

**STRATEGI KOMUNIKASI DINAS LINGKUNGAN HIDUP (DLH)  
DALAM MENGIMPLEMENTASIKAN PROGRAM GREEN CITY DI  
KOTA TELUK KUANTAN KABUPATEN KUANTAN SINGINGI**

**Oleh :**

**Deri Kalianda**

**Pembimbing : Nova Yohana, S.Sos, M.Ikom**

Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik  
Universitas Riau

Kampus Bina Widya km 12,5 Simpang baru – Pekanbaru  
TELP. (0761) 63277 / 23430

**Abstract**

*Green city is a program issued by the Ministry of Environment and Forestry in 2007. This program is for local governments to implement environmentally sound development. Kuantan Singingi regency is one of the regencies that try to apply Green City concept, this program is coordinated by the Environment Agency (DLH). The purpose of this program is to realize Kuansing with the concept of Environment. This program involves many parties, namely the public, private parties, offices, and companies in Kuansing. Many implementations have been done to realize this green city, one of which is planting tree seeds on the protocol road. The purpose of this research is to know communicator strategy in implementing green city, audience strategy, message strategy and media usage in implementing green city program.*

*This research uses qualitative research method. Informant of this research is 5 people consisting of 2 people from Environmental Office of Kuantan regency singingi and 3 people of society which is chosen by purposive. Data collection techniques used are observation, interview, and documentation. Data validity technique used in this research is triangulation and extension of participation.*

*The result of the research shows that the communicator strategy of Environmental Office is to involve people who are experts and experienced in environment such as Environmental Science Lecturer and Environmental Expert. In addition, it also involves people who have influence on the community such as Village Heads, Adat Stakeholders and Religious Leaders. Strategy Determination of the audience by the Office of the Environment is to choose the nearest audience from downtown, the city of Kuantan Bay and surrounding areas. Consists of the general public, Office and School and Company. The Message Strategy by the Office of the Environment is by using a variety of messages, messages conveyed in seminars, training, banners, advertisements. The message in general is to realize the concept of green city kuansing. Selection of Media in implementing green city program by Environment Department is by using electronic media (Radio), online (Online news site), billboard or banner, social media (Instagram and facebook)*

**Keywords : Communication Strategy, Green City, Kabupaten Kuantan Singingi**

## PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu pemilik kawasan hutan terluas didunia, keanekaragaman hayati ada di Indonesia. Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan adalah kementerian yang mengurus bagian Lingkungan. Data dari Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan menunjukkan 72% hutan asli Indonesia telah musnah dengan 1,8 juta Hektar hutan dirusak pertahun. Pengurangan hutan ini di sebabkan oleh pembangunan, alih fungsi hutan dan kebakaran. Pembangunan tidak bisa dihentikan karna adalah sebuah kebutuhan. Melihat aspek pembangunan juga ambil andil dalam pengurangan jumlah hutan, maka Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan pada tahun 2007 mengeluarkan program pembangunan berbasis lingkungan yang melibatkan masyarakat secara aktif. Program tersebut bernama *Green City*.

Program *Green City* adalah program yang di keluarkan oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan. Program ini di umumkan pada tahun 2007 dengan peraturan UU NO 24/2007. Program *Green City* adalah program yang di canangkan pemerintahan pusat untuk pemerintah daerah agar bisa melakukan pembangunan dengan berwawasan lingkungan. Program *Green City* yang di kordinir oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan ini merupakan program jangka panjang. Program ini lebih menyerahkan pelaksanaannya kepada provinsi dan kabupaten/kota dengan masyarakat dilibatkan secara aktif dengan dukungan penuh dari pemerintah pusat. Ada 8 indikator yang merupakan bagian dari *Green City*.

yaitu *Green Planning and design, green open space, green community, green water, green energy, green waste, green transportation, dan green building*.

