

PERAN HUMAS PEMERINTAH PROVINSI KALIMANTAN TIMUR DALAM KAMPANYE PROGRAM *GREEN GROWTH COMPACT*

Andi Abdurahman¹, Sugandi², Kheyene Molekandella Boer³

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis Peran Humas Pemerintah Provinsi Kalimantan Timur Dalam Mengkampanyekan Program Green Growth Compact. Penelitian ini termasuk studi deskriptif kualitatif dan data primer diperoleh melalui wawancara. Hasil penelitian diperoleh gambaran yaitu Peran Humas Pemerintah Provinsi Kalimantan Timur Dalam Mengkampanyekan Program Green Growth Compact melalui pendekatan persuasif dan edukatif yaitu melalui pendekatan media-media yang ada seperti media cetak. Didalam media cetak humas menggunakan surat kabar dan baliho, melalui media elektronik humas menggunakan radio, melalui pendekatan media baru yaitu internet, serta melalui pendekatan kerja sama. Dalam melakukan pendekatan kerjasama humas melibatkan berbagai instansi pemerintah maupun non pemerintah serta masyarakat. Yang diharapkan dengan adanya kerjasama kegiatan program Green Growth Compact dapat berjalan sukses karena adanya bantuan dari jalinan kerjasama tersebut.

Kata Kunci: Humas, Pemerintah, *Green Growth Compact*

Pendahuluan

Provinsi Kalimantan Timur yang merupakan salah satu daerah dengan banyak sumber daya alam, baik dalam skala besar maupun menengah yang menghasilkan berbagai jenis hasil industri. Diantaranya batu bara, kelapa sawit, dan gas yang sudah sejak lama menjadi penopang utama pembangunan ekonomi di Kaltim. Dari kegiatan pengelolaan sumber daya alam yang belum mengikuti peraturan dalam program penghijauan, memunculkan berbagai dampak negatif menyebabkan menurunnya kualitas lingkungan hidup dan tingkat keanekaragaman hayati. Serta tingginya laju deforestasi dan degradasi hutan secara nyata menjadi penyebab berbagai bencana, antara lain banjir, kebakaran hutan dan lahan, tanah longsor maupun bencana ekologi lainnya.

¹ Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: andirahman@gmail.com

² Sugandi, Staf Pengajar Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman

³ Kheyene Molekandella Boer, Staf Pengajar Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman

Perkembangan yang tidak diimbangi antara perkembangan dibidang ekonomi dengan alam telah mengurangi kawasan hijau dan kurangnya kawasan penyerapan air dan lain-lain. Karena hal tersebut, mengapa dirasa perlu ada usaha-usaha untuk menata dan memperbaiki lingkungan.

Terkait dari permasalahan-permasalahan yang ada, Pemerintah Provinsi Kalimantan Timur terus berusaha mengurangi dampak dari kerusakan lingkungan, dengan mendeklarasikan *Green Kaltim* atau Kaltim Hijau Pada tanggal 7 Januari 2010 dalam Kaltim Summit. Ini merupakan langkah awal yang diharapkan dapat memberikan suatu perubahan dalam hal penghijauan di Kaltim.

Dalam *Green Kaltim*, banyak kegiatan-kegiatan yang dilakukan terkait masalah lingkungan yang tengah di hadapi. Salah satu program yang banyak memberikan dampak positif yaitu *One Man Five Trees* (Omfit) yaitu suatu gerakan 1 orang menanam 5 pohon. Dalam program ini, dari tahun 2010 hingga 2013 telah mencapai 128 juta pohon yang di tanam di seluruh kabupaten dan kota. (sumber: <http://www.kaltimprov.go.id>)

Dari informasi salah satu surat kabar, Chairil Anwar selaku Kepala Dinas Kehutanan Kaltim mengatakan sebagai berikut :

“gerakan penanaman pohon merupakan upaya nyata Pemprov Kaltim guna menjawab isu *Global Warming* atau pemanasan global. Karena manfaat penanaman pohon secara nyata telah memberikan kontribusi menurunkan tingkat emisi gas rumah kaca maupun mencegah bencana alam. (sumber: <http://www.kaltimprov.go.id>)

Namun, dari berbagai kegiatan yang telah dilaksanakan tidak cukup kuat untuk mempercepat pembangunan hijau di Kaltim, itu dikarenakan laju dari deforestasi hutan melebihi dari apa yang bisa di perbaiki, salah satu yang ikut menjadi penyumbang dalam berkurangnya jumlah hutan di Kaltim adalah kegiatan pertambangan dan perkebunan dimana didalam kegiatan ini pembukaan lahan baru lah yang menjadi penyebabnya. Oleh karena itu, perlu suatu program kerja baru yang diharapkan dapat memberikan tingkat perubahan yang cepat. Dimana didalam program tersebut di buat kebijakan-kebijakan tentang pengolahan hutan dan lahan yang sifatnya ramah lingkungan. (sumber : <http://koran.bisnis.com>)

Karena hal tersebut, Pemprov Kaltim kembali mendeklarasikan suatu program Pada tanggal 29 Mei 2016, Gor 27 September di Universitas Mulawarman, Samarinda, sekaligus menjadi daerah pertama yang mendeklarasikan Kesepakatan Pembangunan Hijau (*Green Growth Compact*). (sumber : <http://ekonomi.inilah.com>)

Dengan dibentuknya program GGC, yang dimana tujuannya adalah untuk menjadi suatu media bersama dalam mencari solusi untuk mempercepat pembangunan hijau di kaltim.

