam sosialisasi, komunikasi menjadi hal utama dengan menempatkan strategi komunikasi. Middleton menjelaskan bahwa strategi komunikasi adalah kombinasi terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran, penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal (Cangara, 2014: 64).

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Komunikasi**

Menurut Carl I. Hovland, ilmu komunikasi adalah upaya yang sistematis

untuk merumuskan secara tegas asasa-sasa penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap. Definisi Hovland ini menunjukkan bahwa yang dijadikan objek studi ilmu komunikasi bukan saja penyampaian informasi, melainkan juga pembentukan pendapat umum (*public opinion*) dan sikap publik (*public attitude*) yang dalam kehidupan sosial dan kehidupan politik memainkan peranan yang amat penting. Bahkan dalam definisinya secara khusus mengenai pengertian komunikasinya sendiri, Hovland mengatakan bahwa komunikasi adalah proses mengubah perilaku orang lain. Akan tetapi, seseorang akan dapat mengubah sikap, pendapat, atau perilaku orang lain apabila komunikasinya itu memang komunikatif (dalam Effendy, 2018: 10).

### **Strategi Komunikasi**

Strategi berasal dari akar kata bahasa Yunani *strategos* yang secara harfiah berarti seni umum. Bila dilihat dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) salah satu pengertian strategi adalah rencana yang cermat untuk mencapai sasaran khusus. Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi dalam mencapai tujuan itu, strategi tidak hanya berfungsi sebagai peta jalan yang hanya berpusat pada penunjukan arah saja melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya (Effendy, 2018: 32).

Strategi komunikasi menurut Middleton adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan

komunikasi yang optimal (Cangara, 2014: 64).

Penetapan strategi dalam perencanaan komunikasi tentu saja kembali kepada elemen dari komunikasi, yakni *who says what, to whom through what channels, and what effects*. Karena itu strategi yang dijalankan dengan perencanaan komunikasi harus diawali dengan langkah-langkah sebagai berikut (Cangara, 2014: 133-165):

1. Memilih dan menempatkan komunikator
2. Menempatkan target sasaran
3. Teknik menyusun pesan
4. Memilih media atau saluran komunikasi
5. Menganalisis efek komunikasi

### **Sosialisasi**

Sosialisasi menurut kamus besar Bahasa Indonesia berarti upaya memasyarakatkan sesuatu sehingga menjadi dikenal, dipahami, dihayati oleh masyarakat atau pemasyarakatannya. Sosialisasi merupakan suatu proses bagaimana memperkenalkan sebuah sistem pada seseorang dan bagaimana orang tersebut menentukan tanggapan serta reaksinya. Sosialisasi ditentukan oleh lingkungan sosial, ekonomi dan kebudayaan dimana individu berada, selain itu juga ditentukan oleh interaksi pengalaman-pengalaman serta kepribadiannya (Sutaryo, 2004: 230).

Sosialisasi merupakan proses yang terjadi dalam hidup kita, kita dapat belajar melalui interaksi dengan orang lain mengenai cara berpikir, bertindak, merasakan dan keseluruhannya merupakan hal yang penting dalam menghasilkan partisipasi sosial.

### **Aksi Pekanbaru Bersih**

Aksi pekanbaru bersih ini merupakan salah satu kegiatan dalam upaya menciptakan kota pekanbaru yang bersih, tertib, sehat, aman, nyaman dan asri. Maka dari itu, walikota Pekanbaru mengeluarkan surat edaran yang berisi tentang Aksi Bersih Kota Pekanbaru yang mengharapkan seluruh masyarakat agar dapat melakukan hal-hal yang berdasarkan dari Perda No. 8 Tahun 2014 tentang pengelolaan sampah lengkap dengan sanksi bagi pelanggar aturan tersebut. Dimulai sejak 2018 melalui Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan dan tim Satgas yang mengawasi, melakukan patroli dan juga menangkap siapa saja yang tertangkap tangan membuang sampah tidak pada aturan yang ditentukan.

### **METODE PENELITIAN**

#### **Desain Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Bogdan yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.