Kabupaten Kuantan Singingi adalah salah satu kabupaten yang berupaya mewujudkan *Green City*. Dimulai pada pemerintahan bupati baru yaitu H.Mursini dan H.Halim periode tahun 2016-2021. Tidak jauh berbeda dengan kebanyakan kabupaten lain, Program *Green City* di kabupaten Kuantan Singingi di kordinir oleh Dinas Lingkungan Hidup dan dibantu oleh beberapa dinas dan badan yang terkait, pada kabupaten lain pada umumnya juga dikordinir oleh Dinas Lingkungan Hidup. Program *Green City* ini secara penuh diserahkan kepada Dinas Lingkungan Hidup sebagai pelaksana dengan Wakil Bupati sebagai penasehat. Adapun bagian yang mengurus program ini adalah Bidang Tata Lingkungan Hidup.

Program *Green City* di Kota Teluk Kuantan Kabupaten Kuantan Singingi tergolong baru. Program *Green City* ini baru di umumkan pada tahun 2016. Namun banyak program yang telah di lakukan yang mendukung *Green City* itu sendiri. Bahkan dari tahun-tahun sebelumnya. Seperti Contoh Program Adipura oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan yang telah di laksanakan oleh kabupaten Kuantan Singingi melaui Dinas Lingkungan Hidup. Program Adipura di mulai tahun 2012 di Kuansing dan berhasil mendapatkan Sertifikat dari Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan. Program program Lingkungan Seperti ini secara

langsung dapat mendukung program *Green City* ini.

Dalam kurun waktu dari tahun 2016-2017, banyak tindakan-tindakan serta langkah-langkah kongrit yang di ambil oleh Dinas Lingkungan Hidup untuk mewujudkan *Green City*. Dinas Lingkungan Hidup Mengajak Perusahaan-Perusahaan Yang ada di Kuansing untuk berpartisipasi aktif dalam mewujudkan *Green City*. Dalam kegiatan ini, pihak Perusahaan menyumbang sebanyak 200 pot Bunga untuk di letakan di sepanjang Protokol Kota Teluk Kuantan.

Selain penghijauan pada jalan protocol, Dinas Lingkungan Hidup juga menghimbau Kawasan SMAN 1 Teluk Kuantan agar bisa memenuhi kriteria dari *Green City*. Yaitu setiap perkantoran atau sekolah menyediakan 20% dari luas wilayah untuk di jadikan pertamanan dan kawasan serapan. SMAN 1 Teluk Kuantan adalah salah satu sekolah yang berada di pusat Kota dan Pinggir jalan. Setiap Orang yang berkunjung ke kota Teluk Kuantan pasti akan melihat SMAN 1 Teluk Kuantan. SMAN 1 Teluk Kuantan Sudah memenuhi kriteria tersebut.

Dinas Lingkungan Hidup menghimbau setiap Setiap Usaha, Ruko, Warung dan rumah yang berada di pinggir jalan Protokol dan pusat kota agar menyediakan 2 pot bunga di depan rumah atau tempat usaha masing-masing.

Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengetahui Strategi Komunikator Dinas Lingkungan Hidup Dalam Mengimplementasikan Program *Green City* di kota Teluk Kuantan Kabupaten Kuantan Singingi. (2)

mengetahui strategi penentuan khalayak oleh Dinas Lingkungan Hidup dalam Mengimplementasikan Program *Green City* di kota Teluk Kuantan kabupaten Kuantan Singingi.(3) mengetahui strategi Pesan oleh Dinas Lingkungan Hidup dalam Mengimplementasikan Program *Green City* di kota Teluk Kuantan kabupaten Kuantan Singingi. (4) mengetahui strategi pemilihan media yang digunakan Dinas Lingkungan Hidup Dalam Mengimplementasikan Program *Green City* di kota Teluk Kuantan Kabupaten Kuantan Singingi.

## **Tinjauan Teori**

### **Strategi Komunikasi**

#### **Pengertian Strategi Komunikasi**

Strategi komunikasi yang merupakan paduan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi komunikasi harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung pada situasi dan kondisi.