Ada beberapa kegiatan yang menjadi solusi dalam pembangunan hijau, salah satunya adalah pengelolaan konservasi secara efektif hutan di Kalimantan Timur yaitu meningkatkan efektivitas pengelolaan hutan oleh pemerintah,

perusahaan dan masyarakat. Menyediakan dana yang memadai untuk perlindungan dan pengelolaan hutan. Dalam hal ini ukuran keberhasilan dari program *Green Growth Compact* akan dapat memberikan kontribusi pada pertumbuhan ekonomi yang meningkatkan pendapatan daerah serta memperluas kesempatan kerja, meningkatkan kesejahteraan masyarakat dalam bentuk peningkatan pendapatan dan kualitas hidup dan meningkatkan luasan kawasan hutan yang dikelola secara resmi oleh masyarakat adat dan lokal. Bapak Awang Farook Ishak selaku Gubernur Kaltim mengatakan bahwa

“pembangunan hijau sudah dicanangkan sejak 2010 dalam gerakan Kaltim Hijau atau *Green Kaltim*. Namun, untuk memperkuat gerakan pembangunan hijau berkelanjutan tersebut, Kaltim kembali mendeklarasikan satu gerakan besar dalam tajuk *Green Growth Compact*”
(sumber : <http://koran.bisnis.com>)

Sejauh ini upaya yang sudah dilakukan oleh Pemerintah Provinsi Kaltim adalah dengan penanaman 1 juta batang bibit, rehabilitasi hutan dan lahan, rehabilitasi hutan mangrove dan rehabilitasi daerah aliran sungai (DAS) prioritas seluas 11.160 hektare, pembinaan dan peningkatan usaha pelestarian alam, serta pencegahan dan pengendalian kebakaran hutan dan lahan. Selain itu, dilakukan moratorium penerbitan izin tambang dan lahan gambut, dan pengawasan lingkungan pertambangan dengan meningkatkan pengawasan rehabilitasi reklamasi lahan. Melakukan pembinaan perkebunan ramah lingkungan melalui pengembangan biomassa sebagai energi terbarukan dari produksi perkebunan dalam bentuk pengembangan pembangkit listrik tenaga gas berasal dari pengolahan limbah pabrik kelapa sawit.

Dari upaya-upaya yang sudah dilakukan diharapkan kedepannya Kaltim dapat menjadi Provinsi hijau yang perekonomian seimbang dengan pembangunan yang dilakukan.

Penerapan kegiatan ini kepada masyarakat tentu tidak mudah, oleh karena itu disinilah peran humas untuk mensosialisasikan pentingnya menjaga lingkungan dalam masyarakat. Dalam hal ini humas bekerjasama dengan beberapa kalangan untuk menjalankan program ini, salah satunya pihak yang terkait adalah media. Media yang digunakan oleh Pemprov Kaltim yaitu media massa dan media baru baik searah maupun dua arah. Media-media tersebut meliputi media cetak, media elektronik, dan media baru yang dikenal dengan internet.

Dalam mengkampanyekan program GGC, Humas Pemerintah Provinsi Kaltim sangat berperan penting dalam memberikan informasi kepada masyarakat. Humas mengupayakan berbagai cara untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat melalui sosialisasi maupun media. Humas Pemprov Kaltim dihadapkan pada kondisi dan tugas yang berat dalam perannya. Berbagai peran penting harus diemban oleh Humas Pemprov Kaltim bukan sekedar sebagai corong dari Pemprov Kaltim tetapi juga menjembatani kepentingan masyarakat dengan mendorong hubungan responsive antara Pemprov dan masyarakat. Humas

harus berperan dan bersikap sebagai komunikator dalam penyebarluaskan informasi dan mengupayakan berbagai cara untuk menciptakan dan mempertahankan hubungan baik dengan masyarakat.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis disini tertarik untuk mengangkatnya kedalam sebuah tulisan atau skripsi yang berjudul “Peran Humas Pemerintah Provinsi Kalimantan Timur dalam kampanye program *Green Growth Compact*”

Kerangka Dasar Teori

Hubungan Masyarakat (Humas)

Public Relations atau yang di kenal juga Humas sebagai sebuah profesi adalah orang yang bertanggung jawab untuk memberikan informasi, mendidik, meyakinkan, meraih simpati, dan membangkitkan ketertarikan masyarakat akan sesuatu atau membuat masyarakat mengerti dan menerima sebuah situasi. Seorang humas selanjutnya diharapkan untuk membuat program-program dalam mengambil tindakan secara sengaja dan terencana dalam upaya-upayanya mempertahankan, menciptakan, dan memelihara pengertian bersama antara organisasi dan masyarakatnya.

