

Strategi komunikasi humas Pemerintah Kota Yogyakarta dalam penyebaran informasi gerakan zero sampah anorganik

Lolita Paramesti Nariswari
Universitas Negeri Yogyakarta, Indonesia
lolitaparamesti.2019@student.uny.ac.id

Suranto
Universitas Negeri Yogyakarta, Indonesia
suranto@uny.ac.id

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan strategi komunikasi dan komponen kehumasan Humas Pemerintah Kota Yogyakarta dalam penyebaran informasi Gerakan Zero Sampah Anorganik. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Informan dalam penelitian ini terdiri dari 2 pegawai humas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) strategi komunikasi dalam penyebaran informasi terbagi dari proses perencanaan, pelaksanaan kegiatan, dan proses evaluasi, (2) komponen komunikasi kehumasan mencakup pihak yang berperan dalam penyebaran informasi, pihak yang menjadi sasaran, serta media cetak, elektronik dan media sosial sebagai media penyebaran informasi Gerakan Zero Sampah Anorganik, media paling efektif yang digunakan Humas Pemerintah Kota Yogyakarta dalam penyebaran Gerakan Zero Sampah Anorganik, (3) dukungan dari masyarakat Kota Yogyakarta menjadi faktor pendukung keberhasilan penyebaran Gerakan Zero Sampah Anorganik, namun intensitas informasi yang ada di Kota Yogyakarta menjadi faktor penghambat, upaya yang dilakukan Humas Pemerintah Kota Yogyakarta tetap mengupayakan kegiatan sosialisasi dan sarasehan bank sampah secara berkelanjutan dan pembangunan Tempat Pengolahan Sampah *Reduce-Reuse-Recycle* (TPS3R).

Kata kunci : strategi komunikasi, humas, zero sampah anorganik

Abstract

The aim of this research is to describe the communication strategy and public relations components of the Yogyakarta City Government Public Relations in disseminating information about the Zero Inorganic Waste Movement. This research is a qualitative descriptive study. The informants in this research consisted of 2 public relations employees. The results of the research show that: 1) communication strategies in disseminating information are divided into planning processes, implementing activities and evaluation processes, (2) the public relations communication component includes parties who play a role in disseminating information, parties who are targeted, as well as print, electronic and media. social as a medium for disseminating information on the Zero Inorganic Waste Movement, the most effective media used by Yogyakarta City Government Public Relations in spreading the Zero Inorganic Waste Movement, (3) support from the people of Yogyakarta City is a supporting factor in the success of the spread of the Zero Inorganic Waste Movement, but the intensity of the information available in The city of Yogyakarta is an inhibiting factor, efforts made by Government Public Relations The City of Yogyakarta continues to strive for sustainable waste bank socialization and workshops and the construction of Reduce-Reuse-Recycle Waste Processing Sites (TPS3R).

Keywords : communication strategy, public relations, zero inorganic waste

PENDAHULUAN

Lingkungan yang bersih dan sehat adalah impian bagi setiap orang namun untuk terciptanya lingkungan tersebut bukan suatu hal yang mudah. Salah satunya mengenai permasalahan sampah yang hingga saat ini masih belum ditemukannya solusi terbaik dalam pengelolaan sampah secara optimal. Sampah akan terus diproduksi selama manusia melakukan aktivitas sehari-hari.

Sampah merupakan suatu bahan yang terbangun atau dengan sengaja dibuang dari sumber hasil aktivitas manusia maupun alam yang belum memiliki nilai ekonomis (Aldila, 2021:1). Sampah yaitu sisa dari aktivitas manusia sehari-hari, yang keberadaannya tidak dapat dicegah namun dapat dikurangi (Antin, dkk., 2017:117). Dari sampah akan menimbulkan dampak negatif karena dengan membuang sampah sembarangan dapat menjadi penyebab berbagai pencemaran lingkungan. Misalnya banjir dikarenakan saluran air yang tersumbat akibat sampah, lingkungan menjadi kumuh hingga menimbulkan sarang berbagai macam penyakit.

Berbagai upaya telah dan sedang dilaksanakan baik oleh pemerintah Indonesia maupun pemerintah daerah. Pemerintah Indonesia dalam penanggulangan sampah telah mengeluarkan UU RI No. 18 Tahun 2008 mengenai pengelolaan sampah. Pemerintah daerah turut mengeluarkan peraturan terkait upaya pengelolaan sampah. Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, dalam hal ini Pemerintah Kota Yogyakarta dalam upaya meningkatkan kualitas pengelolaan sampah telah melakukan berbagai upaya salah satunya mengeluarkan Peraturan Gubernur (PERGUB) No. 16 Tahun 2021 tentang Kebijakan dan Strategi DIY dalam Pengelolaan Sampah Rumah Tangga dan Sampah Sejenis Sampah Rumah Tangga dan adanya SE Walikota Yogyakarta Nomor 660/6123/SE/2022 tentang Gerakan Zero Sampah Anorganik. Adanya SE Walikota Yogyakarta Nomor 660/6123/SE/2022, menuntut humas pemerintah untuk lebih tanggap terhadap informasi yang diberikan. Pemerintah Kota Yogyakarta senantiasa bekerja sama dengan DLH Kota Yogyakarta sebagai unsur pemerintahan yang bergerak di bidang lingkungan hidup.

