

STRATEGI KOMUNIKASI DINAS KEBERSIHAN DAN PERTAMANAN KOTA SAMARINDA DALAM PELAKSANAAN PROGRAM SAMARINDA HIJAU BERSIH DAN SEHAT (HBS) PADA RT 07 KELURAHAN MUGIREJO

Muhammad Junaidi ¹

Abstrak

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan adanya pendekatan-pendekatan yang menunjang program Samarinda Hijau Bersih dan Sehat (HBS) melalui pendekatan edukatif dan persuasif menggunakan media cetak berupa Koran, baliho, spanduk, dan poster untuk media elektronik memanfaatkan radio dan televisi untuk menyebarkan informasi tentang program Samarinda Hijau Bersih dan Sehat (HBS) serta internet. Dinas Kebersihan dan Pertamanan melalui Bidang Penyuluhan dan Pengawasan melakukan pendekatan kerjasama kepada beberapa perusahaan dan lembaga untuk menunjang kesuksesan program Samarinda Hijau Bersih dan Sehat melalui program Corporate Social Responsibility (CSR) serta lembaga-lembaga yang ikut mendukung program pemerintah yaitu menuju Samarinda yang Hijau Bersih dan Sehat.

Faktor pendukung Dinas Kebersihan dan Pertamanan melalui tentang program Samarinda Hijau Bersih dan Sehat (HBS) adalah komitmen pemerintah terhadap kebersihan lingkungan, dukungan perusahaan dengan bantuan CSR. Sedangkan hambatan yang dihadapi adalah masyarakat masih bergantung kepada pemerintah, heterogenitas masyarakat yang masih kurang peduli terhadap kebersihan lingkungan serta wilayah Samarinda dibatasi dengan Kabupaten Kutai Kartanegara.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi, Program Samarinda Hijau Bersih dan Sehat (HBS)

Pendahuluan

Kota Samarinda memberikan kontribusi positif terhadap upaya peningkatan kualitas lingkungan dan mewujudkan kota Samarinda yang bersih,

¹ Mahasiswa Program studi S1 Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Mulawarman. Samarinda. Email :junodskate@yahoo.com

indah, hijau dan sehat, dalam hal ini dinas kebersihan dan pertamanan kota mengajak seluruh lapisan masyarakat berperan aktif mendukung upaya pemerintah daerah salah satunya melalui penilaian lomba HBS tingkat Kelurahan dan RT se-Kota Samarinda yang diadakan setiap tahunnya. Samarinda hijau bersih dan sehat merupakan wujud kebersamaan pemerintah dengan masyarakat dalam membangun lingkungan kota yang baik. Selain itu Pemerintah kota daerah ingin membangun dan menanamkan pola pikir serta wawasan masyarakat terhadap pengelolaan lingkungan yang bersih, hijau dan sehat. Kebersamaan seperti itu harus dibina dan dikembangkan, sehingga masyarakat kita sadar akan pentingnya lingkungan hidup yang baik, dan berperan aktif dalam membentuk lingkungan tempat tinggal yang baik dan sehat. Untuk menciptakan lingkungan yang hijau bersih dan sehat antara lain penghijauan di sekitar rumah, memanfaatkan limbah sampah organik dan non organik menjadi kompos untuk tanaman, maupun kerajinan tangan hasil daur ulang sampah sehingga metode pengelolaan sampah yang baik yaitu reduce atau mengurangi, reuse atau menggunakan kembali, recycle atau mendaur ulang (Sumber poskotakaltim.com)

Strategi komunikasi yang bisa dilakukan oleh dinas kebersihan dan pertamanan kota Samarinda antara lain melakukan kegiatan sosialisasi, penyuluhan atau mengadakan seminar tentang pengolahan bahan daur ulang. Dengan adanya kegiatan ini, masyarakat bisa mendapatkan pengetahuan karena tidak semua sampah (barang bekas) berakhir di tempat pembuangan sampah (TPS) bila masyarakat tahu bagaimana cara mengolahnya.

Upaya yang dilakukan oleh dinas kebersihan dan pertamanan kota dalam pelaksanaan program Samarinda hijau bersih dan sehat belumlah berjalan lancar jika peran dari masyarakatnya belum maksimal. Kebersihan kota bukan hanya tugas dinas kebersihan dan pertamanan kota, akan tetapi tugas semua masyarakat untuk tetap saling menjaga kebersihan lingkungan. Oleh karena itu sangat diperlukan kegiatan kampanye Samarinda Hijau Bersih dan Sehat dan semua itu dibutuhkan strategi yang dapat diterima oleh masyarakat.

Program ini adalah milik pemerintah kota Samarinda yang ditugaskan oleh dinas kebersihan dan pertamanan kota agar kedepannya kota Samarinda menjadi lebih baik dari tahun kemarin.

Perumusan Masalah

Adapun yang menjadi perumusan masalah daripada penulisan proposal ini adalah :

1. Bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh dinas kebersihan dan pertamanan kota Samarinda dalam pelaksanaan program Samarinda hijau bersih dan sehat pada RT 07 kelurahan Mugirejo ?
2. Apa saja faktor-faktor pendukung dan penghambat dinas kebersihan dan pertamanan kota dalam pelaksanaan program hijau bersih dan sehat di kota Samarinda ?

Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan yang ingin diberikan dari pembuatan proposal ini adalah :

- 1 Untuk mengetahui mendiskripsikan dan menganalisa strategi komunikasi dinas kebersihan dan pertamanan kota Samarinda dalam pelaksanaan program Samarinda hijau bersih dan sehat pada RT 07 kelurahan Mugirejo.
- 2 Untuk mengetahui faktor-faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan program Samarinda hijau bersih dan sehat.

Manfaat Penelitian

Suatu penelitian tentu akan memiliki manfaat bagi peneliti maupun pihak lain yang akan menggunakannya. Oleh karena itu, maka penelitian ini memiliki manfaat sebagai berikut :

1. Teoritis:

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbang pikiran dan memperkaya pembendaharaan kepustakaaan bagi pengembangan ilmu pengetahuan pada umumnya dan bagi jurusan ilmu komunikasi pada khususnya yang berkaitan dengan Strategi komunikasi Dinas Kebersihan dan Pertamanan kota Samarinda dalam pelaksanaan program Samarinda hijau bersih dan sehat serta sebagai masukan pada penelitian-penelitian mendatang.

2. Praktis:

Hasil penelitian ini di harapkan juga dapat berguna bagi kedua belah pihak baik masyarakat dan pemerintah dinas kebersihan dan pertamanan, dimana hasil penelitian ini dapat berguna sebagai bahan informasi dan evaluasi serta dapat menambah wawasan dan pengetahuan yang berkaitan dengan strategi komunikasi.

Kerangka Dasar Teori

Teori dan Konsep

Teori-Teori yang peneliti gunakan adalah :

1. S-O-R Theory

Teori yang mendasari penelitian ini adalah *S-O-R Theory (Stimulus – Organisme- Response)*. Menurut stimulus response ini, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus. Unsur yang terdapat dalam teori adalah Pesan (*Stimulus*), Komunikan (*Organism*) dan Efek (*Response*). Yang mana tujuan dari teori ini adalah bagaimana mengubah sikap komunikan dengan stimulus.

2. Teori Laswell

Teori Difusi Inovasi, teori ini dikemukakan oleh Everett M. Rogers dalam Sumadi Dilla (2007:52) yang menjelaskan teori ini banyak digunakan sebagai

pendekatan dalam komunikasi pembangunan. Teori ini pada prinsipnya adalah komunikasi dua tahap, jadi didalamnya dikenal pula adanya pemula pendapat atau agen perubahan. Oleh karenanya teori ini sangat menekankan pada sumber-sumber non media mengenai gagasan-gagasan baru yang dipublikasikan untuk mengubah perilaku melalui penyebaran informasi dan upaya mempengaruhi motivasi dan sikap. Selain itu, adapun unsur-unsur utama dalam difusi ide yaitu inovasi, komunikasi melalui saluran tertentu, jangka waktu tertentu dan diantara para anggota suatu sistem sosial. Kemudian menurut Rogers ada 4 tahap dalam suatu proses difusi inovasi yaitu pengetahuan, persuasi, keputusan, dan peneguhan.

Pengertian Strategi Komunikasi

Menurut Ahmad S. Adnanptra yang dikutip oleh Ruslan (2002: 120), “Strategi adalah bagian terpadu dari suatu rencana (*plan*), sedangkan rencana suatu produk dari suatu perencanaan (*planning*), yang pada akhirnya perencanaan adalah satu fungsi dasar dari proses manajemen”. Sedangkan Suryadi (2007: 28) berpendapat bahwa “Strategi Komunikasi adalah bagian dari fungsi manajemen dan proses pengambilan keputusan, yang didasarkan pada perencanaan matang dalam hal mengidentifikasi masalah, pengumpulan data, mempertimbangkan alternatif, dan menentukan tindakan. Komunikasi strategi berakar pada misi organisasi mulai dari mereka yang berada pada garis bawah. Garis bawah tersebut terletak jauh daripada hal-hal yang berkenaan dengan uang yang dihasilkan atau diperoleh, akan tetapiberkonsentrasi pada tujuan ataufundamental perusahaan”.