Peran Humas

Peranan humas dalam suatu organisasi dapat dibagi menjadi empat kategori Dozier & Broom (1995) dalam (Ruslan, 2006:19):

1. Penasehat ahli (*Expert Prescriber*)

Seorang praktisi pakar humas yang berpengalaman dan memiliki kemampuan tinggi dapat membantu mencari solusi dalam penyelesaian masalah hubungan dengan publiknya (public relationship). Adapun beberapa indikator yang menunjukkan seseorang memainkan peran ini adalah:

- a. Membuat kebijakan komunikasi
- b. Mendiagnosa masalah-masalah humas
- c. Merencanakan dan merekomendasikan tindakan yang harus dilakukan
- d. Bertanggung jawab atas semua keberhasilan maupun kegagalan
- e. Orang lain menilai bahwa ia seorang pakar.

2. Fasilitator komunikasi (*Communication Fasilitator*)

Dalam hal ini, praktisi humas bertindak sebagai komunikator atau mediator untuk membantu pihak manajemen dalam hal untuk mendengar apa yang diinginkan dan diharapkan oleh publiknya. Adapun beberapa indikator yang menunjukkan peran sebagai fasilitator komunikasi adalah:

- a. Menjaga agar pihak manajemen selalu mendapat informasi terbaru
- b. Melaporkan setiap hasil survei opini *public*.
- c. Menciptakan peluang agar pihak manajemen selalu mendengarkan pandangan-pandangannya.
- d. Menjaga agar setiap orang dalam organisasi tersebut memperoleh informasi.

- e. Mewakili organisasi dalam setiap pertemuan dan acara-acara
3. Fasilitator Proses Pemecahan Masalah (*Problem solving process fasilitator*)
Peranan praktisi humas dalam proses pemecahan persoalan humas ini merupakan bagian dari tim manajemen. Indikator-indikator yang menunjukkan seseorang berperan sebagai fasilitator proses pemecahan masalah adalah sebagai berikut:
 - a. Memahami kebutuhan akan perencanaan humas yang sistematis
 - b. Bekerjasama dengan pihak manajemen dalam meningkatkan keterampilan
 - c. Meningkatkan partisipasi manajemen
 - d. Menjaga agar pihak manajemen selalu terlibat secara efektif
 - e. Membuat beberapa alternatif untuk keperluan memecahkan masalah
4. Teknisi Komunikasi (*Communication technician*)
Berbeda dengan tiga peranan praktisi humas professional sebelumnya yang terkait erat dengan fungsi dan peranan manajemen organisasi. Peranan Teknisi Komunikasi ini menjadikan praktisi humas sebagai *journalist in resident* yang hanya menyediakan layanan teknis komunikasi atau dikenal dengan *methode of communication in organization*. Beberapa indikator yang menunjukkan peran seorang teknisi komunikasi adalah sebagai berikut:
 - a. Menulis materi-materi humas
 - b. Mengedit/menulis kembali untuk pengecekan tata Bahasa
 - c. Memelihara kontak dengan media dan mengirim press release.

Publik Eksternal

Publik eksternal merupakan salah satu publik dari Humas yang sangat penting, untuk itu perlu adanya komunikasi dengan publik eksternal. Hal ini bertujuan untuk menciptakan pendapat atau masukan bagi organisasi/lembaga. Selain juga untuk memberikan pemahaman kepada publik eksternal mengenai hal-hal yang berkaitan dengan organisasi, sehingga akhirnya diperoleh dukungan yang positif dari publik kepada pencapaian tujuan.

Humas Pemerintah

Humas yang dilakukan instansi pemerintah berbeda dengan instansi nonpemerintah, humas pada instansi tidak mempunyai sesuatu yang dijual belikan. Didalam negara demokrasi seperti Indonesia, pemerintah selalu mengusahakan adanya hubungan yang harmonis antara pemerintah dengan masyarakat. Melalui humas, menjelaskan tindakan-tindakan dan kebijakan-kebijakannya dalam melaksanakan tugas-tugasnya. Humas pemerintah adalah suatu bagian lembaga pemerintah yang memiliki tugas dan fungsi pokok dalam menjembatani hubungan baik antara pemerintah dan masyarakat dengan berbagai upaya dan tindakan dalam penyebaran informasi mengenai kebijakan pemerintah dan program pembangunan, mengelola opini publik sekaligus mengelola reputasi pemerintah dengan menitik beratkan pada pelayanan masyarakat.