Gerakan Zero Sampah Anorganik dibuat guna mengurangi volume sampah yang dibuang ke Tempat Pembuangan Sampah Terpadu (TPST) Piyungan karena kondisinya

hampir tidak bisa menampung sampah. Pada akhir tahun 2022, sedikitnya 1.200 ton sampah di Kota Yogyakarta sempat mengalami penumpukan akibat penutupan sementara Tempat Pembuangan Sampah Terpadu (TPST) Piyungan. Sehingga saat ini kondisi Tempat Pembuangan Sampah Terpadu (TPST) Piyungan sudah melebihi kapasitas atau *overload* dan berpotensi menyebabkan pencemaran lingkungan. Kesehatan lingkungan merupakan hak asasi manusia dan salah satu unsur kesejahteraan yang harus diwujudkan sesuai dengan cita-cita bangsa Indonesia sebagaimana dimaksud dalam Pancasila dan UUD RI Tahun 1945 (Noraida, dkk 2016: 17).

Oleh karena itu, Pemerintah Kota Yogyakarta perlu melakukan komunikasi kepada masyarakat untuk mengatasi permasalahan sampah. Komunikasi merupakan upaya praktik yang ada seiring dengan diciptakannya manusia. Sehingga manusia tersebut melakukan komunikasi saat melakukan kegiatan sosialnya. Tidak jarang kesalahpahaman sering terjadi dalam komunikasi, sehingga dalam berkomunikasi kita harus jeli melihat berbagai kondisi serta menyesuaikan kondisi dengan apa yang akan disampaikan (Ikhsanul, 2022:4). Agar tercapainya komunikasi yang efektif maka diperlukan adanya suatu strategi komunikasi.

Pada pra penelitian yang telah dilakukan mengenai strategi komunikasi Pemerintah Kota Yogyakarta dalam menyebarkan informasi tentang gerakan zero sampah anorganik, sedikit demi sedikit sudah terdapat perubahan. Pada tahap awal pemberlakuan gerakan zero sampah anorganik, lebih diperkuat mengenai perubahan perilaku masyarakat untuk mengelola sampah (Adminwarta, 2023). Seperti memilah sampah anorganik dan organik. Sekretaris Daerah Pemerintah Kota Yogyakarta menyampaikan bahwa pemantauan perkembangan di depo dan TPS untuk melihat signifikansi dari proses perubahan perilaku masyarakat dengan adanya gerakan zero sampah anorganik. Selain itu, sejak gerakan zero sampah anorganik yang digulirkan Pemerintah Kota Yogyakarta, mulai adanya hasil awal.

Pemerintah Kota Yogyakarta selaku *stakeholder* memiliki kewajiban yaitu menerapkan sistem pengelolaan sampah yang efektif guna mengatasi permasalahan sampah. Guna mengatasi permasalahan sampah dan peningkatan kualitas hidup, Pemerintah Kota

Yogyakarta dalam hal ini humas pemerintah perlu meningkatkan komunikasi kepada masyarakat. Pengelolaan sampah perlu diimbangi dengan peran serta masyarakat untuk senantiasa membantu mengatasi persoalan sampah ini mengingat minimnya kesadaran masyarakat terhadap permasalahan sampah. Penanganan sampah penting dilakukan masyarakat dan pemerintah.

Pemerintah Kota Yogyakarta sebagai penyelenggara pelayanan publik sudah seharusnya semakin mengedepankan integritas tinggi dalam melaksanakan fungsi pelayanan masyarakat terlebih pada pemberian keterbukaan informasi. Pelaksanaan pelayanan informasi publik dalam aktivitasnya untuk menyentuh seluruh lapisan masyarakat, pemerintah mengandalkan peran humas pemerintah. Humas memiliki peran yang strategis dan sangat dibutuhkan oleh hampir setiap organisasi dan lembaga pemerintah maupun swasta. Fungsi humas sangatlah penting untuk meningkatkan kinerja pemerintah daerah dalam menyebarkan informasi-informasi kebijakan publik atau masyarakat (Amiruddin, 2016:102).

Humas pemerintah harus menghadapi tantangan komunikasi publik dan membuka ruang bagi publik untuk mendapatkan akses informasi publik yang lebih banyak di era konvergensi media saat ini. Humas pemerintah memosisikan sebagai gerbang informasi bagi masyarakat dan media. Mengingat semakin cepatnya akses dan arus informasi yang telah dihadapi oleh publik, humas pemerintah tentunya memerlukan sejumlah strategi harus dilakukan. Meningkatnya kecerdasan publik dalam menerima dan menyebarkan informasi, memerlukan kontrol dalam berbagai penyebaran informasi mengenai aktivitas pemerintahan. Humas dituntut untuk memiliki peran yang dapat menyeimbangkan berbagai informasi agar tidak merugikan kepentingan serta rencana pemerintah.