Ada dua alasan mengapa kegiatan komunikasi memerlukan startegi. Pertama, karena pesan yang kita sampaikan harus diterima dalam arti *receive* tetapi ada juga *accepted*. Kedua, agar kita bisa mendapatkan respon yang diharapkan. Dalam hal ini, strategi tidak bisa dipisahkan dari proses komunikasi yang melibatkan

komponen-komponen seperti komunikator, pesan, saluran, komunikasi dan efek. Strategi adalah langkah-langkah atau jalan-jalan penunjuk yang meyakinkan yang harus ditempuh dalam mencapai tujuan, strategi sifatnya jangka panjang, sedangkan taktik sifatnya jangka pendek. Strategi dan taktik adalah cara untuk melaksanakan perencanaan.

Berhasil atau tidaknya kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh strategi komunikasi, strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.

Menurut Salusu ada empat tingkatan-tingkatan strategi. Keseluruhannya disebut *master strategy* yaitu (a) *Enterprise Strategy*, Strategi ini berkaitan dengan respon masyarakat. Setiap organisasi mempunyai hubungan dengan masyarakat. Masyarakat adalah kelompok yang berada diluar organisasi yang tidak dapat dikontrol. (b) *Corporate Strategy*

Strategi ini berkaitan dengan misi organisasi sehingga sering disebut *Grand Strategy* yang meliputi bidang yang digeluti oleh suatu organisasi. (c) *Business Strategy* Strategi pada tingkat ini menjabarkan bagaimana merebut pasaran ditengah masyarakat, bagaimana menempatkan organisasi di hati para penguasa, para pengusaha, para anggota legislatif, para politisi dan lain sebagainya. (d) *Funcstional*

*Strategy* Strategi ini merupakan startegi pendukung dan untuk menunjang suksesnya strategi lain.

Ada dua alasan, mengapa kegiatan komunikasi memerlukan strategi. Pertama, karena pesan yang kita sampaikan harus diterima dalam arti *receive* tetapi ada juga *accepted*. Kedua, agar kita bisa mendapatkan respon yang diharapkan. Dalam hal ini, strategi tidak bisa dipisahkan dari proses komunikasi yang melibatkan komponen-komponen seperti komunikator, pesan, saluran, komunikasi dan efek. Strategi adalah langkah-langkah atau jalan-jalan penunjuk yang meyakinkan yang harus ditempuh dalam mencapai tujuan, strategi sifatnya jangka panjang, sedangkan taktik sifatnya jangka pendek. Strategi dan taktik adalah cara untuk melaksanakan perencanaan.

## Tahapan-tahapan Strategi

### 1. Perumusan Strategi

Dalam perumusan strategi, konseptor harus mempertimbangkan mengenai peluang dan ancaman eksternal, menetapkan kekuatan dan kelemahan secara internal, menetapkan suatu objektifitas, menghasilkan strategi alternatif dan memilih strategi berusaha menemukan masalah-masalah yang terjadi dari peristiwa yang ditafsirkan berdasarkan konteks kekuatan, kemudian mengadakan analisis mengenai kemungkinan-kemungkinan serta memperhitungkan pilihan-pilihan dan langkah-langkah yang dapat diambil dalam rangka gerak menuju kepada tujuan itu.

### 2. Implementasi Strategi

Setelah merumuskan dan memilih strategi yang diterapkan, maka langkah berikutnya adalah melaksanakan strategi yang diterapkan tersebut. dalam tahapan pelaksanaan strategi yang telah dipilih sangat membutuhkan komitmen dan kerja sama dari seluruh unit, tingkat dan anggota organisasi. Hal ini sesuai dengan David (2002) bahwa menurutnya dalam pelaksanaan strategi yang tidak menerapkan komitmen dan kerja sama dalam pelaksanaan strategi, maka proses formulasi dan analisis strategi hanya akan menjadi impian yang jauh dari kenyataan. Implementasi strategi bertumpu pada alokasi dan pengorganisasian sumber daya yang ditampakan melalui penetapan struktur organisasi dan mekanisme kepemimpinan yang dijalankan bersama budaya perusahaan dan organisasi.