Peran Humas Pemerintah

Ruslan (2003:326) menyatakan bahwa peran taktis humas pemerintah/BUMN, menyangkut beberapa hal:

1. Tugas secara taktis dalam jangka pendek, humas berupaya memberikan pesan-pesan dan informasi kepada masyarakat umum, dan khalayak tertentu sebagai target sasarannya. Kemampuan untuk melakukan komunikasi timbal balik, dan kemudian memotivasi atau mempengaruhi opini masyarakat dengan usaha untuk menyamakan persepsi dengan tujuan dan sasaran instansi/lembaga yang diwakilinya.
2. Tugas strategis (jangka panjang) humas, yakni berperan serta secara aktif dalam proses pengambilan keputusan, memberikan sumbangan saran, gagasan, dan ide-ide cemerlang serta kreatif dalam mensukseskan program kerja lembaga instansi hingga pelaksanaan pembangunan nasional. Terakhir bagaimana upaya untuk menciptakan citra atau opini yang positif di masyarakat.

Media Humas

Media massa dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

a. Media Cetak

Terdiri dari surat kabar harian, tabloid, majalah berita atau hiburan yang terbitannya berkala mingguan atau bulanan, tersebar luas dan dibaca oleh masyarakat umum. Kelebihan media cetak adalah harga murah, berita menyeluruh, lengkap dan dapat menyebar secara cepat dan efektif. Sedangkan kelemahannya adalah komunikasi searah dan jangka waktunya relatif pendek.

b. Media elektronik

Terdiri dari televisi, radio dan film, sifat media ini mempunyai efek serempak dan cepat sehingga mampu mencapai masyarakat dalam jumlah besar dan tersebar luas diberbagai tempat secara bersamaan. Kelebihan dari media ini adalah pesan mudah diterima dan diingat, serta kecepatan penyampaian berita dan daya pengaruh cukup tinggi. Kelemahan dari media ini adalah relatif mahal serta pengaruhnya langsung, khususnya dapat bersifat negatif.

c. Internet

Merupakan media baru yang dimanfaatkan oleh humas dalam memberikan informasi secara cepat. Internet digunakan karena sifatnya yang dapat diakses kapan saja dan dimana saja oleh masyarakat. Internet dapat diartikan sebagai jaringan yang terhubung melalui kabel, dimana jaringan tersebut menghubungkan suatu negara ke negara lain di seluruh dunia, dimana didalam internet tersebut terdapat berbagai sumber daya informasi dari mulai yang statis hingga yang dinamis dan interaktif. Dengan kehadiran internet dasar bisnis telah berubah termasuk juga dengan humas.

Humas menggunakan internet untuk meningkatkan efektivitas penyampaian pesan ke publiknya. Terdapat tiga alasan menggunakan media terbaru atau internet bagi humas :

1. Internet digunakan karena adanya permintaan untuk dijadikan sebagai media edukasi atau media komersil. Masyarakat semakin hari semakin pintar sehingga komunikasi harus didasari oleh informasi-informasi yang mendidik.
2. Internet digunakan karena adanya kebutuhan untuk menampilkan sesuatu berdasarkan waktu sebenarnya. Dengan kondisi yang semakin cepat berubah, segala hal bisa terjadi secara mendadak. Hal ini bisa dimanfaatkan oleh humas untuk menyusun informasi dan memberikan respon secara cepat untuk mengimbangi perubahan tersebut.
3. Saat ini masyarakat membutuhkan hubungan komunikasi yang lebih fokus, misalnya dengan menjalin komunikasi secara langsung.

Kampanye

Roger dan Storey (1987) mendefinisikan kampanye sebagai “serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu”.

Kampanye Humas

Kampanye Humas dalam arti sempit bertujuan meningkatkan kesadaran dan pengetahuan khalayak sasaran (*Target Audience*) untuk merebut perhatian serta menumbuhkan persepsi atau opini yang positif terhadap suatu kegiatan dari suatu lembaga atau organisasi agar tercipta suatu kepercayaan dan citra yang baik dari masyarakat melalui penyampaian pesan secara intensif dengan proses komunikasi dan jangka waktu tertentu yang berkelanjutan.

Tujuan Kampanye

Robert E. Simons (1990), Profesor komunikasi dari Universitas Boston-Amerika Serikat, yang menegaskan bahwa keberhasilan mencapai tujuan kampanye banyak ditentukan oleh kemampuan kita dalam merancang, menerapkan dan mengevaluasi program kampanye secara sistematis dan strategis.

Khalayak Sasaran Kampanye

Mcquail & Windahl (1993) mendefinisikan khalayak sasaran sebagai sejumlah besar orang tentang pengetahuan, sikap dan perilakunya akan diubah melalui kegiatan kampanye. Besarnya jumlah khalayak sasaran ini mengindikasikan bahwa mereka memiliki karakteristik yang beragam. Akibatnya cara khalayak merespons pesan-pesan juga akan berbeda-beda.