Melalui internet, humas dapat melihat respon dari publik atas informasi yang telah disebarkan. Seiring dengan perkembangan teknologi dan dengan banyaknya masyarakat yang menggunakan internet, komunikasi melalui media sosial menjadi salah satu alternatif yang dapat dilakukan oleh lembaga pemerintah. Humas Pemerintah Kota Yogyakarta memanfaatkan kehadiran media sosial guna menunjang efektifitas dan efisiensi dalam rangka penyebaran informasi Kota

Yogyakarta kepada masyarakat atau publik. Selain itu, humas pemerintah dituntut untuk memiliki kemampuan dalam mengelola akun media sosial agar seluruh informasi yang berhubungan dengan lembaga dapat tersampaikan dengan baik.

Humas Pemerintah Kota Yogyakarta sebagai praktisi humas pemerintah yang melakukan fungsi manajemen dalam bidang informasi dan komunikasi yang persuasif, efektif, dan efisien, guna terciptanya hubungan yang harmonis kepada masyarakat atau publiknya melalui berbagai sarana kehumasan. Fungsi paling dasar humas dalam pemerintahan adalah membantu menjabarkan dan mencapai tujuan program pemerintah, meningkatkan sikap responsif pemerintah, serta memberi publik informasi yang cukup untuk dapat melakukan pengaturan diri sendiri (Lattimore, 2010). Posisi masyarakat atau publik menjadi sasaran utama dalam penyebaran dan penyampaian informasi bagi lembaga pemerintahan karena masyarakat telah mengamanatkan kepada pemerintah sebagai pengatur dan penjamin kebijakan. Lembaga pemerintahan yang memiliki tugas utama untuk melayani kebutuhan dasar masyarakat tentunya harus sesegera mungkin mengadopsi pola informasi dan komunikasi yang awalnya bersifat linier berubah menuju pola interaktif dan berkelanjutan (Nugraha, dkk, 2020: 224).

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian ini termasuk pendekatan penelitian kualitatif, yaitu prosedur penelitian guna menentukan cara untuk mencari, mengumpulkan, mengolah, memahami fenomena, dan menganalisis data hasil penelitian tersebut. Penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena yang ada dan dialami oleh subyek penelitian. Metode kualitatif ini bertujuan untuk memperoleh gambaran seutuhnya dari suatu hal menurut pandangan manusia yang diteliti. Peneliti menggunakan metode deskriptif yaitu penelitian yang memberi gambaran secara detail mengenai individu atau kelompok mengenai keadaan yang terjadi. Penelitian kualitatif ini dimaksudkan untuk mendapatkan gambaran serta keterangan-keterangan secara jelas dan faktual tentang strategi komunikasi Humas Pemerintah Kota Yogyakarta dalam penyebaran

informasi terkait gerakan zero sampah anorganik.

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Dinas Komunikasi, Informatika, dan Persandian Kota Yogyakarta, Komplek Balaikota Yogyakarta. Penelitian ini dilaksanakan selama dua bulan, yaitu dari bulan Juli hingga Agustus 2023.

Sumber Data

Sumber data yang penulis gunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh peneliti secara langsung yang berasal dari sumbernya melalui wawancara. Sumber data primer adalah para pegawai Humas Pemerintah Kota Yogyakarta.

2. Data Sekunder

Data yang didapatkan di luar subyek penelitian baik yang ada di dokumen maupun literatur termasuk kategori data sekunder. Dalam penelitian ini sumber data sekunder adalah dokumentasi, foto, dan lainnya.

Metode dan Instrumen Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode wawancara dan dokumentasi. Pada penelitian kali ini menggunakan wawancara mendalam berupa wawancara terstruktur. Jenis wawancara ini peneliti telah menyiapkan instrument penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan yang telah disiapkan. Dokumen yang digunakan oleh peneliti pada penelitian ini berupa dokumentasi berbentuk foto, rekaman, serta data-data lainnya mengenai strategi komunikasi Pemerintah Kota Yogyakarta dalam penyebaran informasi terkait gerakan zero sampah anorganik. Sedangkan instrumen penelitian yaitu peneliti itu sendiri. Dikarenakan pada penelitian ini metode pengumpulan data menggunakan teknik wawancara, maka instrumen penelitian selanjutnya yaitu pedoman wawancara.