#### **Subjek dan Objek**

##### **1. Subjek**

Penentuan informan dalam penelitian ini dilakukan dengan metode *purposive* teknik pengambilan sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pada penelitian ini informan adalah dua Kepala Seksi Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan Kota Pekanbaru, enam Lurah dan enam masyarakat.

##### **2. Objek**

Objek penelitian yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah yang

berkaitan dengan fokus penelitian yaitu penentuan komunikator, penentuan khalayak, strataegi penyampaian pesa, dan pemilihan media serta respon terkait strategi komunikasi Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan Kota Pekanbaru dalam mensosialisasikan Aksi Pekanbaru Bersih.

### **Jenis dan Sumber Data**

Data primer penulis dapatkan dengan wawancara dan observasi langsung ke lapangan untuk melihat strategi komunikasi Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan Kota Pekanbaru.

Data sekunder umumnya berbentuk catatan atau laporan data dokumentasi oleh lembaga tertentu yang dipublikasikan.

### **Teknik Pengumpulan Wawancara**

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara secara langsung yaitu dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan yang telah disiapkan secara bertatap muka dengan informan penelitian yaitu Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan Kota Pekanbaru.

Observasi adalah teknik pengamatan memungkinkan melihat dan mengamati sendiri, kemudian mencatat perilaku dan kejadian sebagaimana yang terjadi pada keadaan sebenarnya. Observasi dilakukan di Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan Kota Pekanbaru dan juga di luar Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan Kota Pekanbaru ketika melakukan kegiatannya agar mempermudah dalam melanjutkan ke langkah selanjutnya.

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen yang digunakan peneliti disini berupa foto, gambar, serta data-data mengenai

program Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan Kota Pekanbaru.

### **Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif dengan penyajian analisa secara deskriptif. Peneliti menggunakan analisis dan model interaktif yang digambarkan oleh Miles dan Huberman menggambarkan sifat interaktif koleksi data melalui reduksi data, penyajian data dan terakhir pengambilan kesimpulan atau verifikasi.

### **Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data**

Perpanjangan keikutsertaan juga menuntut peneliti agar terjun lokasi dan dalam waktu yang panjang guna mendeteksi dan memperhitungkan distorsi yang mungkin mengotori data. Selain itu perpanjangan keikutsertaan juga dimaksudkan untuk membangun kepercayaan pada subjek terhadap peneliti dan juga kepercayaan diri peneliti itu sendiri (Moleong, 2012: 192).

Teknik pemeriksaan keabsahaan data dengan triangulasi memungkinkan peneliti untuk melakukan cek ulang temuannya dengan jalan membandingkannya dengan berbagai sumber, metode, atau teori.

### **Hasil dan Pembahasan**

Penetapan strategi dalam perencanaan komunikasi tentu saja kembali kepada elemen dari komunikasi, yakni *who says what, to whom through what channels, and what effects*. Karena itu strategi yang dijalankan dengan perencanaan komunikasi harus diawali dengan langkah-langkah sebagai berikut (Cangara, 2014: 133-165)

Dalam menentukan komunikator ada tiga syarat yang harus dipenuhi

seorang komunikator, yakni; tingkat kepercayaan orang lain kepada dirinya (*kredibilitas*), daya tarik (*attractive*), kekuatan (*power*) Kredibilitas merupakan persepsi tentang kelebihan-kelebihan yang dimiliki seorang komunikator sehingga bisa diterima oleh target sasaran, daya tarik pada umumnya disebabkan karena gaya bicara yang sopan, murah senyum, cara berpakaian yang apik. Dalam mensosialisasikan Aksi Pekanbaru Bersih ini, semua pegawai berhak menjadi komunikator karena seorang komunikator hanya perlu memahami dan menguasai materi yang akan disampaikan. Tidak ada yang menjadi syarat khusus, dalam sosialisasi yang bertanggung jawab ada di bidang Penataan dan Peningkatan Kapasitas Lingkungan yaitu sub bidang Peningkatan Kapasitas, Informasi dan komunikasi lingkungan dan sub bidang Penegakan Hukum. Sosialisasi dilakukan di kantor kelurahan maupun kecamatan, kepada pemilik usaha dan pedagang kaki lima hingga ke sekolah dan universitas. Sosialisasi ini dilaksanakan 2 hingga 3 kali dalam seminggu.