Sedangkan Ruslan (2000: 31) mengatakan. “Strategi Komunikasi adalah suatu perencanaan dan manajemen untuk mencapai tujuan tertentu dalam praktik operasionalnya”.

Tujuan utama dari strategi komunikasi menurut, R. Wayne Pace, Brent D. Peterson, dan M. Dallas Burnett dalam Ruslan (2005:37), adalah sebagai berikut :

- a. *To secure understanding*
Untuk memastikan bahwa terjadi suatu pengertian dalam berkomunikasi.
- b. *To establish acceptance*
Bagaimana cara penerimaan itu terus dibina dengan baik.
- c. *To motive action*
Penggiatan untuk memotivasinya.
- d. *The goals which the communicator sought to achieve*
Bagaimana mencapai tujuan yang hendak dicapai oleh pihak komunikator dari proses komunikasi tersebut.

Dengan strategi komunikasi pesan-pesan yang disampaikan akan lebih dapat terarah, lebih jelas dan efektif dalam pesan yang disampaikan tersebut dapat memperoleh pemahaman dimana pesan itu dapat bermanfaat dan membantu berjalannya sebuah program agar dapat berjalan dengan baik dengan persiapan yang matang dalam mencapai sasaran atas pesan yang disampaikan.

Kebijakan Pemerintah Tentang HBS

- a. Terwujudnya penguatan sistem pengelolaan tata kota yang bersih, nyaman dan bebas banjir melalui penyediaan dan rehabilitasi drainase, pembuatan pintu air dan pengendalian banjir guna mewujudkan kota metropolitan diarahkan pada :
 - 1) Pengembangan sistem tata pengelolaan tata ruang pelestarian lingkungan dan keindahan kota
 - 2) Percepatan penanggulangan banjir dan bencana lainnya melalui tindakan preventif dan secara sistematis
 - 3) Menciptakan kebersihan, keindahan, dan kenyamanan kota sehingga terwujudnya kota Samarinda sebagai kota dengan slogan TEPIAN (Teduh, Rapi, Aman, dan Nyaman)
- b. Bidang pengendalian kebersihan menjadi sasaran strategis dalam mewujudkan penguatan sistem pengelolaan kota bersih, nyaman, dan bebas banjir melalui penyediaan dan rehabilitasi drainase, pembuatan pintu air dan pengendalian banjir serta kebakaran guna mewujudkan kota metropolitas yang salah serta program-program kebijakan pemerintah kota Samarinda melalui sistem kebersihan yang dikelola dinas kebersihan dan pertamanan dengan melalui program utama yaitu :
 - 1) Program pengembangan kinerja pengelolaan persampahan
 - 2) Program pengelolaan ruang terbuka hijau (HBS)
 - 3) Program pengelolaan area pemakaman

Pengertian Hijau Bersih Sehat (HBS)

HBS adalah program yang diterapkan Pemkot Samarinda Untuk menciptakan lingkungan yang bersih dan Sehat. Pola hidup bersih dan lingkungan bersih akan terlaksana apabila diawali dari diri sendiri sehingga tercipta suatu kebiasaan dari suatu komunitas masyarakat yang terpenting dari substansi bersih hendaknya tidak hanya dalam aspek lingkungan, melainkan dapat pula diimplementasikan dalam pelaksanaan kegiatan sehari-hari yang bersih dengan upaya peningkatan kualitas lingkungan dan mewujudkan kota Samarinda yang bersih, indah, hijau dan sehat. Samarinda hijau bersih dan sehat merupakan wujud kebersamaan pemerintah dengan masyarakat dalam membangun lingkungan kota yang baik. Selain itu Pemkot ingin membangun dan menanamkan pola pikir serta wawasan masyarakat terhadap pengelolaan lingkungan yang bersih, hijau dan sehat.

Kebersamaan antara pemerintah dan masyarakat harus dibina dan dikembangkan, sehingga masyarakat kita sadar akan pentingnya lingkungan hidup yang baik, dan berperan aktif dalam membentuk lingkungan tempat tinggal yang baik dan sehat. Untuk menciptakan lingkungan yang hijau bersih dan sehat antara lain penghijauan di sekitar rumah, memanfaatkan limbah sampah organik dan non organik menjadi kompos untuk tanaman, maupun kerajinan tangan hasil daur ulang sampah sehingga metode pengelolaan sampah yang baik yaitu *reduce* atau mengurangi, *reuse* atau menggunakan kembali,

recycle atau mendaur ulang. mulai dari lingkungan sekitar kita, apabila kita memulai segalanya dengan baik dan benar, bukan tidak mungkin kota ini akan menjadi kota yang benar-benar bersih seperti apa yang kita harapkan bersama, dan sesuai dengan apa yang diharapkan pemerintah kota Samarinda. Karena dari lingkungan yang bersih dan sehat akan mewujudkan kesehatan. Persoalan kesehatan yang dihadapi masyarakat tak akan bisa ditanggulangi jika lingkungan tidak mendukung. (sumber : berita poskota kaltim online).

Dinas Kebersihan dan Pertamanan melalui Bidang Penyuluhan dan Pengawasan dalam menjalankan perananannya melakukan berbagai strategi melalui beberapa aspek pendekatan diantaranya adalah sebagai berikut:

a. Pendekatan *persuasif* dan *edukatif*

Menciptakan komunikasi dua arah (timbang balik) dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada pihak publiknya yang bersifat mendidik dan memberikan penerangan maupun dengan melakukan pendekatan persuasif, agar tercipta saling pengertian, menghargai, pemahaman, toleransi dan lain sebagainya.

b. Pendekatan *kerjasama*

Berupa membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan berbagai kalangan, baik hubungan kedalam (*internal relations*) maupun hubungan keluar (*eksternal relations*) untuk meningkatkan kerja sama. Bidang Penyuluhan pada Dinas Kebersihan dan Pertamanan Kota Samarinda berkewajiban memasyarakatkan misi instansi yang diwakilinya agar mendapat dukungan masyarakat (publik sasaran). Hal ini dilakukan dalam rangka menyelenggarakan hubungan baik dengan publiknya (*community relation*), dan untuk memperoleh opini publik serta perubahan sikap yang positif bagi kedua belah pihak (*mutual understanding*) memungkinkan untuk meningkatkan kemampuan (*empower*) individu.

Media Humas

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.

b. Media elektronik

Terdiri dari televisi, radio dan film, sifat media massa ini mempunyai efek serempak dan cepat dan mampu mencapai pembaca dalam jumlah besar dan tersebar luas diberbagai tempat secara bersamaan.

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.

Hambatan-Hambatan Komunikasi

1. Gangguan

Ada dua jenis gangguan terhadap jalannya komunikasi yang menurut sifatnya dapat di klasifikasikan sebagai gangguan mekanik dan gangguan semantik.

a. Gangguan mekanik (*mechanical, channel noise*)

Yang di maksudkan gangguan mekanik ialah gangguan yang disebabkan saluran komunikasi atau kegaduhan yang bersifat fisik.

b. Gangguan semantik

Gangguan jenis ini bersangkutan dengan pesanan komunikasi yang pengertiannya menjadi rusak.

2. Kepentingan

Interest atau kepentingan akan membuat seseorang selektif dalam menanggapi atau menghayati suatu pesan.

3. Motivasi Terpendam

Motivasi atau motivasi akan mendorong seseorang berbuat sesuatu yang sesuai benar dengan keinginan, kebutuhan dan kekurangannya.

4. Prasangka

Prasangka merupakan salah satu rintangan atau hambatan berat bagi suatu kegiatan komunikasi oleh karena orang yang mempunyai prasangka belum apa-apa sudah bersikap curiga dan menentang komunikator yang hendak melancarkan komunikasi.

Definisi Konsepsional

Adapun definisi konsepsional dari penelitian ini adalah:

Dalam hal ini strategi yang dilakukan oleh dinas kebersihan dan pertamanan kota Samarinda dalam pelaksanaan Samarinda hijau bersih dan sehat adalah penggunaan cara-cara atau usaha-usaha tertentu dalam menyampaikan sebuah pesan untuk tujuan yang hendak dicapai oleh Dinas Kebersihan dan Pertamanan Kota melalui berbagai saluran informasi dan komunikasi.

Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Sehubungan dengan penelitian yang dibuat, penelitian yang dilakukan adalah jenis Penelitian Deskriptif Kualitatif Ciri dari metode kualitatif adalah data yang disajikan dalam bentuk deskripsi yang berupa teks naratif, kata-kata, ungkapan, pendapat, gagasan yang dikumpulkan oleh peneliti dari beberapa sumber sesuai dengan teknik atau cara pengumpulan data. Kemudian, data dikelompokkan berdasarkan kebutuhan dengan pendekatan interpretatif terhadap subjek selanjutnya dianalisis. Tujuan pengelompokan data untuk membuat sistematis serta menyederhanakan data yang beragam menjadi satu kesatuan sesuai dengan harapan dalam tahapan analisis.