Keabsahan Data

Guna menguji keabsahan data dalam penelitian kualitatif ini agar data yang dihasilkan valid dan dapat dipertanggungjawabkan, peneliti menggunakan teknik triangulasi. Keabsahan merupakan menguji kebenaran dan kejujuran subjek dalam mengungkap realitas menurut apa yang dialami, dirasakan atau dibayangkan (Kriyantono, 2021: 69). Penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber guna menguji keabsahan data secara riil. Peneliti mengharapkan final analisis yang memperlihatkan Strategi

Komunikasi Humas Pemerintah Kota Yogyakarta dalam Penyebaran Informasi Gerakan Zero Sampah Anorganik

Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan analisis data model Miles and Huberman. Aktivitas analisis data pada model ini yaitu sebagai berikut:

1. Data *Collection* (Pengumpulan Data) yaitu mengumpulkan data merupakan kegiatan utama dalam setiap penelitian.
2. Data *Reduction* (Reduksi Data). Pada aktivitas ini peneliti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dan mencari tema serta polanya.
3. Data *Display* (Penyajian Data). Pada penelitian kualitatif, penyajian data dapat dilakukan dengan cara uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, dan lainnya.
4. *Concluding Drawing* (Verifikasi). Aktivitas terakhir menurut model Miles and Huberman yaitu verifikasi.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Strategi Komunikasi Humas Pemerintah Kota Yogyakarta dalam menyebarkan informasi mengenai Gerakan Zero Sampah Anorganik

Strategi komunikasi yang dilakukan oleh Humas Pemerintah Kota Yogyakarta meliputi perencanaan penyebaran informasi, proses pelaksanaan kegiatan, proses evaluasi, pemilihan pihak-pihak yang terlibat, dan pemilihan media yang digunakan dalam penyebaran informasi GZSA kepada masyarakat.

a. Perencanaan Penyebaran Informasi

Perencanaan komunikasi merupakan proses pengalokasi sumber daya komunikasi untuk mencapai tujuan organisasi sumber daya tersebut tidak saja mencakup media masyarakat dan komunikasi antarpribadi, tetapi juga setiap aktivitas yang dirancang untuk mengubah perilaku dan menciptakan keterampilan-keterampilan tertentu diantara individu dan kelompok dalam lingkup tugas-tugas yang dibebankan oleh organisasi (Cangara, 2017: 47).

Perencanaan komunikasi sangat diperlukan untuk menyusun strategi komunikasi agar program bisa berhasil. Untuk mencapai tujuan perencanaan,

maka sudah pasti dibutuhkan perencanaan pembelajaran yang baik. Pada tahap perencanaan pihak Humas Pemerintah Kota Yogyakarta terdiri dari sosialisasi awal dan penentuan target sasaran komunikasi. Sebelum diadakannya sosialisasi awal, terlebih dahulu mempersiapkan materi sesuai apa yang dibutuhkan masyarakat dan membuat informasi yang berisi pesan yang akan disampaikan kepada masyarakat. Materi sosialisasi berisikan mengenai pemahaman mengenai Yogyakarta darurat sampah, penjelasan mengenai SE tentang Gerakan Zero Sampah Anorganik, definisi sampah dan penghasil sampah, pembagian peranan dalam pengelolaan sampah, bagaimana mengelola sampah, hingga mitra atau komunitas yang menjalin kerja sama dalam bidang pengelolaan lingkungan. Hal ini bertujuan agar informasi yang akan disampaikan nantinya bisa lebih maksimal. Selain itu Humas Pemerintah Yogyakarta menentukan target masyarakat dalam menyebarkan informasi yang akan disampaikan guna mendukung terlaksananya strategi komunikasi yang telah ditentukan. Tentunya sebelum masyarakat Kota Yogyakarta yang menjadi sasaran dari penyebaran informasi ini, telah dilaksanakan sosialisasi kepada aparat kemantren dan kelurahan. Kemudian sosialisasi diberikan kepada asosiasi bank sampah, atau bisa disebut dengan transporter, hingga pada akhirnya masyarakat Kota Yogyakarta.

b. Proses Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan yang dilakukan sosialisasi kepada masyarakat Kota Yogyakarta, sarasehan bank sampah, penerbitan publikasi mengenai Gerakan Zero Sampah Anorganik, hingga Kethoprak Nara Praja. Penerbitan publikasi oleh Humas Pemerintah Kota Yogyakarta melalui media cetak dan media sosial. Sosialisasi kepada masyarakat Kota Yogyakarta dilakukan pada masing-masing kelurahan sesuai dengan jadwal sosialisasi yang telah ditentukan. Pada setiap kelurahan terdapat narasumber dan pendamping yang berasal dari DLH Kota Yogyakarta.

Sarasehan bank sampah sarasehan dilakukan sebagai media pendampingan serta penyampaian informasi terkait beberapa hal, kali ini pembahasan yang dilakukan terkait perkembangan jalannya Gerakan Zero Sampah Anorganik dan tindak lanjut gerakan tersebut yaitu Gerakan Zero Sampah Anorganik. Kegiatan ini juga dilakukan sebagai bentuk evaluasi terhadap jalannya Gerakan Zero Sampah Anorganik pada setiap wilayah, serta bagaimana progress bank sampah pada setiap wilayah sebelum dan sesudah dilakukannya Gerakan Zero Sampah Anorganik, terkait pertumbuhan bank sampah baru, penambahan jumlah nasabah, peningkatan kegiatan bank sampah serta inovasi pengolahan sampah yang dilakukan oleh bank sampah.