### **3. Evaluasi Strategi**

Tahap akhir dari menyusun strategi adalah evaluasi implementasi strategi. Evaluasi strategi diperlukan karena keberhasilan yang telah dicapai dapat diukur kembali untuk menetapkan tujuan berikutnya. Evaluasi menjadi tolak ukur untuk strategi yang akan dilaksanakan kembali oleh suatu organisasi dan evaluasi sangat diperlukan untuk menentukan sasaran yang dinyatakan telah tercapai Ada tiga kegiatan mendasar untuk mengevaluasi strategi, yakni : (a) Meninjau faktor-faktor eksternal dan internal yang menjadi dasar strategi. Adanya perubahan yang akan menjadi suatu hambatan dalam mencapai tujuan. Begitu pula dengan faktor internal yang diantaranya strategi tidak efektif atau hasil

implementasi yang buruk dapat berakibat buruk bagi hasil yang akan dicapai. (b) Mengukur prestasi (membandingkan hasil yang diharapkan dengan kenyataan). Proses ini dapat dilakukan dengan menyelidiki penyimpangan dari rencana, mengevaluasi prestasi individual, dan menyimak kemajuan yang dibuat kearah pencapaian sasaran yang dinyatakan. Kriteria untuk mengevaluasi strategi harus mudah diukur dan mudah dibuktikan. Kriteria yang meramalkan hasil lebih penting dari pada kriteria yang mengungkapkan apa yang terjadi. (c) Mengambil tindakan korektif untuk memastikan bahwa prestasi sesuai dengan rencana. Dalam hal ini tidak harus berarti yang ada ditinggalkan atau merumuskan strategi baru. Tindakan korektif diperlukan bila tindakan atau hasil tidak sesuai dengan hasil yang dibayangkan semula atau pencapaian yang diharapkan.

### **Metodologi Penelitian**

#### **Desain Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif Metode kualitatif adalah penelitian tentang riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis. Penelitian kualitatif merupakan proses penelitian yang berkesinambungan sehingga tahap pengumpulan data dilakukan secara bersamaan selama proses penelitian (Suyanto dan Sutinah, 2010:172).

#### **Objek Penelitian**

objek penelitian sebagai variable penelitian, yaitu sesuatu yang merupakan inti dari problematika penelitian. Objek penelitian merupakan permasalahan yang hendak diteliti. Arikunto (2010:29) Objek penelitian adalah komunikasi Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Kuantan Singingi.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik penelitian yang dilakukan adalah Observasi, wawancara, dokumentasi dan studi pustaka. Dengan mencari berbagai informasi, berita analisis konsep-konsep hasil pemikiran para ahli yang dimuat dalam buku, karya tulis ilmiah, artikel, internet, media cetak, dan jurnal-jurnal yang berkaitan dengan permasalahan yang dibahas. (dalam Moleong, 2005:90).

### **Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada model interaktif Huberman dan Miles. Teknik analisis data huberman dan miles menyatakan adanya sifat interaktif antara data atau pengumpulan data dengan analisis data. Analisis data yang dimaksud yaitu reduksi data, penyajian data, verifikasi data atau penarikan kesimpulan. Reduksi data adalah mengelola data dengan analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan dan membuang data yang tidak diperlukan serta mengorganisir data tersebut. Dengan mengorganisir data maka dapat dengan mudah menyajikan atau memaparkan data-data yang diperlukan untuk disimpulkan dengan cara induktif pada penelitian, dengan demikian dapat ditarik kesimpulan

atau verifikasi dalam menganalisis data penelitian. (Bungin, 2003:69).

## **Hasil Penelitian dan Pembahasan**

### **Strategi Komunikator Dinas Lingkungan Hidup dalam mengimplementasikan program *Green city***

Strategi Komunikator dalam mensukseskan program *Green City* adalah dengan memilih 3 unsur yaitu kredibilitas komunikator, pengetahuan komunikator serta pengalaman komunikator. Untuk pemilihan Komunikatornya, Dinas Lingkungan Hidup membuat menjadi 2 yaitu komunikator ketika acara formal dan komunikator ketika nonformal. Komunikator ketika acara formal (seminar, pelatihan) adalah Kepala Dinas dan Kepala Bagian Tata Lingkungan juga narasumber yang ahli di bidang Lingkungan seperti dosen dan pakar lingkungan. pemangku adat dan juga pemuka agama juga di ajak untuk menjadi komunikator.