Fokus Penelitian

1. Strategi komunikasi dinas kebersihan dan pertamanan kota Samarinda dalam pelaksanaan program Samarinda hijau bersih dan sehat:
 - i. Pendekatan persuasif dan edukatif
 - ii. Pendekatan kerjasama
2. Faktor-faktor pendukung dan penghambat komunikasi pada dinas kebersihan dan pertamanan kota Samarinda dalam pelaksanaan program Samarinda hijau bersih dan sehat.
3. Peran serta masyarakat dalam mewujudkan kampung HBS (hijau bersih dan sehat) di Jalan Mugirejo RT 07.

Sumber dan Jenis Data

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden atau objek yang akan diteliti atau ada hubungannya dengan objek yang akan diteliti. Data primer penulis peroleh dari nara sumber atau informan dengan cara melakukan tanya jawab atau wawancara secara langsung dipandu melalui pedoman wawancara sesuai dengan fokus penelitian yang penulis teliti.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan dua teknik, yaitu teknik *Purposive Sampling* dan teknik *Insidental Sampling*. Adapun definisi yang dikemukakan Sugiono (2003:96) menyebutkan *purposive sampling* adalah teknik penentuan sample dengan pertimbangan tertentu. Teknik *sampling purposive* digunakan penulis untuk mendapatkan data melalui *key informan* maupun *informan*.

Dikemukakan pula oleh Sugiono yang mengatakan mengenai teknik *sampling insidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang kebetulan ditemui itu cocok sebagai nara sumber. Teknik *sampling insidental* digunakan penulis untuk mendapatkan data melalui masyarakat Samarinda.

Proposive sampling digunakan dengan jumlah narasumber yang terdiri dari *Key Informan* dan *informan*. *Key Informan* terdiri dari :

- a. Drs. Norsalim selaku Kepala Bidang Penyuluhan dan Pemberdayaan Masyarakat pada Dinas Kebersihan dan Pertamanan Kota Samarinda

Adapun informannya ialah masyarakat yang bermukim di kec. Samarinda Utara, Jl. Mugirejo RT 07.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang telah lebih dahulu dikumpulkan dan dilaporkan oleh orang atau organisasi/perusahaan dari penelitian sendiri, walaupun yang dikumpulkan itu sesungguhnya adalah data asli. Data sekunder, penulis memperoleh melalui wawancara sumber informan, melalui dokumen-dokumen, arsip dan laporan evaluasi.

Teknik Pengumpulan Data

1. *Library Research*,
2. *Field Work Research*, yaitu penelitian langsung ke lapangan dengan cara :
 - a. Observasi
 - b. Wawancara
 - c. Dokumentasi

Teknik Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan melakukan pendekatan dengan metode analisis data kualitatif model interaktif dari miles dan huberman dalam sugiono (2010:247) yang mencakup pengumpulan data, penyederhanaan data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil Penelitian

Pembahasan

Program yang dilaksanakan oleh dinas kebersihan dan pertamanan kota Samarinda dalam pelaksanaan program *Samarinda hijau bersih dan sehat* sudah cukup optimal dilaksanakan. Bidang penyuluhan dan pengawasan dalam menjalankan peranannya melakukan berbagai strategi melalui beberapa aspek pendekatan diantaranya adalah sebagai berikut:

Pendekatan persuasif dan edukatif

Media Cetak

a. Koran

Dari data yang di dapat peneliti dilapangan dapat disimpulkan, Program Samarinda HBS (hijau bersih dan sehat) ialah program yang sedang gencar-gencarnya diterapkan ke masyarakat dan instansi-instansi. Program ini bahkan tergolong sukses meskipun belum tersentuh semua, itu karena peran dari surat kabar yaitu koran yang ikut berperan penting dalam membantu program ini hampir setiap hari ada saja berita yang memberitakan mengenai HBS (hijau bersih dan sehat) mulai dari pembicaranya Walikota maupun masyarakat. Informasi yang di dapat juga, media cetak harian atau koran merupakan langkah yang cukup efektif dalam pelaksanaan program HBS, karena langkah ini dapat dikatakan sebagai langkah yang tepat untuk mencapai tujuan yang diharapkan, yaitu pemberitaan yang cepat dan tepat sasaran.

Dalam teori yang dipakai hubungannya antara pemerintah dengan masyarakat, dimana masyarakat dapat mengubah perilaku kebiasaannya melalui informasi yang didapat melalui koran yang berisi mengenai pemberitaan program HBS (hijau bersih dan sehat) meskipun dalam sehari-harinya belum seluruhnya berperilaku hidup bersih, ini dikarenakan kebiasaan

masyarakat Samarinda yang selalu bergantung kepada pemerintah dalam mengelola kebersihan serta pengawasan.

b. Baliho dan Spanduk

Data yang di dapat di lapangan dapat peneliti simpulkan bahwa spanduk dan baliho adalah, sifat baliho spacenya hanya pinjam saja namun begitu penggunaannya dapat dikatakan cukup efektif, meskipun belum menyeluruh. Itu di karenakan baliho yang terpasang hanya di wilayah-wilayah tertentu saja. Isinya menginformasikan adanya program HBS mulai dari membuang sampah pada tempatnya mulai pukul 18.00 s/d 06.00 Wita, wujudkan Samarinda Hijau Bersih dan Sehat. Pemasangan spanduk program HBS terdapat di jalan masuk sekolah-sekolah, instansi dan kantor-kantor dinas. Sedangkan baliho banyak di pasang di jalan-jalan protokol.

Terdapat hubungan antara teori yang dipakai oleh peneliti dengan data yang di dapat di lapangan dimana melalui spanduk dan baliho sangat efektif untuk digunakan karena dapat mengubah pandangan masyarakat terhadap lingkungan sekitar. Melalui teori dan data dilapangan kebersamaannya sangat ditentukan oleh keduanya, sehingga apa yang di dapat dapat merubah perilaku masyarakat terhadap program pemerintah khususnya Dinas Kebersihan dan Pertamanan Kota Samarinda yang sedang digalakkan yaitu menuju Samarinda Hijau bersih dan sehat. Jadi, jelas spanduk dan baliho dirasa sangat efektif untuk digunakan meskipun belum seluruh masyarakat Samarinda menerapkannya, tetapi apa yang sudah dilakukan pemerintah sudah dijalankan dengan apa yang telah diharapkan.

Media elektronik

a. Radio dan televisi

Radio dan televisi menawarkan berbagai jenis kemungkinan publikasi yang luas, karena bersifat massa, karena Sebagian besar pesan yang disampaikan menggunakan ucapan lisan dan dengan video yang terdapat pada televisi, sehingga interaksi yang terjadi dengan pendengar dan penonton cukup tinggi.

Data yang sudah di dapat peneliti dilapangan menunjukkan bahwa, Dinas Kebersihan dan Pertamanan Kota Samarinda bekerja sama dengan radio Borneo FM, Pro 2 RRI, dan Samarinda FM. Sedangkan melalui televisi bekerjasama dengan TVRI Kaltim dan Tepian Channel. Radio dan televisi merupakan media yang paling efektif menjangkau sasaran, selain karena jangkauan frekuensinya yang menyebar luas hingga wilayah pedalaman, radio dan televisi banyak diminati oleh masyarakat Samarinda.

Efek yang ditimbulkan oleh teori ini kepada masyarakat melalui siaran radio dan televisi adalah masyarakat setidaknya akan merubah pola perilaku mereka pentingnya kebersihan, karena radio dan televisi sering digunakan masyarakat Kota Samarinda penggunaannya mudah, hampir semua masyarakat Samarinda mempunyai radio dan televisi dan harganya pun terjangkau, sehingga Dinas Kebersihan dan Pertamanan sangat tepat mempromosikan

program Samarinda hijau bersih dan sehat. Melalui radio dan televisi Dinas Kebersihan dan Pertamanan Kota Samarinda akan terus berbicara di radio dan menampilkan tayangannya di televisi agar program Samarinda hijau bersih dan sehat ini akan terlaksana secara menyeluruh dan diterapkan di masyarakat sesuai dengan apa yang sudah diharapkan. Hingga saat ini apa yang dilakukan oleh Dinas Kebersihan dan Pertamanan sudah cukup efektif dalam pelaksanaannya melalui radio dan televisi.