Kegiatan yang sudah dilakukan dalam penyebaran informasi Gerakan Zero Sampah Anorganik melalui pendekatan sosial budaya berupa kethoprak. Melalui penyelenggaraan kethoprak ini, diharapkan masyarakat dapat tergugah dan tergerak melakukan pengolahan sampah mandiri di rumah tangga, di lingkungan tempat tinggal, sekolah, tempat ibadah tempat kerja, tempat usaha dan sebagainya. Mulai dengan melakukan pemilihan sampah bekerjasama dengan bank sampah untuk mendaur ulang kembali dan memakai kembali materi organik yang masih bisa dipakai atau bernilai ekonomi. Kethoprak Nara Praja bercerita mengenai bencana *pagebluk* di Kerajaan Amarta di masa pemerintahan Prabu Puntadewa yang mengakibatkan banyaknya warga meninggal. Adanya wabah penyakit dan bakteri yang merebak terjadinya ledakan sampah. Kisah ini relevan dengan yang saat ini dihadapi oleh masyarakat di Kota Yogyakarta, dimana potensi sampah tidak terkelola dengan baik apabila tidak dilaksanakan dengan manajemen pengelolaan sampah yang baik akan menyebabkan ledakan sampah yang berasal dari timbunan akibat masyarakat tidak melakukan pengelolaan sampah dengan baik.

Penerbitan publikasi melalui media cetak dan media online. Media cetak yang dimaksud adalah media luar

ruang berupa spanduk, baliho, dan stiker yang ditempelkan pada tempat sampah. Tidak hanya itu, untuk mensukseskan penyebaran informasi Gerakan Zero Sampah Anorganik, Humas Pemerintah mempublikasikan informasi tersebut melalui media online dan website resmi Pemerintah Kota Yogyakarta. Pada media online, pemberitaan atau konten mengenai Gerakan Zero Sampah Anorganik berisikan konten edukasi. Misalnya informasi letak bank sampah, bagaimana dalam memilah sampah, dan informasi mengenai GZSA lainnya. Sedangkan publikasi melalui website, lebih banyak untuk menampilkan pemberitaan yang sedang terjadi dan dihadiri langsung oleh PJ Walikota Yogyakarta, Sekda Kota Yogyakarta, maupun OPD di lingkungan Pemerintah Kota Yogyakarta. Kemudian penyebaran informasi yang dilakukan dengan publikasi diberbagai media agar penyebaran informasi yang dilakukan oleh Humas Pemerintah Kota Yogyakarta dalam lebih luas dan dapat menjangkau berbagai pihak sehingga strategi komunikasi yang ditetapkan dapat berjalan dengan baik. Salah satunya yang dilakukan Humas Pemerintah Kota Yogyakarta yakni kerja sama dengan TVRI namanya wayang-wayang kertas menampilkan Wakil Walikota sebagai narasumber Gerakan Zero Sampah Anorganik.

Cara lain Humas Pemerintah Kota Yogyakarta dalam penyebaran informasi mengenai Gerakan Zero Sampah Anorganik ini bekerja sama dengan Jogja TV, Radar Jogja dan Radio Sonora yang ditayangkan melalui YouTube, hingga kerja sama penulisan bersama rekan media. Humas dalam memperlancar jalannya interaksi dan penyebaran informasi mengenai publikasi dapat dilakukan melalui kerja sama dengan pihak pers, media cetak atau elektronik (Ardianto, 2014: 239).

c. Proses Evaluasi

Evaluasi strategi adalah suatu proses untuk mengevaluasi penyebaran informasi yang dilakukan Humas Pemerintah Kota Yogyakarta dalam mencapai tujuan yang ditetapkan. Evaluasi strategi penting dilakukan untuk

memastikan bahwa tujuan strategi yang ditetapkan dapat dicapai dan untuk mengetahui apakah strategi yang diterapkan berhasil dan optimal. Proses evaluasi yang dilakukan oleh Humas Pemerintah Kota Yogyakarta adalah dengan melakukan rapat setiap bulan oleh aparat dan dipertanggung jawabkan kepada Sekda Kota Yogyakarta.

2. Komponen Komunikasi Kehumasan Pemerintah Kota Yogyakarta dalam Menyebarkan Informasi Mengenai Gerakan Zero Sampah Anorganik

a. Pihak-pihak yang Terlibat dalam Penyebaran Informasi

Dalam komunikasi, terdapat pihak pertama sebagai penyampai informasi atau pembicara, serta pihak kedua sebagai pendengar atau penerima informasi. Keterlibatan kedua pihak ini sangat penting untuk memastikan pesan yang disampaikan dapat dipahami dengan jelas oleh pihak kedua.