Dalam penyampaian materi, Komunikator menggunakan kata-kata yang mudah di pahami serta media sebagai alat bantu. Untuk komuikator pada kegiatan nonformal, komunikatornya adalah semua pegawai Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Kuantan Singingi. Sosialisasi bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja. Karna Seluruh pegawai Dinas Lingkungan Hidup sudah diberikan pelatihan mengenai program *Green City* tersebut

### **Strategi Khalayak Dinas Lingkungan Hidup dalam**

### **mengimplementasikan program *Green city***

Dalam kegiatan pemilihan sasaran komunikasi, terlebih dahulu perlu ditentukan siapa yang menjadi sasaran atau khalayak yang akan dituju baik itu individu, kelompok ataupun public umum yang nantinya secara kritis apa yang dikatakan serta bagaimana cara mengatakan, kapan mengatakannya, dimana dan kepada siapa mengatakannya. Dalam menentukan khalayak komunikator terlebih dahulu harus ditetapkan siapa saja sasaran yang akan menjadi khalayak komunikator. Karena masyarakat atau kelompok orang yang akan menjadi sasaran komunikator tersebut akan berpengaruh terhadap keputusan yang akan dibuat oleh komunikator. Keputusan tersebut meliputi apa yang dikatakan, bagaimana mengatakannya, kapan mengatakannya, dimana dan kepada siapa mengatakannya. Dalam melakukan analisis terhadap kelompok sasaran maka hal pertama yang harus diperhitungkan adalah memperkirakan kesan audiens terhadap suatu permasalahan yang akan di bahas.

Pada program *Green city* yang menjadi sasaran Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Kuantan Singingi adalah seluruh masyarakat, perusahaan, serta kantor/lembaga/instansi tertentu. Dalam menentukan sasaran yang akan menjadi khalayak dari Program

*Green city* ini. Dinas Lingkungan Hidup kabupaten kuantan Singingi dalam menjalankan program *Green city* memiliki khalayak sasaran. Khalayak sasaran sangat mempengaruhi keberhasilan sebuah program. Dengan adanya khalayak sasaran, maka pekerjaan akan lebih jelas.

Dalam menentukan khalayak sasaran, maka di perlukan strategi khalayak. Begitu juga yang dilakukan oleh Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Kuantan Singingi. Strategi Khalayak Dinas Lingkungan Hidup adalah dengan menggunakan kategorisasasi khalayak. Adapun kategorisasi khalayak yang dilakukan oleh Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Kuantan Singingi adalah khalayak primer, khalayak sekunder dan khalayka tersier

### **Strategi Pesan Dinas Lingkungan Hidup dalam mengimplementasikan program *Green city***

Adapun strategi pesan haruslah memiliki kesesuaian dengan masyarakat. Karna masyarakat yang menjadi ujung tombak dari program ini. Strategi Pesan Yang di dilakukan oleh Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Kuantan Singingi adalah Dengan mengkategorikan Pesan Yang Disampaikan. Adapun bentuk bentuk pesan yang di sampaikan adalah pesan informatif, pesan edukatif, pesan persuasive dan pesan koersif. Adapun pesan khusus yang di sampaikan kepada masyarakat adalah

agar mau menjaga lingkungan terutama yang berada paling dekat dengan masyarakat tersebut. Dengan pesan seperti ini maka akan mewujudkan indikator *green open space*, karna dengan menjaga lingkungan akan membuat tanaman menjadi tumbuh subur dan akan terbentuk kawasan-kawasan yang hijau.