Identifikasi dan Segmentasi Khalayak

Para ahli dan pelaku kampanye menyadari bahwa khalayak sasaran mereka tidaklah homogen. Khalayak terdiri dari kelompok-kelompok atau sub-sub kelompok yang saling memiliki sejumlah kesamaan sekaligus juga memiliki

keragaman baik dari segi demografis maupun Psikologis. Keragaman inilah yang memunculkan berbagai keinginan, kebutuhan dan cara mereka merespon lingkungan. Atas dasar ini maka menjadi tidak realistis bila kita memperlakukan mereka secara sama.

Masing-masing kelompok atau subkelompok khalayak memerlukan pendekatan yang berbeda, mulai dari desain pesan, cara menyampaikannya hingga siapa komunikator yang cocok menyampaikan pesan tersebut. Ini artinya segmentasi perlu dilakukan dalam menentukan khalayak sasaran kampanye. Bahkan segmentasi merupakan titik tolak terpenting dalam berkampanye.

Cara Menentukan Sasaran Kampanye

Dengan begitu heterogennya khalayak sasaran. Maka untuk mendapatkan sasaran atau obyek (*Target Audience*) dalam kampanye, ditentukan sebagai berikut:

1. Pendekatan Kependudukan (*Demographics Approach*) Dilihat dari tingkat sosial dan ekonomi, usia rata-rata, dan tingkat pendidikan.
2. Pendekatan Psikologis (*Psychographics Approach*)
Yakni sasaran dari kelompok yang sama, kecenderungan pilihan, preferensi, keinginan, citra-rasa, gaya hidup, sistem nilai atau pola yang dianut, hingga masalah-masalah yang sifatnya pribadi.

Pesan Kampanye

Untuk itu pesan harus disampaikan, menurut Wilbur Schramm didalam bukunya, *The Process dan Effects of Mass Communications*, yakni sebagai berikut:

1. Pesan harus dibuat sedemikian rupa dan selalu menarik perhatian, karena melalui pesan yang menarik dan mudah dimengerti khalayak akan merasa nyaman.
2. Pesan dirumuskan melalui lambang-lambang yang mudah dipahami atau dimengerti oleh komunikan.
3. Pesan menimbulkan kebutuhan pribadi dari komunikannya, isi pesan haruslah menyampaikan atau yang berkaitan dengan manfaat tidaknya karena orang akan tertarik dengan pesan yang berguna atau informasi untuknya.
4. Pesan merupakan kebutuhan yang dapat dipenuhi, sesuai situasi dan keadaan kondisi dari komunikannya, membuat pesan harus melihat kondisi yang sedang dihadapi atau dirasakan oleh audiens hal ini karena untuk memperoleh simpati dan menimbulkan efek positif.

Faktor Penunjang Keberhasilan Kampanye

Berdasarkan temuan Rice dan Atkin (1989), bahwa faktor-faktor yang secara nyata memberikan kontribusi pada keberhasilan kampanye meliputi: (1) Peran Media Massa, (2) Komunikasi antar pribadi, (3) Karakteristik sumber dan

media, (4) Evaluasi formatif, (5) Himbuan pesan, (6) Perilaku preventif, (7) Kesesuaian waktu, aksesibilitas dan kecocokan.

Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian Deskriptif Kualitatif, yaitu penelitian yang berusaha menggambarkan atau mendeskripsikan obyek yang diteliti berdasarkan fakta yang ada dilapangan.

Hasil Penelitian

Green Growth Compact

GGC merupakan suatu gerakan yang dilakukan dalam rangka penghijauan terkait penyelamatan dunia akibat terjadinya pemanasan global yang menyebabkan perubahan iklim karena aktivitas manusia yang berlebihan. GGC merupakan program Pemerintah Provinsi Kalimantan Timur yang mulai di resmikan oleh Gubernur Provinsi Kalimantan Timur H. Awang Faroek Ishak pada 29 Mei 2016, Gor 27 September di Universitas Mulawarman, Samarinda. Yang diharapkan mampu memberikan atau dijadikan sebagai media bersama dalam pembangunan berkelanjutan di Kaltim sekaligus sebagai upaya untuk mengurangi dampak dari *Global Warming* atau pemanasan global. Latar belakang dibentuknya program GGC dikarenakan lambannya penghijauan akibat rendah tutupan lahan akibat pembukaan lahan untuk pertambangan dan perkebunan. pembukaan lahan untuk pertambangan dan perkebunan menyebabkan kaltim menjadi penyumbang emisi gas rumah kaca ke-4 terbesar dari 34 provinsi di Indonesia dengan rata-rata 52,8 juta ton CO₂ equivalent (eq) per tahun.