Internet

Dari data yang di dapat dilapangan peneliti simpulkan, Dinas Kebersihan dan Pertamanan Kota Samarinda memiliki website resmi, yaitu www.dkpsamarinda.com. Di website tersebut terdapat program-program yang telah dilaksanakan oleh Dinas Kebersihan dan Pertamanan beserta Walikota dan jajaran-jajarannya serta hasil-hasil dokumentasi dalam pelaksanaan HBS. Sejauh ini pengelolaan situs ini bisa dikatakan cukup optimal. Namun yang kurang adalah data yang ada tidak semuanya lengkap serta kurangnya tenaga dari bidang IT

Masyarakat Samarinda yang kebiasaannya selalu individual terutama di kota, kurang memiliki rasa kepedulian terhadap lingkungan sekitarnya sehingga lingkungan tempat mereka tinggal kebersihannya memprihatinkan. Oleh karena itu dirasa tepat jika Dinas Kebersihan dan Pertamanan Kota Samarinda menggunakan media internet sebagai media yang dapat merubah sikap dan pandangan masyarakat terhadap lingkungan karena media ini sering digunakan oleh semua lapisan masyarakat. Penggunaan media ini juga cukup efektif dalam menjangkau masyarakat hingga ke pelosok desa, dimana masyarakat pelosok desa rata-rata sudah punya akses internet yang bekerjasama dengan Diskominfo. Tentunya masyarakat saat ini mencari kemudahan dalam memperoleh informasi. Situs ini diharapkan menjadi media yang mudah dan terjangkau bagi setiap masyarakat yang ingin mengetahui informasi dan memeberikan kelebihan yaitu dimana situs ini dapat diakses kapan saja dan dimana saja.

Pendekatan Kerjasama

a. Membuat Iklan

Pembuatan iklan yang dibuat Dinas Kebersihan dan Pertamanan Kota Samarinda kepada media adalah berisi infromasi yang menggambarkan adanya program Samarinda HBS.

Berdasarkan data dilapangan yang dilakukan peneliti, dalam pelaksanaannya, Dinas Kebersihan dan pertamanan Kota Samarinda sebelumnya menghubungi beberapa media yaitu, TVRI Kaltim dan Samarinda Post dengan meminta media tersebut untuk memasukan program mereka ke

beberapa stasiun televisi yaitu TVRI Kaltim dan Tepian channel yang isinya mengenai pelaksanaan yang sudah dilakukan dalam mewujudkan Samarinda hijau bersih dan sehat dan selalu menghimbau masyarakat dalam menjaga kebersihan dengan membuang sampah pada tempatnya serta tidak membuang di siang hari dimana pemerintah sudah menerapkan aturan membuang sampah pada jam 18.00 – 06.00 Wita. agar program tersebut dapat diketahui oleh masyarakat. Sehingga masyarakat dapat menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari.

Melalui data lapangan dan teori yang digunakan kebersamaannya saling berpengaruh, sehingga pola pikir masyarakat mengenai kebersihan sekitarnya dapat berubah dengan sendirinya dikarenakan pengaruh iklan yang ditayangkan melalui siaran televisi terus-menerus ditampilkan. Dengan adanya iklan sangat bagus kehadirannya jika pemerintah dan masyarakat dapat menerapkannya di sekitar lingkungan, sehingga apa yang diharapkan dapat tercapai yaitu terwujudnya Samarinda yang hijau bersih dan sehat dan kegiatan yang dilakukan bagian penyuluhan cukup optimal dalam pelaksanaannya dan hasilnya pun cukup efektif menjangkau sasaran masyarakat luas.

b. Corporate Social Responsibility

CSR (*corporate social responsibility*) yaitu sebuah komitmen dari perusahaan dalam bentuk tanggung jawab sosial perusahaan atau dunia usaha terhadap masyarakat serta lingkungan sekitar dengan bentuk pemberdayaan masyarakat. Kegiatan ini untuk menjalin kerjasama yang baik antara pemerintah dengan perusahaan.

Berdasarkan hasil lapangan yang diperoleh peneliti menarik kesimpulan bahwa dalam mengajak dunia usaha untuk ikut serta berpartisipasi dalam bidang kebersihan melalui CSR (*corporate social responsibility*) baik di bidang kebersihan maupun taman-taman kota dan itu sangat membantu dari aspek kebersihan, karena bukanlah pekerjaan mudah bagi Dinas Kebersihan dan Pertamanan bila bekerja sendiri tanpa bantuan dari perusahaan atau dunia usaha. Banyak sudah yang dilakukan oleh dunia usaha dalam membantu pelaksanaan program Samarinda Hijau Bersih dan sehat antara lain dengan memberikan container sampah pekerjaan pembuatan taman-taman kota, pot tanaman yang berada di jalan-jalan protokol dan masih banyak lagi. Dikatakan kerjasama yang dilakukan antara pemerintah khususnya Dinas Kebersihan dan Pertamanan Kota Samarinda dengan perusahaan atau dunia usaha sudah efektif meskipun belum seluruhnya. Namun Dinas Kebersihan dan Pertamanan Kota Samarinda terus bekerja keras agar pelaksanaan program Samarinda Hijau bersih dan Sehat dapat berjalan apa yang sudah diharapkan oleh semua warga masyarakat Kota Samarinda.

Pada dasarnya program yang dilaksanakan oleh pemerintah tidak bisa berjalan dengan sukses tanpa adanya bantuan dari perusahaan atau dunia usaha. Perusahaan dan dunia usaha mempunyai program CSR (*corporate social responsibility*), dimana program tersebut ialah komitmen atau tanggung jawab

sosial perusahaan terhadap masyarakat terhadap lingkungan sekitar dalam bentuk pemberdayaan masyarakat. Program inilah yang membantu pemerintah dalam mensukseskan program Samarinda hijau bersih dan sehat. Hampir di setiap perusahaan mempunyai program CSR (*corporate social responsibility*) dan ini sangat membantu pemerintah daerah Samarinda, dimana ada saja bantuan yang diberikan berupa pembentukan taman-taman kota, pot tanaman maupun container sampah. Sehingga bentuk kerjasama yang terjalin antara pemerintah dengan perusahaan atau dunia usaha sudah berjalan cukup efektif dalam pelaksanaannya sesuai dengan yang diharapkan.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa selama ini pelaksanaan publikasi program Samarinda hijau bersih dan sehat yang dilakukan oleh Dinas Kebersihan dan Pertamanan Kota Samarinda melalui bidang penyuluhan dan pengawasan sudah berjalan dengan baik, meskipun dalam pelaksanaannya belum sepenuhnya maksimal ini dikarenakan dukungan yang didapat dari masyarakat dan dunia usaha dirasa kurang. Sehingga Dinas Kebersihan dan Pertamanan terus bekerja keras agar program yang digagas oleh Walikota dapat berjalan sesuai dengan apa yang diharapkan.

Lomba kampung HBS yang diadakan oleh pemerintah dianggapi dengan antusias yang tinggi oleh masyarakat. Ini terbukti dengan banyaknya peserta yang maningkat setiap tahun dalam mengikuti lomba tersebut mulai dari kecamatan, kelurahan, dan RT. Lomba yang dilaksanakan setiap tahun ini dijadikan motivasi terhadap masyarakat agar dapat mengikuti dan diterapkan di tiap daerahnya sehingga apa yang didambakan oleh pemerintah dan masyarakat yaitu menuju Samarinda yang hijau bersih dan sehat. Ada dua pendekatan yang dilakukan dalam melakukan kegiatan publikasi yakni, pendekatan persuasif dan pendekatan kerjasama.

1. Pendekatan Persuasif dan Edukatif

Strategi ini dapat dikatakan sebagai langkah yang tepat dalam melaksanakan kegiatan sosialisasi. Untuk mengoptimalkan program Samarinda HBS di Kota Samarinda, bagian penyuluhan menggunakan 2 (dua) media yaitu media cetak dan media elektronik.

Untuk media cetak, bagian penyuluhan memanfaatkan koran lokal yakni, Samarinda Post, spanduk, baliho, dan poster. Secara garis besar media cetak ini efektif dari segi isi serta sasaran yang dituju. Sedangkan untuk media elektronik antara lain, radio Pro 2 RRI, Samarinda FM dan Borneo FM. Sedangkan televisi yakni, TVRI Kaltim dan Tepian Channel. Untuk internet

Dinas Kebersihan dan Pertamanan mempunyai website yaitu www.dkpsamarinda.com.

Sejauh ini, pendekatan yang telah menciptakan arus informasi cukup baik. Baik itu dari pemerintah kepada masyarakat, meskipun dalam pesan maupun penyampaiannya masih saja ada kendala yang didapat dilapangan.

2. Pendekatan Kerjasama

Bidang penyuluhan dan pengawasan Dinas Kebersihan dan Pertamanan Kota Samarinda menjalin kerjasama dengan mitra media cetak maupun media elektronik serta peran CSR (*corporate social responsibility*) dalam pelaksanaan program Samarinda HBS. Dalam menunjang hubungan kerjasama tersebut, adapun beberapa kegiatan, yaitu pembuatan iklan bantuan yang diberikan oleh perusahaan melalui program CSR (*corporate social responsibility*).

Selama ini hubungan antara Dinas Kebersihan dan Pertamanan dengan pihak media (*pers*) dan dunia usaha terjalin dengan baik dan harmonis. Dalam kinerjanya, bidang penyuluhan dan pengawasan menganggap keberadaan media dan dunia usaha sangatlah penting. Karena pada dasarnya hubungan yang terjalin di antara keduanya didasarkan atas prinsip saling membutuhkan dan saling menguntungkan kedua belah pihak.