Langkah selanjutnya adalah strategi pengolahan pesan, untuk mengelola dan menyusun pesan yang mengena dan efektif perlu memerhatikan beberapa hal yaitu harus menguasai terlebih dahulu pesan yang akan disampaikan termasuk struktur penyusunan yang sistematis, mampu mengemukakan argumentasi secara logis, memiliki kemampuan untuk membuat intonasi bahasa (*vocal*) serta gerakan tubuh yang menarik perhatian, memiliki kemampuan membumbui pesan berupa humor untuk mengurangi rasa bosan (Cangara, 2014: 141). Pesan yang disampaikan Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan Kota Pekanbaru yang digunakan untuk dapat memaksimalkan

langkah dalam mensosialisasikan Aksi Pekanbaru Bersih. Pesan adalah segala sesuatu yang disampaikan oleh seseorang dalam bentuk simbol yang di persepsi dan diterima oleh khalayak sebagai makna. Perencanaan pesan yang dilakukan Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan Kota Pekanbaru dalam mensosialisasikan Aksi Pekanbaru Bersih adalah dengan teknik penyampaian inti pokok pesan mengenai Peraturan Daerah No. 8 Tahun 2014 Tentang Pengelolaan Sampah, pengelolaan sampah dengan sistem 3R, menginformasikan jadwal pembuangan sampah sesuai dengan Surat Edaran Walikota Pekanbaru serta menginformasikan tentang petugas satgas yang melaksanakan Operasi Tangkap Tangan (OTT) bagi masyarakat yang membuang sampah tidak pada waktu yang ditentukan. Penggunaan bahasa dalam sosialisasi perlu diperhatikan, Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan Kota Pekanbaru melakukan sosialisasi dengan camat, lurah, RT/RW didalam acara formal dengan menggunakan bahasa Indonesia pada umumnya. Sedangkan sosialisasi yang dilakukan kepada pemilik ruko dan pedagang kaki lima menggunakan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami. Pesan yang disampaikan tidak hanya secara langsung tetapi juga melalui media dengan pesan-pesan yang bersifat informatif dan persuasif.

Pemilihan media merupakan langkah yang selanjutnya harus dipertimbangkan dalam proses strategi komunikasi. Unesco memberi petunjuk bahwa dalam melakukan pemilihan media komunikasi, ada beberapa hal yang harus diperhatikan yaitu mengetahui sumber daya komunikasi yang tersedia di suatu tempat, mengetahui berapa banyak penduduk yang memiliki tv, radio dan

pelanggan surat kabar, terjangkau tidaknya pesan yang akan disampaikan (Cangara, 2014: 146-147).

Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan Kota Pekanbaru menggunakan media cetak yaitu *Tribun* dan *Riau Pos*. Media ini sangat baik disebarluaskan untuk mereka yang bisa membaca dan memiliki waktu senggang yang cukup. Hanya saja media ini tidak memiliki jangkauan yang jauh. Selain melalui surat kabar, Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan Kota Pekanbaru juga menyebarkan baliho atau spanduk yang terletak di jalan yang ditujukan bagi pengguna jalan. Berikutnya Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan Kota Pekanbaru juga menggunakan media elektronik seperti TVRI dan RTV serta media *online* yaitu website resmi pemerintah Pekanbaru dan website Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan Kota Pekanbaru sendiri. Media-media ini berfungsi juga sebagai media yang digunakan untuk berbagi informasi kegiatan dalam Aksi Pekanbaru Bersih. Selain itu juga menggunakan media sosial seperti *instagram*. Penggunaan media sosial di era digital seperti ini memiliki pengaruh besar apabila dapat dikelola dengan baik karena informasi dapat tersebar dengan cepat dan siapa saja dapat mengaksesnya. Media sosial juga bisa dijadikan sarana untuk mendekatkan pihak pemerintah dengan masyarakatnya.