Dengan dibentuknya program GGC ini, harapannya kedepan dapat mengembalikan kembali fungsi kawasan terbuka hijau yang telah beralih fungsi menjadi kawasan perumahan, industri dan lain sebagainya. Alasan tersebut juga yang menjadikan GGC dilakukan karena banyak sekali manfaat yang dapat dirasakan dari program tersebut, banyak kegiatan-kegiatan yang dilakukan guna memperbaiki permasalahan-permasalahan akibat berkurangnya pepohonan-pepohonan yang fungsinya sangat banyak sekali seperti dapat mencegah banjir (daerah resapan air) dan pemadatan tanah agar tidak terjadi longsor saat hujan, menyerap polusi udara akibat asap kendaraan dan industri. Selain itu, pohon juga dapat berfungsi sebagai penyejuk di tengah udara selalu meningkat (pemanasan global).

Pendekatan Persuasif dan Edukatif

Kampanye dilaksanakan oleh Humas Pemerintah Provinsi Kaltim untuk mengkampanyekan program GGC sudah cukup optimal dilaksanakan, akan tetapi tingkat keefektifan antara media yang digunakan memberikan hasil yang berbeda.

Pendekatan melalui Media Cetak

Surat Kabar

Selama ini surat kabar merupakan media yang banyak dibaca oleh masyarakat kota ataupun masyarakat yang ada di wilayah desa. Humas Pemerintah Provinsi Kaltim menyadari pentingnya kebutuhan informasi yang diinginkan oleh masyarakat sehingga memanfaatkan surat kabar sebagai salah satu media untuk mengkampanyekan program GGC dan berita yang dicantumkan diharapkan memberikan respon yang baik dari masyarakat. Selain memberikan informasi Humas juga menyisipkan himbauan kepada masyarakat untuk mendukung program GGC dengan cara menjaga kelestarian lingkungan.

Menurut narasumber program kampanye yang dilakukan oleh Humas Pemerintah Provinsi Kaltim melalui surat kabar merupakan langkah yang cukup efektif dan optimal dalam mensosialisasikan program GGC. Karena langkah ini dikatakan sebagai langkah yang tepat untuk mencapai tujuan yang diharapkan yaitu pemberitaan yang cepat dan tepat sasaran. Selain itu kelebihan surat kabar adalah harganya yang murah, berita menyeluruh, lengkap dan dapat menyebar secara cepat. Surat kabar memiliki jangkauan luas mencakup para pembaca yang tersebar diberbagai tempat dalam waktu yang bersamaan.

Surat kabar disamping sebagai media dalam penyampaian informasi, surat kabar juga dapat memberikan dampak perubahan sikap pada masyarakat terhadap informasi yang diperoleh. Informasi tersebut juga dapat mempengaruhi sikap individunya. Oleh karena itu, surat kabar dipilih sebagai media untuk menyampaikan pesan kampanye GGC yang memiliki dampak terhadap perubahan sikap pada masyarakat. Sesuai tujuan program GGC yaitu untuk merubah sikap masyarakat mengenai lingkungan.

Baliho

Baliho dimanfaatkan sebagai salah satu media untuk mengkampanyekan program GGC. Seperti yang telah diketahui, baliho bukan merupakan sesuatu yang asing lagi bagi masyarakat di semua kalangan. Hal yang harus diperhatikan dalam pemasangan baliho sebagai media kampanye adalah makna tulisan harus jelas dan mudah dipahami oleh masyarakat. Tempat-tempat pemasangan baliho harus di tempat-tempat yang strategis. Sama seperti yang dinyatakan oleh key informan.

Isi dari pesan merupakan sesuatu yang memang perlu disampaikan kepada masyarakat melalui teknik kampanye tertentu untuk diketahui, dipahami, dimengerti, dan diterima oleh masyarakat. Menurut Wilbur Scharmm mengemukakan bahwa isi pesan harus menarik, logis, dan mudah dipahami. Pesan yang disampaikan dalam bentuk lambang-lambang harus mudah untuk dipahami. Pesan yang disampaikan harus sesuai dan bermanfaat bagi masyarakat. Isinya menginformasikan tentang kebijakan-kebijakan dari program GGC seperti himbauan-himbauan untuk menjaga lingkungan..

Upaya yang dilakukan Humas dalam menggunakan baliho sebagai media untuk menunjang kampanye GGC cukup optimal dan hasil yang diperoleh efektif mencapai tujuan.

Pendekatan Melalui Media Elektronik

Radio

Humas Pemerintah Provinsi Kaltim menganggap radio memegang peran dan bermanfaat dalam sistem informasi publik. Salah satu yang menjadi pertimbangan Humas akan pentingnya keberadaan radio adalah fleksibilitas yang dimiliki oleh media tersebut dalam memberikan informasi langsung kemasyarakat.

Humas Pemerintah Provinsi Kaltim bekerjasama dengan radio RRI samarinda untuk menyampaikan informasi mengenai program GGC, dalam menyampaikan informasi ke masyarakat, Humas menggunakan *talk show*. Hal ini dilakukan karena *talk show* dianggap mampu memberikan penjelasan dengan sedalam-dalamnya mengenai program ini. Selain itu, Humas juga menyisipkan telpon interaktif untuk masyarakat sehingga masyarakat dapat berpartisipasi langsung dalam *talk show* tersebut.