Saran

1. Dalam pembuatan taman perkotaan yang dilakukan oleh perusahaan melalui program CSR (*corporate social responsibility*) jangan hanya di pusatkan di jalan-jalan protokol namun juga dibuatkan di perbatasan atau di pinggiran perkotaan.
2. Seharusnya pemerintah menyediakan layanan atau wadah untuk menampung dan menanggapi masukan dari masyarakat tidak hanya melalui kolom koran yang telah disediakan namun menggunakan media lainnya seperti layanan SMS atau pesan.
3. Ada baiknya jika Dinas Kebersihan dan Pertamanan memperbanyak tempat sampah agar masyarakat tidak membuang sampah di sembarang tempat.
4. Agar pelaksanaan program Samarinda HBS berjalan maksimal, ada baiknya Dinas Kebersihan dan Pertamanan melakukan sosialisasi dan penyuluhan secara terus-menerus di tiap kelurahan maupun RT.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Anwar, 1983 *Strategi Komunikasi, Sebuah Pengantar Ringkas*, Bandung, Amico.
- Mulyana, Deddy. "Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar". *Pantau* 06. Oktober-November 1999, hlm. 132-133.
- Effendy, Onong Uchjana, 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung.
- 2005. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Kusumastuti, Frida, 2002. *Dasar- Dasar Humas*. Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Milles, Matthew B, & Huberman A, Michael, 2007. *Analisa Data Kualitatif*, Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru, UI, Jakarta.
- Moleong, J. Lexy, 2009. *Metode Penelitian Kualitatif* (edisi revisi), Remaja Rosda Karya, Bandung.
- Miles and Huberman.1992. *Analisis Data Kualitatif*. Edisi pertama. Alih Bahasa: Tjetjep Rohendi Rohidi. Jakarta: Universitas Indonesia (UI Press).
- Sugiyono, 2010. *Memahami Penelitian Kualitatif*, Alfabeta, Bandung.
- Suhandang, Kustadi. 1973. *Public Relations Perusahaan*. Bandung: Karya Nusantara
- Racmadi, F. 1993. *Public Relations dalam Teori dan Praktek*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- Rangkuti, Freddy, 2008. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Ruslan, Rosady, 2003. *Manajemen Public Relation & Media Komunikasi*, Konsep dan Aplikasi (edisi revisi), Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Ruslan, Rosady, 2006. *Metode Penelitian Public Relations & Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Wijaja, H. A.W. 1997, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*, Jakarta : Penerbit Bumi Aksara.

Sumber Lain :

(<http://www.google.com/www.docstoc.com/LAKIP PEMKOT SAMARINDA Final 2011> di akses tanggal 10 Maret 2013).

(http://www.google.com/Indonesia_filesberita_poskota_kaltim_online di akses tanggal 13 September 2012).

(<http://ditjenpp.kemenkumham.go.id/files/ld/2011/KotaSamarinda-2-2011.pdf> di akses tanggal 11 Maret 2013).

(<http://www.google.com/TRIBUNNEWS.COM> di akses tanggal 11 Maret 2013).

(<http://www.google.com> id.wikipedia.org/wiki/pengertian_strategi. Diakses tanggal 10 Oktober 2012).

Laporan Tahunan Tahun 2012 : Dinas Kebersihan dan Pertamanan Kota Samarinda Tahun 2012.

PERANAN HUMAS PEMERINTAH KOTA SAMARINDA DALAM MENINGKAMPAKANYEKAN PROGRAM *KALTIM GREEN*

Widi Hartati ¹

Abstrak

Suatu program kampanye tidak lepas dari peran serta fungsi manajemen yang mampu membuat perencanaan agar tujuan yang dicapai dapat maksimal. Humas Pemkot Samarinda dalam mengkampanyekan program Kaltim Green menggunakan dua pendekatan, yaitu pendekatan edukatif dan persuasif serta pendekatan kerjasama. Pendekatan edukatif persuasif dilakukan dengan menggunakan media cetak dan media elektronik. Serta humas melakukan pendekatan kerjasama kepada Dinas Pertanian, Kehutanan dan Perkebunan dan Badan Lingkungan Hidup kota Samarinda untuk menunjang kesuksekan program Kaltim Green melalui pengawasan pelaksanaan kegiatan penanaman pohon serta penyediaan bibit pohon untuk dibagikan kepada masyarakat.

Faktor pendukung humas dalam mengkampanyekan program Kaltim Green adalah komunikasi internal humas yang solid, kerjasama yang terjalin dengan dinas-dinas terkait serta kesadaran masyarakat terhadap kepedulian lingkungan. Sedangkan hambatan yang dihadapi adalah komunikasi yang terjalin antara humas dan masyarakat serta prasangka yang timbul dari masyarakat

Kata Kunci : Peranan humas, Kampanye Kaltim Green

Pendahuluan

Perkembangan pembangunan yang pesat pada era sekarang merupakan salah satu bukti nyata bahwa kehidupan masyarakat menjadi lebih maju. Akan tetapi laju perkembangan pembangunan tidak disertai dengan membaiknya perhatian masyarakat terhadap lingkungan. Hal ini dibuktikan dari kesadaran masyarakat dalam memperhatikan lingkungan sekitarnya. Banyak hal yang

¹ Mahasiswa Program studi S1 Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Mulawarman. Samarinda. Email :widi.hartati000@gmail.com

membuktikan tingkat kesadaran masyarakat yang berkurang terhadap lingkungannya salah satunya adalah pemanasan global (*Global Warming*).

Oleh karena itu pemerintah pusat melakukan berbagai cara untuk mengurangi dampak kerusakan lingkungan. Salah satunya kebijakan pemerintah yang tertuang dalam peraturan pemerintah Republik Indonesia Nomor 4 Tahun 2001 tentang pengendalian kerusakan dan atau pencemaran lingkungan hidup yang berkaitan dengan kebakaran hutan atau lahan. Selain pemerintah pusat, pemerintah provinsi Kalimantan Timur terpanggil dan turut serta bertanggung jawab berperan serta dalam mitigasi perubahan iklim dan pelestarian lingkungan, salah satu usahanya adalah Kalimantan Timur terlibat secara aktif dalam berbagai pertemuan. Dalam rangka mendukung tekad pemerintah untuk mengurangi emisi karbon, pemerintah provinsi Kalimantan Timur bersama semua elemen masyarakat telah mendeklarasikan program “*Kaltim Green*” pada Kaltim Summit 2010 yang diharapkan memberi kerangka bagi pembangunan berkelanjutan di Kalimantan Timur sekaligus sebagai upaya untuk mengurangi laju pemanasan global.

Oleh karena itu diperlukan suatu tindakan yang mampu menyadarkan kembali masyarakat tentang pentingnya isu lingkungan. Untuk mengkomunikasikan ke masyarakat diperlukan suatu fungsi manajemen yang mampu membuat perencanaan agar tujuan yang dicapai dapat maksimal, yang mana tujuan tersebut untuk menyadarkan masyarakat terhadap pentingnya peduli terhadap lingkungan dan menjaganya. Untuk itu humas merupakan divisi yang tepat untuk mencapai hasil yang maksimal. Humas memerlukan segi perencanaan yang matang (*planned*), sama dengan bidang periklanan yang melakukan komunikasi, yaitu gabungan antara melakukan komunikasi dan sekaligus membujuk.

Untuk menyampaikan pesan dari program *Kaltim Green* dan demi tercapainya sasaran serta tujuan yang hendak dicapainya, humas dapat melakukan kampanye humas. Kampanye *Kaltim Green* merupakan suatu bentuk kegiatan Pemkot Samarinda dengan masyarakat luas dimana dalam komunikasi kampanye mengandung pesan himbauan atau ajakan yang tujuannya menumbuhkan kesadaran masyarakat terhadap kepedulian akan lingkungan.

Perumusan Masalah

Adapun yang menjadi perumusan masalah daripada penulisan proposal ini adalah :

1. Bagaimana peranan humas dalam mengkampanyekan program pemerintah *Kaltim Green* melalui program-program yang dibentuk?
2. Apa saja faktor-faktor pendukung dan penghambat komunikasi dalam mengkampanyekan program *Kaltim Green*?

Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan yang ingin diberikan dari pembuatan proposal ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisa peranan humas pemerintah kota Samarinda dalam mengkampanyekan program *Kaltim Green* melalui program-program yang dibentuk?
2. Untuk mengetahui faktor-faktor pendukung dan penghambat komunikasi dalam mengkampanyekan program *Kaltim Green*.

Manfaat Penelitian

Suatu penelitian tentu akan memiliki manfaat bagi peneliti maupun pihak lain yang akan menggunakannya. Oleh karena itu, maka penelitian ini memiliki manfaat sebagai berikut :

1. Teoritis:

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbang pikiran dan memperkaya pembendaharaan kepustakaaan bagi pengembangan ilmu pengetahuan pada umumnya dan bagi jurusan ilmu komunikasi pada khususnya yang berkaitan dengan Peranan humas pemerintah kota Samarinda dalam mengkampanyekan program pemerintah *Kaltim Green* serta sebagai masukan pada penelitian-penelitian mendatang.