Melakukan analisis terhadap khalayak sasaran komunikasi tentunya akan mempermudah sebuah lembaga untuk menentukan siapa komunikator yang nantinya akan menyampaikan pesan yang informatif dan persuasif. Khalayak bisa berupa individu, kelompok, publik tertentu atau umum. Strategi komunikasi Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan Kota Pekanbaru dalam menentukan

khalayak sasaran dalam mensosialisasikan Aksi Pekanbaru Bersih adalah seluruh masyarakat Kota Pekanbaru, tidak ada kriteria khusus dalam penentuan khalayak sasaran dalam sosialisasi Aksi Pekanbaru Bersih ini. Sosialisasi ini disampaikan kepada camat, lurah, RT/RW dimana nantinya RT/RW lah yang akan meneruskan informasi tersebut kepada masyarakat. Hal ini sering menjadi permasalahan dikarenakan pihak yang diberikan amanah tidak menjalankan amanah tersebut untuk menyampaikan informasi yang didapatnya dari dinas kepada masyarakatnya, pada akhirnya masyarakat yang tertangkap menyebutkan bahwa tidak mengetahui tentang adanya peraturan tersebut.

Semua program komunikasi yang dilakukan tentu mempunyai tujuan, yakni memengaruhi target khalayak. Pengaruh sangat penting dalam proses komunikasi. Tujuannya untuk mengetahui berhasil tidaknya kegiatan komunikasi yang kita lakukan. Efek atau pengaruh dapat dikatakan mengenai apabila perubahan yang terjadi pada penerima informasi sama dengan tujuan yang diinginkan oleh komunikator atau sumber. Pengaruh bisa terjadi dalam bentuk perubahan pengetahuan (*knowledge*), sikap (*attitude*) dan perilaku (*behaviour*).

Sosialisasi Aksi Pekanbaru Bersih ini belum sepenuhnya menimbulkan efek baik. Karena dilapangan masih ditemukan tumpukan-tumpukan sampah ilegal yang bukan merupakan tempat pembuangan sampah sementara dan masih saja ada masyarakat yang membuang sampah di luar batas jam pembuangan sampah. Walaupun respon masyarakat menimbulkan respon yang positif, tetapi belum seluruh masyarakat mengalami

perubahan perilaku sesuai dengan tujuan dari sosialisasi ini.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

1. Strategi komunikator dalam Aksi Pekanbaru Bersih ini adalah kepala seksi peningkatan kapasitas, informasi dan komunikasi lingkungan serta kepala seksi penegakan hukum. Tidak ada yang menjadi kriteria khusus dalam pemilihan komunikator, komunikator hanya perlu menguasai bahan terhadap topik atau permasalahan yang akan disampaikan.
2. Strategi penyusunan pesan yang dilakukan Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan Kota Pekanbaru yaitu dengan menyampaikan inti pokok pesan mengenai Aksi Pekanbaru Bersih. Berisikan tentang informasi mengenai Peraturan Daerah No.8 Tahun 2014, menginformasikan jadwal pembuangan sampah sesuai dengan Surat Edaran Walikota Pekanbaru, dan menginformasikan tentang petugas satgas yang melaksanakan Operasi Tangkap Tangan (OTT) bagi masyarakat yang tidak mematuhi peraturan. Pesan yang disampaikan bersifat informatif dan persuasif menggunakan bahasa yang mudah dipahami tergantung siapa yang menjadi khalayak sarannya.
3. Media yang digunakan Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan Kota Pekanbaru dalam sosialisasi ini adalah koran harian Tribun dan Riau Pos, televisi, website resmi pemerintah, media luar ruang seperti baliho dan spanduk, serta media sosial *instagram*. Tujuannya adalah untuk memperkenalkan ataupun menyebar luaskan informasi mengenai Aksi Pekanbaru Bersih ini, dan juga diperuntukkan sebagai media berbagai kegiatan yang dilakukan Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan Kota Pekanbaru.
4. Strategi khalayak Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan Kota Pekanbaru ini adalah seluruh masyarakat Kota Pekanbaru. Sosialisasi yang dilaksanakan langsung dengan melibatkan camat, lurah, RT/RW daerah setempat, pemilik usaha dan pedagang kaki lima, berikut juga sekolah dan universitas. Sedangkan dengan menggunakan sarana media, khalayak sarannya adalah masyarakat Kota Pekanbaru.
5. Efek yang ditimbulkan dari strategi komunikasi yang dilakukan Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan Kota Pekanbaru yaitu hanya sebagian masyarakat saja yang mengalami perubahan positif, respon yang diterima juga sudah cukup baik. Hanya saja perubahan perilaku belum tampak bagi keseluruhan masyarakat Kota Pekanbaru.