Dalam hal ini Humas menganggap bahwa radio memiliki ciri khas tertentu. Selain itu informan juga mengungkapkan bahwa penyampaian informasi melalui radio cukup efektif untuk menjangkau sasaran. Hal tersebut dikarenakan jangkauan dari frekuensinya yang luas sehingga dapat menjangkau masyarakat-masyarakat yang berada jauh di pedalaman.

Dari hasil data wawancara dan pengamatan di lapangan, penggunaan radio oleh Humas Pemerintah Provinsi Kaltim, penulis menarik kesimpulan bahwa media elektronik seperti radio sangat penting dalam menyampaikan informasi kemasyarakat. Sehingga sangat penting bagi Humas untuk menjalin hubungan kerjasama dengan pihak radio.

Pendekatan Melalui Media Baru

Internet

Salah satu media yang digunakan oleh Humas Pemerintah Provinsi Kaltim adalah internet. Internet merupakan media baru yang mulai digunakan oleh Humas Pemerintah Provinsi Kaltim dalam mengkampanyekan Program GGC. Dengan adanya media baru atau internet telah membantu Humas untuk melaksanakan tugasnya dalam kegiatan publikasi atau menyampaikan informasi kepada masyarakat secara cepat dan tepat.

Humas Pemerintah Provinsi Kaltim memiliki website www.kaltimprov.go.id. Didalam website tersebut telah dimuat berbagai macam data seperti kegiatan-kegiatan pemerintah termasuk program GGC. Website tersebut telah disusun sedemikian rupa agar memudahkan masyarakat untuk mengakses website tersebut dalam mencari informasi seputar kegiatan Pemerintah Provinsi Kaltim.

Penggunaan media ini juga cukup efektif dalam menjangkau masyarakat yang modern, seperti generasi-generasi muda. Akan tetapi kurang efektif jika diterapkan kepada masyarakat yang tidak mengetahui tentang internet. Website ini diharapkan menjadi media yang mudah dan terjangkau untuk memberikan informasi kepada masyarakat. Kelebihan dari website adalah mudah untuk diakses dimana saja dan kapan saja.

Berdasarkan data yang diperoleh, penulis menyimpulkan bahwa website Pemerintah Provinsi Kaltim yang dikelola oleh Humas Provinsi Kaltim dalam menyebarkan informasi kemasyarakat serta memberikan perubahan bagi masyarakat cukup optimal.

Pendekatan Kerjasama

Salah satu langkah untuk mensukseskan program GGC adalah dengan melakukan pendekatan kerjasama dengan berbagai pihak, dalam hal ini Humas Pemerintah Provinsi Kaltim melibatkan berbagai pihak seperti media, Dinas Kehutanan, Badan Lingkungan Hidup, Perusahaan, serta masyarakat, tujuannya adalah agar program GGC dapat berjalan dengan sukses. Masing-masing memiliki fungsi untuk menjalankan program GGC. Media digunakan Humas Untuk menyebar luarkan informasi tentang kegiatan GGC, Dinas Kehutanan berperan sebagai penyedia bibit tanaman, serta melakukan perawatan hutan-hutan yang ada di Kaltim. Badan Lingkungan Hidup berperan sebagai pengawas hutan dan menindak lanjuti jika terjadi pengerusakan hutan-hutan didaerah Kaltim. Perusahaan dan masyarakat juga berperan penting guna mendukung perubahan lingkungan kearah yang lebih baik lagi seperti dengan dibentuknya PLTBg POME yang melibat perusahaan sawit. Dan masyarakat yang tergabung di dalam LSM bergerak di bidang lingkungan.

Dari pendekatan-pendekatan yang dilakukan oleh Humas Pemerintah Provinsi Kaltim dalam mengkampanyekan program GGC, Memunculkan suatu sikap dan perubahan didalam masyarakat. Sikap merupakan kecenderungan suatu inividu dalam memahami, merasakan, bereaksi, dan berperilaku terhadap suatu objek. Sikap dapat di pengaruhi oleh komunikator, melalui isi pesan yang disampaikan. Oleh karena itu, kunci dari keberhasilan dalam menyampaikan isi dari program GGC sangat bergantung kepada komunikator. Sedangkan isi pesan yang baik adalah isi pesan yang dapat di pahami dan logis. Penerima pesan merupakan faktor kunci untuk mendapatkan efek perubahan, pesan akan berpengaruh terhadap penerima tergantung dari pemahaman dan persepsinya.

Sikap masyarakat yang timbul terhadap kampanye program GGC adalah berupa perubahan tentang pengetahuan terhadap lingkungan hidup dari yang tidak tahu menjadi tahu. Salah satu tujuan dari program GGC adalah menarik perhatian masyarakat agar ikut berpartisipasi dalam melakukan perubahan terhadap lingkungan agar menjadi lebih baik lagi.