2. Praktis:

Hasil penelitian ini diharapkan juga berguna bagi kedua belah pihak baik jajaran humas pemerintah kota Samarinda maupun mahasiswa khususnya mahasiswa Ilmu Komunikasi. Dimana hasil penelitian ini dapat berguna sebagai bahan informasi dan evaluasi serta dapat menambah wawasan dan pengetahuan yang berkaitan dengan kampanye *Public Relation*.

Kerangka Dasar Teori

Teori dan Konsep

Teori-Teori yang peneliti gunakan adalah :

1. S-O-R Theory

Teori yang mendasari penelitian ini adalah *S-O-R Theory (Stimulus – Organisme- Response)*. Menurut stimulus response ini, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus. Unsur yang terdapat dalam teori adalah Pesan (*Stimulus*), Komunikan (*Organism*) dan Efek (*Response*). Yang mana tujuan dari teori ini adalah bagaimana mengubah sikap komunikan dengan stimulus.

2. Teori Laswell

Berangkat dari pemahaman definisi komunikasi Laswell dalam Sumadi Dilla (2007:29) “*Who says what in wich channel to whom with what effect*”,

dapat disimpulkan bahwa unsur-unsur komunikasi terdiri dari : komunikator (*source*); pesan (*message*); saluran (*channel*); komunikan atau khalayak (*audience. Receiver*); dan efek (*effect*). Berdasarkan perspektif teori Laswell, secara umum dapat dikemukakan faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan komunikasi yang dilakukan bagi terjadinya perubahan, yakni:

1. Kepercayaan dan Daya tarik Komunikator
2. Pesan (*Message*)
3. Saluran (*Channel*)
4. Khalayak (*Audience*)
5. Efek (*effect*)

Humas Pemerintah

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 penyebarluasan informasi mengenai kebijakan pemerintah dan program pembangunan, mengelola opini publik sekaligus mengelola reputasi pemerintah dengan menitikberatkan pada pelayanan masyarakat.

Tugas dan Fungsi Humas Pemerintah

Menurut Jhon D. Millet dalam Ruslan (2003:324) tugas humas pemerintah dapat dirinci sebagai berikut:

- 1) Mengamati dan mempelajari tentang hasrat, keinginan-keinginan dan aspirasi-aspirasi yang terdapat dalam masyarakat (*Learning about desires and aspiration*).
- 2) Kegiatan yang memberikan nasihat atau saran untuk menanggapi apa yang sebaiknya dilakukan pemerintah seperti yang dikehendaki oleh masyarakat (*advising the public about what is should desire*).
- 3) Kemampuan untuk mengusahakan terjadinya hubungan baik antara masyarakat dan pemerintah (*ensuring satisfactory contact between public and government official*).
- 4) Memberikan penerangan dan informasi tentang apa yang telah diupayakan oleh suatu lembaga atau instansi pemerintah (*informing and abaout what an agency is doing*).

Peranan Humas Pemerintah

Menurut 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.

2. Tugas strategis (jangka panjang) humas, yakni berperan serta secara aktif dalam proses pengambilan keputusan (*decision making process*), memberikan sumbangan saran, gagasan dan ide-ide cemerlang serta kreatif dalam mensukseskan program kerja lembaga instansi hingga pelaksanaan pembangunan nasional.

Humas dalam menjalankan peranannya melakukan berbagai strategi melalui beberapa aspek pendekatan diantaranya adalah sebagai berikut:

- a. Pendekatan *persuasif* dan *edukatif*

Fungsi humas adalah menciptakan komunikasi dua arah (timbang balik) dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada pihak publiknya yang bersifat mendidik dan memberikan penerangan maupun dengan melakukan pendekatan persuasif, agar tercipta saling pengertian, menghargai, pemahaman, toleransi dan lain sebagainya.

- b. Pendekatan *kerjasama*

Untuk memperluas peranan humas dimasyarakat maka humas dalam arti sempit hanya mewakili lembaga/institusinya. Tetapi peranannya lebih luas adalah berpartisipasi dalam menunjang program pembangunan nasional, mewujudkan ketahanan nasional dibidang politik, ekonomi, sosial budaya dan hankamnas.

Media Humas

- 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.

- b. Media elektronik

Terdiri dari televisi, radio dan film, sifat media massa ini mempunyai efek serempak dan cepat dan mampu mencapai pembaca dalam jumlah besar dan tersebar luas diberbagai tempat secara bersamaan.

- 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.

Kampanye Public Relation

Pengertian Kampanye

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 (*corporate activities*) agar tercipta suatu kepercayaan dan citra yang baik dari masyarakat melalui penyampaian pesan

secara intensif dengan proses komunikasi dengan jangka waktu tertentu yang berkelanjutan.

Dalam arti umum atau luas, kampanye PR tersebut memberikan penerangan terus-menerus serta pengertian dan memotivasi masyarakat terhadap suatu kegiatan atau program tertentu melalui proses dan teknik komunikasi yang berkesinambungan dan terencana untuk mencapai publisitas dan citra yang positif (Ruslan 2002:66). dan hubungan harmonis, akan banyak membantu memperlancar jalannya organisasi.

Tujuan Kampanye Humas

Berikut adalah beberapa tujuan yang dicapai dalam menggalakan kampanye:

- a. Bagaimana mengubah sikap (*how to change the attitude*)
- b. Mengubah opini (*to change opinion*)
- c. Mengubah perilaku (*to change behaviour*)

Perencanaan Program Kampanye Humas

Proses pengembangan tahap-tahap perencanaan suatu pelaksanaan program kampanye humas secara keseluruhan, yaitu termasuk tujuan, publik sasaran dan pesan-pesan yang efektif baik bertujuan jangka panjang maupun berbentuk mikro dalam pelaksanaan jangka pendek dengan tujuan khusus dapat dilakukan dapat dilakukan bersama-sama menurut Greogory dalam Ruslan (2006:99) terdapat 10 proses tahapan-tahapan kampanye humas, yaitu:

1. Analisis (*Analysis*)
2. Tujuan (*Objectives*)
3. Khalayak Sasaran (*Public audience*)
4. Pesan (*Message*)
5. Strategi (*Strategy*)
6. Taktik Pelaksanaan (*Tactics*)
7. Skala Waktu (*Timescales*)
8. Sumber Daya (*Resource*)
9. Penilaian (*Evaluations*)
10. Peninjauan (*Review*)

Hambatan-Hambatan Komunikasi

1. Gangguan

Ada dua jenis gangguan terhadap jalannya komunikasi yang menurut sifatnya dapat di klasifikasikan sebagai gangguan mekanik dan gangguan semantik.

- a. Gangguan mekanik (*mechanical, channel noise*)

Yang di maksudkan gangguan mekanik ialah gangguan yang disebabkan saluran komunikasi atau kegaduhan yang bersifat fisik.

- b. Gangguan semantik

Gangguan jenis ini bersangkutan dengan pesan komunikasi yang pengertiannya menjadi rusak.

2. Kepentingan

Interest atau kepentingan akan membuat seseorang selektif dalam menanggapi atau menghayati suatu pesan.

3. Motivasi Terpendam

Motivasi atau motivasi akan mendorong seseorang berbuat sesuatu yang sesuai benar dengan keinginan, kebutuhan dan kekurangannya.

4. Prasangka

Prasangka merupakan salah satu rintangan atau hambatan berat bagi suatu kegiatan komunikasi oleh karena orang yang mempunyai prasangka belum apa-apa sudah bersikap curiga dan menentang komunikator yang hendak melancarkan komunikasi.

Program Pemerintah Kaltim Green

Kaltim Green merupakan program pemerintah Kalimantan Timur yang mulai diresmikan oleh gubernur Kalimantan Timur H. Awang Faroek Ishak pada Kaltim Summit tanggal 07 Januari 2010 yang diharapkan mampu memberi kerangka bagi pembangunan kelanjutan di Kalimantan Timur dimasa depan sekaligus sebagai upaya untuk mengurangi laju pemanasan global.

Latar belakang dibentuknya program *Kaltim Green* karena isu lingkungan yang sekarang menjadi bahan perbincangan beberapa tahun belakangan ini. Salah satu isu lingkungan adalah perubahan iklim yang menyebabkan pemanasan global. Besarnya ancaman dan resiko yang dapat ditimbulkan oleh perubahan iklim mendorong negara-negara untuk terus memikirkan upaya-upaya strategis baik untuk menekan laju perubahan iklim maupun memikirkan tindakan-tindakan adaptasi yang diperlukan.