## **DAFTAR PUSTAKA**

### **Buku:**

- Ardianto, Elvinaro. 2007. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbosa Rekatama Media
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (edisi revisi). Jakarta: Rineka Cipta

Cangara, Hafied. 2014. *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Jakarta: Rajagrafindo Persada

Effendy, Onong Uchjana. 2018. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Iriantara, Yosol. 2004. *Managemen Strategi Public Relations*. Jakarta: Ghalia Indonesia

Krisyantono, Rachmat. 2011. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana

Kurniawati, Khairani. 2018. *Sosialisasi Kepribadian*. Yogyakarta: Sentra Edukasi Media

Liliweri, Alo. 2011. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group

Moleong, Lexy J. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya

Mulyana, Deddy. 2017. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya

Somad, Rismi. Juni, Donni. 2014. *Manajemen Komunikasi Mengembangkan Bisnis Berorientasi Pelanggan*

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sujarwo, *et al.* 2014. *Pengelolaan Sampah Organik & Anorganik*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta

Sutaryo. 2004. *Dasar-Dasar Sosialisasi*. Jakarta: Rajawali Press

#### **Jurnal:**

Averil, G. (2018). *Efektivitas Pengelolaan Sampah Oleh Dinas Lingkungan Hidup Dan Kebersihan Kota Pekan Baru*. 5(1), 1–11.

Yanisa Sukma, Ira Dwi. (2018). *Strategi Komunikasi Program Bandung*

*Cleanaction dalam Mengkampanyekan Gerakan Pungut Sampah*. Universitas Telkom. 5(1).

Irvan Roberto, Tahir Kasnawi, Andi Alimuddin. (2016). *Strategi Komunikasi Penyuluhan Program KB Vasektomi Untuk Masyarakat Miskin Perkotaan di Makassar*, KRITIS, 2(2).

Susanto, A. (2017). *Komunikasi Dalam Sosialisasi Tanaman Obat Keluarga (TOGA) di Kecamatan Margadana*, Jurnal Para Pemikir, 6(1).

Lianjani, Aprilia. (2018). *Strategi Komunikasi Pemerintah Kota Tangerang Selatan dalam Mensosialisasikan Program Smart City*, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.

#### **Regulasi:**

*Peraturan Daerah Kota Pekanbaru No. 8/2014 tentang Pengelolaan Sampah*, Pekanbaru: Walikota Pekanbaru

*Peraturan Walikota No. 134/2018 tentang Tata Cara Pengenaan Sanksi Administratif Pelanggaran Peraturan Daerah Kota Pekanbaru Nomor 08 Tahun 2014 Tentang Pengelolaan Sampah*, Pekanbaru: Walikota Pekanbaru

#### **Internet:**

(<http://dlhk.pekanbaru.go.id/> diakses pada 28 Agustus 2020)

RPJPD Kota Pekanbaru Tahun 2005-2025

([http://perpustakaan.bappenas.go.id/lontar/file?file=digital/163069-\[Konten%20D1281.pdf](http://perpustakaan.bappenas.go.id/lontar/file?file=digital/163069-[Konten%20D1281.pdf) diakses pada 16 Januari 2020)

(<http://portalgreenradio.com/jpage/670Me>

skiAdaOttWargaTetapBuangSampahSem  
barangan diakses pada 27 Februari 2020).