Dalam keseluruhan, pentingnya pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi dapat dilihat dari berbagai aspek, seperti memastikan pesan disampaikan dengan jelas, meningkatkan efektivitas komunikasi, mencegah miss komunikasi, dan menjaga hubungan baik antara semua pihak yang terlibat. Oleh karena itu, perusahaan atau organisasi perlu memastikan bahwa semua pihak terlibat dalam proses komunikasi dan memperhatikan kepentingan semua pihak untuk mencapai hasil yang optimal.

Studi komunikasi menyatakan bahwa kemampuan dalam hal memahami masyarakat terutama yang akan menjadi target sasaran program komunikasi merupakan hal yang sangat penting hal ini dikarenakan semua aktivitas komunikasi diarahkan kepada masyarakat. Di dalam masyarakat ada kelompok-kelompok yang menentukan besarnya pengaruh suatu program, yaitu 1) Pihak yang berperan dalam penyebaran informasi Gerakan Zero Sampah Anorganik yaitu bagian Tata Pemerintahan Sekretariat Daerah Kota Yogyakarta, yang mengkoordinasi wilayah kemantren (kecamatan) atau kelurahan. Dinas Perdagangan Kota Yogyakarta yang mengelola pasar

tradisional, Dinas Komunikasi, Informatika dan Persandian Kota Yogyakarta, Dinas Lingkungan Hidup Kota Yogyakarta, dan Satpol PP Kota Yogyakarta. 2) Pihak yang menjadi sasaran Humas Pemerintah Kota Yogyakarta dalam penyebaran informasi Gerakan Zero Sampah Anorganik yaitu Aparat kemantren dan kelurahan serta masyarakat Kota Yogyakarta.

b. Media yang Digunakan

Pada saat menyampaikan suatu pesan kepada khalayak tentu seorang komunikator membutuhkan media dalam menyampaikannya. Banyak sekali media atau jenis komunikasi massa yang digunakan dan dimanfaatkan untuk menyampaikan pesan. Komponen dalam sistem informasi komunikasi sangat penting dalam penyebaran informasi. Tanpa adanya komponen ini, informasi yang disampaikan tidak akan berjalan dengan baik. Pemilihan media komunikasi yang tepat juga merupakan faktor pendukung dalam strategi komunikasi. Pelaksanaan penyiaran informasi kegiatan pemerintah melalui media komunikasi. Media komunikasi yang dipakai dalam penyiaran ini adalah media massa baik cetak maupun elektronik, serta media online (Siswanto, 2016: 59). Instansi pemerintah perlu memilih media yang sesuai dengan audiens target dan tujuan komunikasi, seperti media sosial, surat kabar, majalah, televisi, atau media lainnya.

Penyebaran informasi Gerakan Zero Sampah Anorganik dilakukan melalui berbagai media cetak, elektronik dan media sosial sehingga informasi yang disampaikan dapat menjangkau banyak masyarakat Kota Yogyakarta. Media cetak melalui kerja sama penulisan yang terpublikasi pada koran, baliho, hingga spanduk. Media elektronik bekerja sama dengan TVRI dengan nama program wayang – wayang kertas. Pada saat itu menampilkan Wakil Walikota sebagai narasumber Gerakan Zero Sampah Anorganik. Kemudian bekerja sama pula dengan Jogja TV dan menayangkan mengenai Gerakan Zero Sampah Anorganik. Kemudian media sosial, tentunya Humas Pemerintah Kota Yogyakarta dalam menyebarkan

informasi melalui media sosial menggunakan akun resmi Pemerintah Kota Yogyakarta. Diantaranya yaitu IG, FB, Twitter, Tiktok, Youtube, hingga website. Pemerintah Kota Yogyakarta memiliki 2 akun YouTube official Pemkot Jogja dan YKTV. Salah satu konten yang sering diunggah berjudul Warta YK yaitu peliputan dalam bentuk video.

Media yang efektif dalam penyebaran informasi Gerakan Zero Sampah Anorganik oleh Humas Pemerintah Kota Yogyakarta adalah media sosial. Media sosial menjadi kekuatan yang baru dalam mendukung kegiatan kehumasan (Adhrianti, 2017: 122). Fenomena kehadiran media sosial, memudahkan praktisi humas memiliki banyak pilihan media untuk menyapa *stakeholdersnya*. Konten-konten pada media sosial yang berisikan informasi mengenai Gerakan Zero Sampah Anorganik kerap kali diunggah pada saat jam kerja berlangsung dan di siang hari. Pada umumnya, tampilan informasi dan komunikasi Humas Pemerintah Kota Yogyakarta pada media sosial telah menunjukkan peran serta fungsi humas pemerintahan sebagaimana mestinya yang tetap fokus pada pelayanan informasi bagi masyarakat.