Untuk mensukseskan program *Kaltim Green*, gubernur juga meminta semua pihak bertanggungjawab melaksanakan *Kaltim Green* karena sudah menjadi komitmen bersama. Komitmen itu harus diwujudkan dengan salah satu cara menanam pohon setiap orang lima pohon, atau “*one man five tree*”. Selain gerakan *One Man Five Trees* ada kebijakan-kebijakan lain dari program *Kaltim Green* yang mendukung terwujudnya tujuan program tersebut, melalui ; Perluasan bebas area rokok, Menggalakkkkan kembali sepeda hijau, Penghijauan, kebijakan penggunaan sepeda motor, pengolahan sampah terpadu melalui 4R (*Reduce, Recycle, Reuse dan Repair*).

Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Sehubungan dengan penelitian yang dibuat, penelitian yang dilakukan adalah jenis Penelitian Deskriptif Kualitatif Ciri dari metode kualitatif adalah data yang disajikan dalam bentuk deskripsi yang berupa teks naratif, kata-kata,

ungkapan, pendapat, gagasan yang dikumpulkan oleh peneliti dari beberapa sumber sesuai dengan teknik atau cara pengumpulan data. Kemudian, data dikelompokkan berdasarkan kebutuhan dengan pendekatan interpretatif terhadap subjek selanjutnya dianalisis. Tujuan pengelompokan data untuk membuat sistematika serta menyederhanakan data yang beragam menjadi satu kesatuan sesuai dengan harapan dalam tahapan analisis.

Fokus Penelitian

1. Peranan humas Pemkot Samarinda dalam mengkampanyekan *Kaltim Green*:
 - a. Tugas secara taktis (jangka pendek), usaha mensosialisasikan program kampanye melalui:
 - i. Pendekatan persuasif dan edukatif
 - ii. Pendekatan kerjasama
2. Faktor-faktor pendukung dan penghambat komunikasi pada humas pemkot Samarinda dalam mengkampanyekan program *Kaltim Green*.

Sumber dan Jenis Data

- a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden atau objek yang akan diteliti atau ada hubungannya dengan objek yang akan diteliti. Data primer penulis peroleh dari nara sumber atau informan dengan cara melakukan tanya jawab atau wawancara secara langsung dipandu melalui pedoman wawancara sesuai dengan fokus penelitian yang penulis teliti.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan dua teknik, yaitu teknik *Purposive Sampling* dan teknik *Insidental Sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sample dengan pertimbangan tertentu. Teknik *sampling purposive* digunakan penulis untuk mendapatkan data melalui *key informan* maupun *informan*.

Teknik *sampling insidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang kebetulan ditemui itu cocok sebagai nara sumber. Teknik *sampling insidental* digunakan penulis untuk mendapatkan data melalui masyarakat Samarinda.

Proposive sampling digunakan dengan jumlah narasumber yang terdiri dari Key Informan dan informan. *Key Informan* terdiri dari :

1. Kepala Bagian Humas dan Protokol, Bapak H.M. Subhan
2. Sub bagian publikasi dan dokumentasi Pemkot Samarinda sebanyak 3 orang
3. Kepala Dinas Pemerintahan, Dinas Pertanian, Kehutanan dan Perkebunan sebanyak 1 orang
4. Kepala Sekolah, SMA Kesatuan ibu Sri Wahyuni, SMP N 4 Samarinda, ibu Ike Padmawati

5. Ketua Lembaga Swadaya Masyarakat, Fathur Roziqin F.

Sampling insidental digunakan untuk mendapatkan keterangan kepada narasumber atau informan sebanyak 16 orang masyarakat Samarinda.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang telah lebih dahulu dikumpulkan dan dilaporkan oleh orang atau organisasi/perusahaan dari penelitian sendiri, walaupun yang dikumpulkan itu sesungguhnya adalah data asli. Data sekunder, penulis memperoleh melalui wawancara sumber informan, melalui dokumen-dokumen, arsip dan laporan evaluasi.

Teknik Pengumpulan Data

1. *Library Research*,

2. *Field Work Research*, yaitu penelitian langsung ke lapangan dengan cara :

- a. Observasi
- b. Wawancara
- c. Dokumentasi

Teknik Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan melakukan pendekatan dengan metode analisis data kualitatif model interaktif dari miles dan huberman yang mencakup pengumpulan data, penyederhanaan data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil Penelitian

Pembahasan

Kampanye yang dilaksanakan oleh humas pemerintah kota Samarinda untuk mengkampanyekan program *Kaltim Green* sudah cukup optimal dilaksanakan. Humas dalam menjalankan peranannya melakukan berbagai strategi melalui beberapa aspek pendekatan diantaranya adalah sebagai berikut:

Pendekatan persuasif dan edukatif

Media Cetak

a. *Koran*

Selama ini surat kabar harian merupakan media cetak yang banyak dibaca oleh masyarakat kota ataupun masyarakat yang ada di wilayah desa di Samarinda. Humas pemkot Samarinda menyadari pentingnya kebutuhan informasi yang diinginkan oleh masyarakat kota Samarinda sehingga memanfaatkan koran sebagai salah satu media untuk mengkampanyekan program *Kaltim Green* dan berita yang dicantumkan dikoran mengenai agenda *Kaltim Green*. Humas juga menyisipkan himbauan kepada masyarakat untuk

mendukung program *Kaltim Green* dengan cara menjaga kelestarian lingkungan.

Menurut narasumber program kampanye yang dilakukan oleh bagian humas Pemkot Samarinda melalui media cetak harian merupakan langkah yang cukup efektif dan optimal dalam mensosialisasikan program *Kaltim Green*. Karena langkah ini dikatakan sebagai langkah yang tepat untuk mencapai tujuan yang diharapkan yaitu pemberitaan yang cepat dan tepat sasaran. Selain itu kelebihan media cetak 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.

b. Baliho dan Spanduk

Spanduk dan Baliho dimanfaatkan sebagai salah satu media untuk mengkampanyekan program *Kaltim Green*. Seperti yang telah kita ketahui spanduk dan baliho bukanlah media sesuatu yang asing bagi masyarakat disemua kalangan. Hal yang harus diperhatikan dalam pemasangan spanduk sebagai media kampanye adalah makna tulisan harus jelas dan dipahami oleh publik. Kedua, pemasangan spanduk dan baliho harus dipasang ditempat-tempat strategis.

Spanduk dan baliho yang dipasang, isinya menginformasikan kebijakan-kebijakan dari program kampanye *Kaltim Green* seperti program *One Man Five Trees*, himbauan-himbauan untuk menjaga kelestarian lingkungan. Pemasangan spanduk dan baliho dipasang pada jalan-jalan utama yang banyak dilalui masyarakat di Samarinda. Upaya yang dilakukan humas dalam menggunakan spanduk dan baliho sebagai media untuk menunjang kampanye *Kaltim Green* sudah cukup optimal dan hasil yang diperoleh efektif mencapai tujuan.

Media elektronik

a. Radio

Humas Pemkot Samarinda bekerjasama dengan radio RRI Samarinda untuk menyampaikan informasi mengenai *Kaltim Green*. Dalam menyampaikan informasi ke masyarakat humas mengadakan *talk show* diradio mengenai program *Kaltim Green*, hal ini dilakukan karena *talk show* dianggap mampu memberikan penjelasan yang sedalam-dalamnya mengenai program pemerintah ini. Selain itu didalam *talk show* humas juga menyisipkan telpon interaktif untuk masyarakat sehingga masyarakat bisa ikut berpartisipasi langsung dalam *talk show* tersebut. Selain itu, melalui radio humas memberikan himbauan kepada masyarakat tentang kepedulian terhadap lingkungan.

Bagian humas menilai bahwa radio tidak hanya berbeda dengan media lainnya, tetapi juga memiliki keunggulan dan ciri khas tertentu. Selain itu, narasumber juga mengemukakan bahwa radio merupakan media yang paling efektif untuk menjangkau sasaran, karena jangkauan frekuensinya yang menyebar luas hingga ke wilayah pedalaman di Samarinda. Selanjutnya

Kelebihan dari media ini adalah pesan mudah diterima dan diingat serta kecepatan penyampaian berita dan daya pengaruhnya cukup tinggi.

Internet

Humas Pemkot Samarinda memiliki website www.samarindakota.go.id yang berisikan pemberitaan maupun program-program yang dilakukan oleh humas Pemkot Samarinda. Sasaran dari pemberitaan yang ada dalam situs ini adalah seluruh lapisan masyarakat yang ada di Samarinda. Dimana tujuan dari situs ini adalah memberikan informasi yang cepat dan mudah diakses oleh masyarakat Samarinda mengenai program *Kaltim Green*. Namun yang kurang adalah kurang *up date* nya berita atau informasi yang disediakan situs ini.

Penggunaan media ini juga cukup efektif dalam menjangkau masyarakat khususnya generasi muda tetapi kurang efektif jika diterapkan untuk masyarakat yang tidak begitu paham tentang internet. Situs ini diharapkan menjadi media yang mudah dan terjangkau bagi setiap masyarakat yang ingin mengetahui informasi dan memberikan kelebihan yaitu dimana situs ini bisa diakses dimana saja dan kapan saja. Website dipilih sebagai media untuk menyebarkan informasi karena dilihat dari keunggulannya yaitu, pengguna memerlukan media online yang mempermudah mencari informasi. Misalnya dengan membuka halaman muka website pengguna bisa langsung terhubung pada link yang diharapkan. Selanjutnya website memiliki *feature* yang mudah didownload untuk mempermudah pengguna dalam mengakses informasi yang dibutuhkan.