Dalam prosesnya, Dinas Lingkungan Hidup berupaya menyampaikan pesan agar bisa menumbuhkan rasa kepedulian terhadap lingkungan. rasa peduli dengan lingkungan akan membuat indikator *green open space, green water, green waste* dapat terwujud secara perlahan. Dalam seminar dan pelatihan, Pesan yang di sampaikan oleh Dinas Lingkungan Hidup kabupaten Kuantan Singingi juga berisikan dampak buruk jika lingkungan tidak di jaga, dan juga di jelaskan apa yang terjadi jika lingkungan tidak di jaga. Seperti tidak adanya pohon untuk berteduh maka suhu akan meningkat. Pesan seperti ini dapat mengajak masyarakat untuk mewujudkan indikator *green open space*. Dengan membuat ruang terbuka hijau. Pengelolaan pesan oleh Dinas Lingkungan Hidup kabupaten Kuantan Singingi telah di tentukan sebelum program ini di jalankan. Juga di sampaikan semenarik mungkin. Seperti pesan yang terkandung dalam baliho yang di buat penuh warna sehingga masyarakat tertarik melihatnya.

Terkait indikator *Green city* strategi pesan yang ingin disampaikan yang dapat di wujudkan adalah indikator *green waste*. Dinas Lingkungan Hidup kabupaten Kuantan Singingi menyampaikan pesan kepada masyarakat untuk membuat bak penampungan sampah dan tong sampah organik dan anorganik yang dimulai dari rumah masing-masing.

### **Pemilihan Media oleh Dinas Lingkungan Hidup dalam mengimplementasikan program *Green city***

Berdasarkan wawancara dan pengamatan penulis dilapangan, Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Kuantan Singingi dalam mensosialisasikan dan menyebarkan informasi terkait program *Green city* ini menggunakan berbagai Media Komunikasi. Adapun medianya adalah secara Tatap langsung, Media Online, Media Sosial, dan media elektronik. Semua media yang yang digunakan Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Kuantan Singingi memiliki sasaran kekurangan dan kelebihan masing.

Menurut pengamatan penulis, yang paling menjangkau banyak khalayak adalah Media Online dan Media Sosial. Hal ini dilihat dari penggunaanya. Media online dan media Sosial dapat di akses oleh siapapun dan dimanapun selagi masih memiliki akses internet. Selain itu media komunikasi online juga bisa di gunakan berulang-ulang, beda dengan

media cetak tidak mungkin setiap hari mengeluarkan berita yang sama. Keuntungan lain adalah media social dan media online tidak memerlukan banyak biaya, berbeda dengan baliho ataupun mengadakan seminar. Teknik sosialisasi ini membutuhkan biaya. Namun ada kelemahan jika menggunakan medi online atau media social yaitu tidak semua masyarakat yang aktif di dunia internet, bahkan ada yang tidak mengerti internet, selain itu juga pihak Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Kuantan Singingi tidak mengetahui respon dari masyarakat terkait program *Green city* in ini.

Berdasarkan analisa di atas, penulis menemukan kalau Dinas Lingkungan Hidup menggunakan Teori Informatif (Sannon dan Weaver 1949). Teori informasi merupakan salah satu teori klasik dimana teori ini menitik beratkan pada komunikasi sebagai suatu transmisi pesan dan bagaimana transmitter menggunakan media dalam berkomunikasi. Dalam hal ini, jika sinyal media yang digunakan baik maka komunikasi akan berjalan baik, begitu juga sebaliknya. Penulis juga melihat media komunkasi dengan seminar juga yang bagus. Hal ini dikarenakan Dinas Lingkungan Hidup bisa melihat respon masyarakat secara langsung. Apakah masyarakat suka atau tidak, mengerti atau tidak dan jika ada yang kurang bisa ditanyakan secara langsung. Selain itu juga setelah seminar dilaksanakan penanaman