3. Faktor Pendukung dan Penghambat Strategi Komunikasi Humas Pemerintah Kota Yogyakarta dalam Penyebaran Informasi Gerakan Zero Sampah Anorganik

a. Faktor Pendukung

Faktor pendukung dalam strategi komunikasi adalah elemen-elemen yang mendukung keberhasilan strategi tersebut. Pada saat melakukan penyebaran informasi Gerakan Zero Sampah Anorganik Humas Pemerintah Kota Yogyakarta mendapat dukungan dari berbagai pihak misalnya dukungan dari kepala daerah serta masyarakat Kota Yogyakarta. Dukungan dari berbagai pihak dapat meningkatkan efektivitas dan dampak penyebaran informasi. Melalui dukungan yang solid, pesan dapat disampaikan dengan lebih jelas, terpercaya, dan persuasif. Hal ini dapat meningkatkan kemungkinan informasi

tersebut diterima dan direspon oleh audiens dengan baik.

b. Faktor Penghambat

Penyebaran informasi Gerakan Zero Sampah Anorganik yang dilakukan tidak selaku berjalan lancar, melainkan masih mendapat berbagai kendala/hambatan yaitu faktor wilayah yuridis dan intensitas dari berbagai informasi di Kota Yogyakarta. Hambatan komunikasi dapat didefinisikan sebagai segala bentuk gangguan atau halangan yang terjadi dalam proses penyampaian dan penerimaan pesan antara individu atau kelompok. Hambatan tersebut dapat menghambat efektivitas komunikasi dan mempengaruhi pemahaman serta interpretasi pesan yang disampaikan.

c. Upaya Penyebaran Informasi Gerakan Zero Sampah Anorganik

Penyampaian informasi publik yang terjadi di masyarakat dapat berbentuk informasi nyata dan utuh. *Misscommunication*, *disinformation*, maupun *hoax* merupakan tantangan bagi humas pemerintah untuk bisa berkontribusi secara optimal. Tidak atau kurang diterimanya kebijakan pemerintah di tengah masyarakat merupakan salah satu akibat dari kurang berfungsinya humas secara optimal. Maka untuk dapat memaksimalkan fungsi humas di lembaga pemerintahan peran Humas Pemerintah harus membangun pemahaman masyarakat mengenai kebijakan pemerintah. Dalam hal penyebaran informasi mengenai Gerakan Zero Sampah Anorganik, Humas Pemerintah Kota Yogyakarta tetap mengupayakan kegiatan sosialisasi dan sarasehan bank sampah secara berkelanjutan. Tidak menutup kemungkinan bahwa Gerakan Zero Sampah Anorganik ini berkembang sesuai dengan kebutuhan. Oleh karena itu, pembangunan Tempat Pengolahan Sampah *Reduce-Reuse-Recycle* (TPS3R) berlokasi di Nitikan yang bertujuan untuk mengurangi sampah 10 ton per hari.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai strategi komunikasi Humas Pemerintah Kota Yogyakarta dalam

penyebaran informasi Gerakan Zero Sampah Anorganik maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi komunikasi penyebaran informasi Gerakan Zero Sampah Anorganik yang dilakukan oleh Humas Pemerintah Kota Yogyakarta terbagi dari proses perencanaan, pelaksanaan kegiatan, dan proses evaluasi. Tindakan yang dilakukan Humas Pemerintah Kota Yogyakarta pada perencanaan terdiri dari sosialisasi awal dan penentuan target sasaran komunikasi. Pelaksanaan kegiatan yang dilakukan Humas Pemerintah Kota Yogyakarta yaitu sosialisasi kepada masyarakat Kota Yogyakarta, sarasehan bank sampah, penerbitan publikasi mengenai Gerakan Zero Sampah Anorganik baik itu melalui media cetak, elektronik, dan media sosial, hingga Kethoprak Nara Praja. Cara lain Humas Pemerintah Kota Yogyakarta dalam penyebaran informasi mengenai Gerakan Zero Sampah Anorganik ini bekerja sama dengan Jogja TV, Radar Jogja dan Radio Sonora yang ditayangkan melalui YouTube, hingga kerja sama penulisan bersama rekan media. Guna mendukung keberlanjutan penyebaran informasi Gerakan Zero Sampah Anorganik diperlukan proses evaluasi. Evaluasi mengenai kegiatan ini Humas Pemerintah Kota Yogyakarta melakukan rapat setiap bulan oleh aparat dan dipertanggung jawabkan kepada Sekda Kota Yogyakarta.
2. Komponen komunikasi kehumasan Pemerintah Kota Yogyakarta mencakup pihak-pihak yang terlibat dan media yang digunakan. yaitu Pihak yang berperan dalam penyebaran informasi Gerakan Zero Sampah Anorganik yaitu bagian Tata Pemerintahan Sekretariat Daerah Kota Yogyakarta, yang mengkoordinasi wilayah kemantren (kecamatan) atau kelurahan. Dinas Perdagangan Kota Yogyakarta yang mengelola pasar tradisional, Dinas Komunikasi, Informatika dan Persandian Kota Yogyakarta, Dinas Lingkungan Hidup Kota Yogyakarta, dan Satpol PP Kota Yogyakarta. Sedangkan pihak yang menjadi sasaran Humas Pemerintah Kota Yogyakarta dalam penyebaran informasi Gerakan Zero Sampah Anorganik yaitu Aparat kemantren dan kelurahan serta masyarakat Kota Yogyakarta. Media yang digunakan saat melakukan penyebaran informasi Gerakan