Pendekatan Kerjasama

Salah satu langkah untuk mensukseskan program pemerintah *Kaltim Green* adalah pendekatan kerjasama dengan instansi-instansi dan perusahaan-perusahaan. Pendekatan kerjasama yakni pendekatan yang dilakukan dengan cara koordinasi dengan pihak-pihak terkait untuk mencapai tujuan dari program yang dijalankan.

Koordinasi yang dilakukan oleh humas Pemkot Samarinda adalah berkoordinasi dengan Badan Lingkungan Hidup kota Samarinda dan Dinas Pertanian, Kehutanan dan Perkebunan. Masing-masing memiliki fungsi sendiri untuk menjalankan program *Kaltim Green* khususnya penanaman pohon. Badan Lingkungan Hidup memiliki tugas mengawasi pelaksanaan penanaman pohon di Samarinda. Sedangkan Dinas Pertanian, Kehutanan dan Perkebunan memiliki tugas sebagai penyedia bibit pohon. Bibit pohon ini diberikan secara cuma-cuma kepada masyarakat yang ingin berpartisipasi dalam program pemerintah. Menurut narasumber untuk mendapatkan bibit pohon masyarakat hanya perlu memasukkan surat permohonan bantuan penyediaan bibit pohon kepada Dinas Pertanian, Kehutanan dan Perkebunan.

Sehingga tidak ada lagi alasan bagi masyarakat untuk tidak menanam pohon karena untuk mendapatkan bibit pohon sudah difasilitasi oleh pemerintah kota Samarinda. Usaha pemerintah untuk menyediakan bibit pohon secara cuma-cuma dinilai efektif karena hal ini masyarakat tidak lagi merasa kesulitan dalam mendapatkan bibit pohon. Sehingga target untuk mengurangi laju pemanasan global bisa dicapai, karena program *One Man Five Trees* bisa dilaksanakan secara efektif. Jadi, penulis menyimpulkan bahwa dengan adanya pendekatan kerjasama humas mampu menjalankan peranannya dalam menunjang program pemerintah. Dengan adanya koordinasi dengan pihak-pihak terkait maka tujuan dari kampanye *Kaltim Green* dapat tercapai.

Dari pendekatan-pendekatan yang dilakukan oleh humas pemerintah kota Samarinda mengkampanyekan program *Kaltim Green* dalam kurun waktu tiga tahun terjadi perubahan sikap dimasyarakat. Perubahan sikap yang terjadi dimasyarakat selama program kampanye *Kaltim Green* berupa perubahan sikap tentang pengetahuan terhadap wawasan lingkungan hidup dari yang tidak tahu menjadi tahu.

Salah satu tujuan dari program *Kaltim Green* adalah melembagakan kesadaran masyarakat tentang lingkungan sekitar. Perubahan terhadap perilaku masyarakat terhadap lingkungan sekitar, bentuk nyata dari perubahan perilaku masyarakat adalah dengan lebih memperhatikan jam pembuangan sampah ke tempat sampah, memilih antara sampah organik dan non organik, serta dengan program pengolahan sampah terpadu melalui 4R (*Reduce, Recycle, Reuse* dan *Repair*) masyarakat mendaur ulang sampah menjadi barang yang bernilai jual.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan sebelumnya, maka penulis dapat menarik kesimpulan bahwa peranan humas pemerintah kota Samarinda dalam mengkampanyekan program *Kaltim Green* sudah berjalan dengan cukup baik, meskipun dalam pelaksanaannya belum maksimal. Humas Pemkot Samarinda menggunakan dua pendekatan dalam melaksanakan program kampanye *Kaltim Green* yakni pendekatan pendekatan persuasif dan edukatif serta kerjasama.

Sejauh ini peranan humas dalam mengkampanyekan program *Kaltim Green* dilakukan sesuai dengan mekanisme dan ketentuan yang telah ditetapkan oleh Humas pemerintah kota Samarinda dimana kegiatan ini bertujuan untuk memberikan informasi sehingga meningkatkan kesadaran dan meningkatkan pengetahuan. Program yang dilaksanakan adalah dengan cara pendekatan edukatif dan persuasif serta pendekatan kerjasama. Pendekatan edukatif dan persuasif humas menggunakan yaitu media cetak dan media elektronik dan internet. Untuk media cetak humas menggunakan koran yang memiliki kontrak halaman dengan Kaltim Post dan humas menerbitkan beberapa bentuk media antara lain spanduk dan baliho.

Secara garis besar media cetak ini efektif dari segi isi serta sasaran yang dituju. Untuk media elektronik humas mengelola radio pemerintah (RRI) dan internet (www.samarindakota.go.id). Kemudian pendekatan kedua adalah pendekatan kerjasama yang mana humas bekerjasama dengan instansi-instansi untuk penyediaan bibit pohon dan pelaksanaan penanaman pohon seperti Dinas Perkebunan, Pertanian dan Kehutanan dan Badan Lingkungan Hidup kota Samarinda untuk memudahkan siapapun yang ingin berpartisipasi dalam program *Kaltim Green*. Selain itu dengan adanya program *Kaltim Green* diharapkan mampu menimbulkan perhatian dimasyarakat sehingga mampu merubah sikap masyarakat terhadap kepedulian lingkungan.

Dalam melaksanakan kampanye *Kaltim Green* humas tidak lepas dari beberapa faktor. Adapun faktor pendukung yaitu komunikasi internal humas yang solid, kerjasama yang terjalin dengan dinas-dinas terkait serta kesadaran masyarakat terhadap kepedulian lingkungan. Sedangkan hambatan yang dihadapi adalah komunikasi yang terjalin antara humas dan masyarakat sehingga masyarakat kurang mengetahui program *Kaltim Green*.

Saran

Dalam pelaksanaan program kampanye *Kaltim Green* yang dilakukan oleh humas pemerintah kota Samarinda dijalankan sesuai dengan kebijakan pemerintah. Namun agar pelaksanaan program yang dilakukan oleh humas menjadi program yang lebih bermutu lagi, maka hal yang dapat menjadi saran adalah sebagai berikut:

1. Penyebaran informasi melalui media cetak seperti baliho ataupun spanduk dipasang dipinggir kota agar dapat dibaca dan dimengerti oleh masyarakat. Serta pemasangan baliho dan spanduk dijalankan secara kontinyu tidak hanya ketika program ini sedang ramai dibicarakan saja.
2. Humas pemerintah kota sebaiknya lebih memberikan perhatian terhadap komunikasi dengan masyarakat secara *face to face* dengan cara meningkatkan komunikasi *face to face* kepada masyarakat.
3. Humas pemerintah kota Samarinda sebaiknya lebih mampu mengalokasikan waktu program pemerintah yang satu dengan yang lain sehingga semua program-program dapat berjalan dengan efektif.
4. Diharapkan kepada masyarakat sebaiknya lebih peduli dengan himbauan-himbauan yang dikeluarkan oleh pemerintah karena himbauan tersebut berkaitan dengan masyarakat itu sendiri dan untuk kepentingan masyarakat.
5. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan lebih memfokuskan kepada reaksi ataupun pembentukan opini yang terjadi dimasyarakat tentang program *Kaltim Green* sehingga pihak pemerintah kota dapat mengukur keberhasilan program *Kaltim Green* berjalan dimasyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggoro, M. Linggar. 2001. *Teori dan Profesi Kehumasan Serta Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Ardianto, Elvinaro. 2008. *Public Relations Pendekatan Praktis untuk menjadi Komunikator, Orator, Presenter, dan Juru Kampanye Handal*. Bandung : Widya Padjajaran.
- Abdurrachman, Oemi. 2001. *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung : Citra Aditya Bakti.
- Bonar, S. K. 1993. *Hubungan Masyarakat Modern*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Cangara, Hafied. 2008. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta. Raja Grafindo Persada.
- Effendy, Onong. 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Gregory, Anne. 2004. *Perencanaan & Manajemen Kampanye Public Relation*. Jakarta : Erlangga Pratama.
- Kusumastuti, Frida. 2002. *Dasar-Dasar Hubungan Masyarakat*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Rangkuti, Freddy. 2008. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ruslan, Rosady. 2003. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- . 2007. *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suprpto, Tommy. 2009. *Pengantar Teori dan Manajemen Komunikasi*. Yogyakarta : Media Pressindo.
- Wiryanto. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : Grasindo.

Sumber Internet

www.bappenas.go.id(diakses tanggal 06 November 2011)

Faroek, Awang. 2011. “Awang Faroek Paparkan Program Kaltim Green di GCF Task Force Meeting”, (Online), (<http://awangfaroekishak.info/artikel-13-kaltim-green.htm>, diakses 20 November 2011).