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Surat kabar merupakan media yang banyak di baca oleh masyarakat, maka dari surat kabar digunakan oleh Humas Pemerintah Provinsi Kalimantan Timur dalam megkampanyekan program GGC, yang di harapkan memberikan respon baik dari masyarakat. Selain memberikan informasi, Humas Pemerintah Provinsi Kalimantan Timur juga menyisipkan himbauan-himbaunan untuk mendukung progam GGC dengan cara menjaga kelestarian lingkungan. Surat kabar disamping sebagai media dalam penyampaian informasi, surat kabar juga dapat memberikan dampak perubahan sikap pada masyarakat, selain itu harga dari surat kabar relatif murah. Oleh karena itu, surat kabar dipilih sebagai media untuk menyampaikan pesan kampanye GGC. Selain surat kabar, Humas Pemerintah Provinsi Kalimantan Timur juga menggunakan baliho sebagai alat untuk menyampaikan pesan dari kampanye GGC. Seperti yang diketahui baliho bukanlah hal asing lagi bagi masyarakat, itu di karenakan baliho memang media yang paling sering dilihat karena penempatan dari baliho tersebut, seperti di jalan-jalan utama yang banyak dilalui oleh masyarakat. Hal yang harus diperhatikan dalam menyampaikan pesan melalui baliho adalah penulian harus jelas dan mudah untuk dipahami oleh masyarakat. Tempat-tempat pemasangan baliho harus ditempat-tempat yang strategis agar dapat dilihat oleh masyarakat. Salah satu media yang sangat penting di dalam menyampaikan informasi kemasyarakat adalah radio. Humas Pemerintah Provinsi Kalimantan Timur juga memanfaatkan radio sebagai alat penyebaran informasi tentang GGC, alasan Humas memilih radio, dikarenakan fleksibilitas yang dimiliki oleh radio. Dalam penyampaian pesan melalui radio, humas menggunakan *talk show*. Hal ini dilakukan karena *talk show* dianggap mampu memberikan penjelasan sedalam-dalamnya mengenai program pembangunan yang sedang dilakukan oleh Pemerintah Provinsi Kaltim. Salah satu pendekatan yang ikut berpartisipasi dalam mengkampanyekan program GGC oleh Humas Pemerintah Provinsi Kaltim adalah internet yaitu melalui website Pemerintah Provinsi Kaltim. Dengan adanya internet humas dengan mudah menyampaikan apa saja tentang kegiatan-kegiatan Pemerintah Provinsi Kaltim terkait program GGC. Melalui internet, ini dapat memudahkan masyarakat dalam memperoleh informasi itu dikarenakan internet mudah diakses dimana saja dan kapan saja. Berbagai usaha telah dilakukan oleh Humas Pemerintah dalam mengkampanyekan program GGC, mulai dari penggunaan media, sampai dengan melakukan kerjasama dengan beberapa pihak, adapun pihak-pihak yang bekerjasama dengan Humas Pemerintah Provinsi Kaltim adalah instansi-instansi seperti Dinas Kehutanan, Badan Lingkungan Hidup, serta menjalin kerjasama dengan masyarakat. Dengan adanya jalinan kerjasama akan mempermudah Humas untuk mendapatkan informasi dan menyampaikan kepada masyarakat melalui publikasi ke media-media. Sehingga kegiatan-kegiatan yang dilakukan dpat tersampaikan dengan cepat kepada seluruh masyarakat yang ada di Kalimantan Timur.

Saran

1. Pemerintah Provinsi Kalimantan Timur sebagai pemimpin tertinggi di Kalimantan Timur, harus tetap menjaga cara berkomunikasi dengan cara bersikap dan bersahabat kepada masyarakat agar memberikan kesan yang positif dan citra baik bagi Pemerintah Provinsi Kalimantan Timur
2. Untuk mendukung program GGC ini dapat ditingkatkan penyampaian informasi melalui media massa baik cetak maupun elektronik, melalui iklan-iklan ataupun sosialisasi, agar masyarakat lebih mengenal serta dapat menerapkan apa saja yang terkandung di dalam program GGC ini di kehidupan sehari-hari.

Daftar Pustaka

- McQuail, Dennis and Sven Windahl. 1993. *Communication Models: For The Study of Mass Communication*. 2 nd Edition. New York: Longman Inc.
- Rice, Donald E., Atkin, Charles K. (1989). *Public Communication Campaign 2nd Edition*. USA: SAGE Publication, Inc.
- Ruslan, Rosady. 2006. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Ruslan, Rosady. 2003. *Metode Penelitian PR dan Komunikasi*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Simons, Robert, 1982, *Performance Measurement and Control Systems for Implementing Strategy*

Internet:

- <http://www.kaltimprov.go.id/web/berita/gerakan-one-man-five-trees-berhasil-tanam-128-juta-pohon>
- <http://koran.bisnis.com/read/20160530/436/552504/kaltim-terapkan-green-growth-compact>