Zero Sampah Anorganik diantaranya media cetak, elektronik dan media sosial sehingga informasi yang disampaikan dapat menjangkau banyak masyarakat Kota Yogyakarta. Media sosial menjadi media yang paling efektif dalam penyebaran informasi Gerakan Zero Sampah Anorganik kepada masyarakat Kota Yogyakarta. Konten-konten pada media sosial yang berisikan informasi mengenai Gerakan Zero Sampah Anorganik kerap kali diunggah pada saat jam kerja berlangsung dan di siang hari.

3. Faktor pendukung penyebaran informasi Gerakan Zero Sampah Anorganik yang dilakukan oleh Humas Pemerintah Kota Yogyakarta adalah mendapat dukungan dari berbagai lapisan Masyarakat sehingga mempermudah proses penyebaran informasi. Selain itu terdapat hambatan penyebaran informasi Gerakan Zero Sampah Anorganik yaitu faktor wilayah yuridis Kota Yogyakarta dan intensitas informasi yang ada di Kota Yogyakarta. Untuk meminimalisir hambatan yang terjadi, upaya yang dilakukan Humas Pemerintah Kota Yogyakarta tetap mengupayakan kegiatan sosialisasi dan sarasehan bank sampah secara berkelanjutan dan Pemerintah Kota Yogyakarta membangun Tempat Pengolahan Sampah *Reduce-Reuse-Recycle* (TPS3R) untuk mengurangi penumpukan sampah perharinya.

Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan yang dipaparkan diatas, Adapun saran yang dapat diberikan adalah peneliti adalah sebagai berikut:

1. Pembinaan perlu dikembangkan untuk membina lebih lanjut kepada perangkat-perangkat daerah disetiap kelurahan agar membentuk ahli setiap keluarganya sehingga programnya dapat lebih terlaksana dengan baik.
2. Karena sosialisasi dan bahan materi merupakan kunci dalam menjalankan program ini, maka perlunya evaluasi serta pengembangan lebih lanjut terkait sosialisasi dan buku paduan yang terus diperbarui setiap tahunnya.
3. Penyebaran informasi yang disampaikan melalui berbagai media dapat ditingkatkan lagi agar membuat masyarakat semakin

lebih mengetahui program ini sehingga dapat terlaksana dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhrianti, L. (2017). Digitalisasi Public Relations Bagi Penguatan Citra Pemerintah Daerah (Analisis Deskriptif Reaktualisasi Peran Humas Pemerintah Kota Bengkulu Dalam Penyampaian Informasi Daerah Melalui Media Sosial). *Prosiding Komunikasi, 1* (2), 115-125.
- Adminwarta. (2023). Tahap Awal Zero Sampah Anorganik Perkuat Perubahan Perilaku. Diakses pada 28 Februari 2023 dari <https://warta.jogjakota.go.id/detail/index/25405>.
- Aldila, S. M. (2021). *Strategi Komunikasi Dinas Lingkungan Hidup Kota Serang Dalam Program Zero Waste Di Kota Serang, Tahun 2021* (Doctoral dissertation, UIN SMH BANTEN).
- Amiruddin, Z. (2016). Fungsi Humas Pemerintah Kota Binjai Dalam Penyebaran Informasi Kebijakan Publik. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Pembangunan, 17*(2), 231021.
- Antin, T., Wahyuni, H. I., & Partini, P. (2017). Literasi Sampah Berbasis Komunikasi Pembangunan di Kabupaten Bantul. *Jurnal Ilmu Komunikasi, 15*(3), 191-204.
- Ardianto, E. (2014). *Handbook of Public Relations Pengantar Komperhensif*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Cangara, H. (2017). *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Ikhsanul Kahfi, I. (2022). *STRATEGI KOMUNIKASI DINAS LINGKUNGAN HIDUP KABUPATEN PASAMAN BARAT DALAM PENGOLAHAN SAMPAH* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Kriyantono, R. (2021). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif*. Jakarta: Kencana.
- Lattimore, Dan, dkk. (2010). *Public Relations, Profesi dan Praktik*. Jakarta: Slemba Humanika.
- Nugraha, A. R., Sjoraida, D. F., Erdinaya, L. K., & Komariah, K. (2020). Komunikasi humas pemerintahan kabupaten/kota di Jawa Barat melalui media digital

- Instagram. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 8(2), 221-239.
- Noraida, Muchtar M, Abdul Khair. (2016). *Hukum Kesehatan Lingkungan (Kajian Teoritis dan Perkembangan Pemikiran)*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Siswanto, B. D. L., & Abraham, F. Z. (2016). Peran humas pemerintah sebagai fasilitator komunikasi pada biro humas Pemprov Kalimantan Selatan. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 19(1).