bibit pohon dan akan terlihat secara nyata program *Green city* ini

## **KESIMPULAN**

(1).Strategi Komunikator dalam mensukseskan program *Green City* adalah dengan memilih 3 unsur yaitu kredibilitas komunikator, pengetahuan komunikator serta pengalaman komunikator. Untuk pemilihan Komunikatornya, Dinas Lingkungan Hidup membuat menjadi 2 yaitu komunikator ketika acara formal dan komunikator ketika nonformal. Komunikator ketika acara formal (seminar, pelatihan) adalah Kepala Dinas dan Kepala Bagian Tata Lingkungan juga narasumber yang ahli di bidang Lingkungan seperti dosen dan pakar lingkungan. pemangku adat dan juga pemuka agama juga di ajak untuk menjadi komunikator. Dalam penyampaian materi, Komunikator menggunakan kata-kata yang mudah di pahami serta media sebagai alat bantu. Untuk komuikator pada kegiatan nonformal, komunikatornya adalah semua pegawai Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Kuantan Singingi. Sosialisasi bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja. Karna Seluruh pegawai Dinas Lingkungan Hidup sudah diberikan pelatihan mengenai program *Green City* tersebut.

(2).Strategi khalayak Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Kuantan Singingi adalah dengan mengelompokan khalayak sasaran menjadi 3 bagian yaitu khalayak primer, khalayak sekunder, dan khalayak tersier. Khalayak tersier. Khalayak primer terdiri dari masyarakat yang ada di kota Teluk Kuantan dan sekitarnya, Sekolah-

sekolah di daerah Teluk Kuantan, Perkantoran-perkantoran yang ada di Kota Teluk Kuantan baik itu swasta ataupun negeri. Untuk khalayak Sekunder terdiri dari seluruh kepala desa dan jajarannya yang ada di Kecamatan Kuantan Tengah, Ibu-Ibu PKK, para pemuka adat dan pemuka agama. Untuk khalayak tersier adalah 22 buah perusahaan yang ada di Kuantan Singingi. Adapun yang ingin dicapai adalah menimbulkan rasa kepedulian masyarakat dengan lingkungan, dengan menekankan dampak baik dan buruk dari program *green city*. Dinas Lingkungan Hidup memilih khalayak yang berpotensi mensukseskan program *Green City* ini.

(3).Strategi Pesan Dinas Lingkungan Hidup Kuantan Singingi yaitu dengan membentuk pesan-pesan yang mendukung program *green city*. Dinas Lingkungan Hidup mengelompokkan pesan menjadi 4 bentuk pesan, yaitu pesan informatif, pesan edukatif, pesan persuasif, dan pesan koersif. Bentuk pesan informatif adalah memaparkan fakta yang sebenarnya yang ada dilapangan. Bentuk pesan edukatif dengan mengajarkan masyarakat tentang Tata cara membuat halaman menjadi kebun toga. Bentuk pesan Persuasif adalah dalam bentuk ajakan dan himbauan yang terdapat di baliho dan iklan-iklan di radio. Bentuk pesan koersif adalah dalam bentuk papan pengumuman yang berisikan larangan, Hal ini bertujuan agar masyarakat merasa takut untuk merusak pohon. kegiatan penyampaian informasi dan sosialisasi di laksanakan berulang-ulang dan di buat semudah mungkin untuk di dapat mengerti. Hal ini dipengaruhi dari masyarakat yang memiliki perbedaan di bidang

budaya,ekonomi,tingkat pendidikan,usia, dan pola pikir.

4.Media yang di gunakan Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Kuantan Singingi dalam memberikan informasi terkait program *Green City* adalah melalui media massa cetak, media elektronik, media Online,baliho dan spanduk. Media cetaak yaitu Koran Riau Pos yang di posisikan pada halaman Pro Kuansing. Media elektronik menggunakan radio, radio yang di gunakan adalah Radio Pemerintah Daerah (RPD), radio Stanggi dan Radio IPJKS. Media online terdiri dari media social dan situs berita. Situs beritanya yaitu Kuansingterkini.com, Kuansingkita.com. media social yang digunakan adalah instagram dan facebook. Akun instagram @Kuansingpict, @Infokuansing. dan fb yaitu grup IPJKS. Media Baliho dan spanduk adalah berbentuk himbauan yang di letakan pada posisi yang mudah dilihat oleh masyarakat.

## **SARAN**

(1)Untuk tercapainya strategi komunikator Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Kuantan Singingi dalam mengimplementasikan program *Green City* hendaknya kredibilitas komunikator harus diperhatikan, karna masyarakat beragam maka pandangan masyarakat juga akan beragam.

(2)Dalam strategi penentuan khalayak Dinas Lingkungan Hidup hendaknya jangan sampai memaksa masyarakat untuk mengimplementasikan program *Green City*. Persuasive secara perlahan dan terus menerus akan

menumbuhkan kepedulian masyarakat.

(3) Pengelolaan pesan yang di sampaikan hendaknya lebih muda dipahami dengan kondisi masyarakat yang beragam.

(4) Penggunaan media yang paling efektif adalah televise. Karna Kabupaten Kuantan Singingi tidak memiliki televise local maka Dinas Lingkungan Hidup harus meningkatkan Sosialisasi di media lainnya.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku :

Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.

Bungin, Burhan. 2003. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, Jakarta : Kencana Prenada Media Group.

\_\_\_\_\_, 2005. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Cangara, Hafield, 2008, *Pengantar Ilmu Lomunikasi*, Jakarta : Ghalia Indonesia  
\_\_\_\_\_, 2013. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada

David, Fred R. 2002 *Manajemen Strategis Konsep*. Jakarta

Effendi, Onong Uchjana. *Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung Remaja

\_\_\_\_\_, 2007, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta : Grasindo. Rosdakarya.

\_\_\_\_\_, 1984. *Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung : Remaja Rosdakarya.

\_\_\_\_\_, 2003 *Hubungan Masyarakat Study Komunikasi Bandung* : Remaja Rosda Karya.

\_\_\_\_\_, 2005 *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : Gravindo Persada.

Hamidi, 2005. *Metode Penelitian Kualitatif*. Malang : UMM Pers.

Iriantara, Yosol. 2004, *Manajemen Strategi Public Relation*, Jakarta: Ghalia Indonesia.

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

Moleong J, Lexy. 2005 *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta : Remaja Rosdakarya.

Nur Kholifah, 2004, *Strategi Promosi Media*, Lembar Asri, Yogyakarta.

Ruslan, Rosady. 2010. *Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi*, Jakarta: Remaja Rosdakarya.

Salusu, 2004. *Pengambilan Keputusan Strategi* Jakarta: Gravindo.

Suyanto, Bagong dan Sutinah. 2010. *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta Kencana.

Umar, Husein. 2002. *Metode Riset Bisnis*, Jakarta. PT Garamedi Pustaka Utama.

\_\_\_\_\_ 2003 *Metode Riset Komunikasi Organisasi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

\_\_\_\_\_ 2005. *Metode Penelitian*. Jakarta: Salemba Empat.

Yasir. 2009. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Pekanbaru. Pusat Pengembangan Pendidikan Universitas Riau.

Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau.

Abdul, G. Gan-gan. 2014. Strategi Komunikasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung Dalam Mensosialisasikan Program Gerakan Sejuta Biopori Di kalangan Masyarakat Di kota Bandung. Skripsi Sarjana. Jurusan Ilmu Komunikasi Unikom 2014

Zulkarnayen, Farifky. 2014. Strategi Komunikasi Pencegahan Badan narkotika provinsi (BNP) Jawa Barat Dalam Kegiatan Fasilitas Pembentukan dan Pembinaan Desa Siaga Narkoba Di Ciamis. Skripsi Sarjana. Bandung: jurusan Ilmu Komunikasi unikom 2014

### **Sumber lain:**

[https://id.wikipedia.org/wiki/kementrian\\_lingkungan](https://id.wikipedia.org/wiki/kementrian_lingkungan)

<http://www.radarplanologi.com/penerapan-green-city-di-kota.html>

<http://thegreatarsitektur.blogspot.in/2015/11/kota-hijau-green-city.html>

### **Skripsi**

Listiawan, Reza. 2016. Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Kabupaten Siak Dalam Mempromosikan Kesenian Melayu Melalui Kegiatan Siak Bermada. Skripsi Sarjana. Pekanbaru : Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu