

STRATEGI HUMAS PEMERINTAH KOTA SURABAYA DALAM MENSOSIALISASIKAN PROGRAM SUROBOYO BUS

by Kartika Ayu S 1151501306

FILE	JURNAL_TURNITIN_PERBAIKAN_KARTIKA_AYU_SARASWATI_1151501306.PDF (356.71K)		
TIME SUBMITTED	18-JUL-2020 07:01PM (UTC+0700)	WORD COUNT	3510
SUBMISSION ID	1358984824	CHARACTER COUNT	24921

STRATEGI HUMAS PEMERINTAH KOTA SURABAYA DALAM MENSOSIALISASIKAN PROGRAM SUROBOYO BUS

Kartika Ayu Saraswati

Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi, FISIP Untag Surabaya

kartikayus2603@gmail.com

Merry Fridha Tri Palupi

Dosen Prodi Ilmu Komuniskasi, FISIP Untag Surabaya

merry.fridha@untag-sby.ac.id

Mohammad Insan Romadhan

Dosen Prodi Ilmu Komuniskasi, FISIP Untag Surabaya

insanromadhan@untag-sby.ac.id

ABSTRACT

The bad management of plastic waste and traffic congestion are some problems that currently faced by Surabaya Government. The Surabaya Government created Suroboyo Bus program to resolve these problems. The Suroboyo Bus Program intended to regulate traffic congestion and plastic waste in Surabaya at the same time. The Public Relations of Surabaya Government has an important role in optimizing achievement the program and conducting the activities of the Suroboyo Bus program. This research was conducted to explain strategy of the Public Relations Surabaya Government in socializing Suroboyo Bus using descriptive qualitative methods. Data collected through interviews, observations, and documentation. The stages of planning the strategy chosen include, Establishing socialization objectives, identifying audiences, setting socialization rules and policies, and determining socialization strategies. The chosen strategy in the Suroboyo Bus socialization are: determine the communication used, the delivery media used in the form of mass media and social media, and determine the socialization program in the form of determining the name of the Suroboyo Bus and making interesting content. Based on the research results, the public relations of Surabaya Government are succeeded in attracting interest the Suroboyo Bus by increasing the Suroboyo Bus user chart.

Key Words: Public Relations, Strategi, Socialization

ABSTRAK

Pengelolaan sampah plastik yang kurang baik dan tingginya tingkat kemacetan merupakan beberapa masalah yang kini dihadapi oleh Pemerintah Kota Surabaya, untuk mengatasi masalah itu Pemerintah Kota Surabaya menghadirkan program Suroboyo Bus. Hadirnya program Suroboyo Bus merupakan kebijakan strategis pemerintah Kota Surabaya dalam mengatasi kemacetan dan mengelola sampah plastik di Surabaya secara bersamaan. Untuk mengoptimalkan pencapaian program ini, Humas Pemerintah Kota Surabaya berperan penting dalam melakukan kegiatan Sosialisasi program Suroboyo Bus. Penelitian ini dilakukan untuk menjelaskan strategi Humas Pemerintah Kota Surabaya dalam mensosialisasikan Suroboyo Bus dengan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Tahapan perencanaan strategi yang dipilih meliputi, Menetapkan tujuan sosialisasi, mengidentifikasi khlayak, menetapkan aturan dan kebijakan sosialisasi, serta menentukan strategi sosialisasi. Untuk strategi sosialisasi yang dipilih dalam sosialisasi Suroboyo Bus yaitu: menentukan komunikasi yang digunakan, media penyampaian yang digunakan berupa media massa dan media sosial, dan menentukan program sosialisasi yaitu berupa penentuan nama Suroboyo Bus dan membuat konten yang menarik. Berdasarkan hasil penelitian, Humas Pemerintah Kota Surabaya berhasil menarik minat terhadap Suroboyo Bus dengan naiknya grafik pengguna Suroboyo Bus.

Kata Kunci: Humas, Strategi, Sosialisasi

PENDAHULUAN

Suroboyo Bus merupakan transportasi publik pertama yang dihadirkan dan dikelola langsung oleh Pemerintah Kota Surabaya. Suroboyo bus hadir sebagai upaya Pemerintah Kota Surabaya untuk mengajak masyarakat beralih dari penggunaan transportasi pribadi ke transportasi umum. Keunikan dari Suroboyo Bus adalah sampai saat ini masih belum menyediakan pembayaran menggunakan uang, namun calon penumpang Suroboyo Bus harus berkontribusi mengumpulkan sampah dari botol plastik bekas yang digunakan untuk membayar tiket naik Suroboyo Bus dengan 3 botol air mineral besar bekas, atau lima botol tanggung air mineral bekas, atau 10 gelas air mineral bekas yang dapat ditukar dengan satu tiket berdurasi dua jam perjalanan.

Suroboyo Bus didesain sebaik mungkin demi memudahkan penumpang yang hendak masuk ke dalam bus, Suroboyo bus dibuat dengan konsep *low entry*. Bukan hanya itu, untuk meminimalisir tindak pelecehan seksual didalam bus, bangku perempuan dan laki-laki dipisahkan. Dengan kehadiran sebuah transportasi yang nyaman dan aman, Pemerintah kota Surabaya berharap program ini dapat mengurangi kemacetan sehingga dampaknya angka kecelakaan di jalan raya juga menjadi berkurang.

Untuk mengoptimalkan pencapaian Program Pemerintah Kota Surabaya tersebut maka, humas Pemerintah Kota Surabaya perlu bekerja lebih baik dan profesional agar program kerja yang telah dirancang dapat dilaksanakan dengan baik. Humas Pemerintah Kota Surabaya mempunyai peran penting dalam penyebaran informasi sebab informasi tersebut harus diketahui oleh masyarakat. Untuk itu semestinya informasi dapat disampaikan kepada publik dengan tepat dan merata. Humas merupakan bagian dalam organisasi yang bertujuan untuk memperlancar penyebaran informasi maupun jalannya interaksi baik dengan pihak internal maupun eksternal. Humas dituntut untuk mengerahkan seluruh kreatifitasnya agar dapat menarik perhatian publik. Untuk itu, menciptakan ketertarikan publik dengan cara menarik simpati wajib dilakukan oleh seorang humas.

Menyadari pentingnya aktivitas Humas dalam setiap kegiatan dan program Pemerintah Kota Surabaya menjadi hal yang menarik untuk diteliti. Melalui aktivitas *Public Relation* yang telah dijalankan oleh Humas Pemerintah Kota Surabaya, peneliti ingin mengetahui secara mendalam Strategi yang digunakan oleh Humas Pemerintah Kota Surabaya dalam mensosialisasikan program Suroboyo Bus demi mengurangi kemacetan dan pencemaran sampah plastik yang ada di Kota Surabaya.

Hubungan Masyarakat

³⁶
¹⁴ Cutlip, Center, dan Broom (2006:6) menyatakan humas merupakan fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan saling menguntungkan antara organisasi dengan publik yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalannya.

³³
Humas merupakan bentuk komunikasi untuk mewujudkan hubungan yang harmonis antara organisasi atau instansi dengan publiknya, sehingga dapat menjalankan fungsi manajemennya dalam mencapai tujuan yang akan dicapai. Melalui unit atau program kerja humas, pemerintah dapat menyampaikan dan menjelaskan informasi mengenai kebijakan serta aktifitas dalam melaksanakan tugas atau kewajiban-kewajiban ke pemerintahannya.

Strategi *Public Relations*

Strategi pada dasarnya merupakan kebijakan untuk mencapai tujuan yang kemudian dijabarkan ke dalam sejumlah taktik untuk pencapaian tujuan yang telah ditetapkan. Manajemen Strategi dalam suatu organisasi maupun instansi biasanya dilakukan oleh humas, seperti yang dikemukakan oleh *Cutlip, Center & Broom* (2006:6) bahwa *Public Relations* adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan baik dan bermanfaat kepada publiknya yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi. Perencanaan strategi bidang humas menurut *Cutlip & Center Broom* (Morrisan 2009 :152) meliputi :

1. a. Membuat keputusan mengenai sasaran dan tujuan program,
- b. Melakukan identifikasi khalayak penentu,
- c. Menetapkan kebijakan atau aturan untuk menentukan strategi yang akan dipilih,
- d. Memutuskan strategi yang akan digunakan.

Dengan kata lain Strategi Humas membantu menciptakan reputasi perusahaan, sehingga mendukung tercapainya tujuan perusahaan. Suatu strategi Humas yang baik harus dapat menyampaikan tujuan perusahaan yang dikehendaki publiknya. Pesan yang disampaikan ke kelompok masyarakat yang merupakan sasaran, harus tepat.

Sosialisasi

Sosialisasi adalah suatu proses yang dilakukan oleh dua pihak. Pihak pertama adalah pihak yang mensosialisasikan dan pihak kedua adalah pihak yang disosialisasi. Proses sosialisasi berlangsung melalui media sosialisasi. Beberapa bentuk media sosialisasi, yaitu : (J. Dwi Narwoko dan Bagong Suyanto, 2010:76).

- a. Media massa
- b. Keluarga
- c. Masyarakat
- d. Sekolah

Dalam buku *Komunikasi Politik, Media dan Komunikasi* karangan Henry Subianto dan Rachmah Ida (2012:57), mengemukakan bahwa sosialisasi mempengaruhi kualitas interaksi antara masyarakat dengan pemerintahnya.

Dari beberapa penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa sosialisasi merupakan bagian dari kegiatan komunikasi yang penting bagi terlaksananya program organisasi maupun instansi dan menciptakan hubungan yang harmonis antara instansi dengan publiknya.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif, menurut Juli ansyah Noor (2011:34) Penelitian Kualitatif merupakan penelitian yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki fenomena sosial dan masalah manusia. Sedangkan tipe penelitian ini adalah deskriptif sendiri adalah bagian dari penelitian kualitatif yang mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, yang sedang terjadi. Dalam hal ini tipe penelitian Jenis data yang dalam penelitian ini yaitu, data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan secara langsung dari informan penelitian melalui wawancara mendalam dimana proses

mendapatkan keterangan untuk tujuan penelitian dengan melakukan tanya jawab secara langsung atau bertatap muka antara peneliti dengan narasumber, dengan menggunakan pedoman wawancara (Sutopo, 2006). Data sekunder diperoleh secara tidak langsung melalui sumber website maupun sosial media.

Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara mendalam yang merupakan sebuah teknik pengumpulan data dalam metode survey melalui daftar pertanyaan yang diajukan secara lisan terhadap informan. (Rosady Ruslan, 2010:23), dokumentasi, merupakan catatan peristiwa yang telah terjadi, berbentuk gambar, tulisan, atau karya monumental seseorang (Sugiyono, 2013:240), observasi, merupakan metode pengumpulan data untuk mengamati atau mencatat suatu peristiwa yang disaksikan secara langsung (Rosady Ruslan, 2010:221).

Langkah yang dilakukan penulis untuk menganalisis data adalah yang pertama Reduksi data dengan cara pemilihan dan konversi data yang muncul di lapangan. Kedua, penyajian data dengan merangkai dan menyusun informasi dalam bentuk satu kesatuan sel efektif dan dapat dipahami. Kemudian, menarik kesimpulan dengan mengkaji lebih dalam data penelitian agar hasil penelitian dapat diterima secara ilmiah.

PEMBAHASAN

Dari hasil penelitian yang telah penulis jabarkan di atas peneliti melakukan analisa untuk mengetahui strategi yang dijalankan praktisi humas di Pemerintah Kota Surabaya sebagai berikut:

Penetapan Tujuan Sosialisasi Suroboyo Bus oleh Humas Pemerintah Kota Surabaya

Dalam pelaksanaan program yang berkaitan dengan bidang kehumasan, perencanaan strategi dimulai dengan pembuatan keputusan mengenai tujuan dan sasaran program. Sasaran dan tujuan yang jelas membantu strategi yang ditentukan berjalan lebih efektif dan efisien. Selanjutnya bila sasaran dan tujuan sudah tepat, untuk memutuskan strategi menjadi lebih mudah. Kasubag Layanan Informasi Humas Pemerintah Kota Surabaya menjelaskan:

“Informasi yang diberikan dapat tersampaikan secara benar kepada masyarakat, dan jangan sampai masyarakat mendapat informasi yang kurang, jangan ada ruang kosong informasi.” (Jefry S, S.Sos, Kasubag Layanan Informasi, wawancara mendalam 6 Juni 2020)

Dari penelitian yang peneliti lakukan, diketahui bahwa dalam suatu kegiatan sosialisasi program pemerintah Kota Surabaya humas memiliki tujuan yang jelas, sehingga sasaran ini menjadi acuan yang ingin dicapai oleh Humas dalam menjalankan programnya. Tujuan dari kegiatan sosialisasi program Suroboyo bus adalah untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat.

Sebagai komunikator Humas berperan penting dalam penyampaian informasi dari program Pemerintah, humas harus memberikan informasi terbaru seperti gambar di atas Humas Pemerintah memberikan informasi terkait rute baru Suroboyo Bus, sehingga masyarakat tidak akan kehilangan informasi. Peneliti menilai Humas Pemerintah Kota Surabaya telah memberikan informasi mengenai Suroboyo Bus dengan baik, hal ini didukung dengan pernyataan dari 2 pengguna Suroboyo Bus, seperti berikut :

“Iya informasi yang diberikan sudah cukup, jadi memudahkan saya waktu awal naik suroboyo bus.” (Nadia, Pengguna Suroboyo Bus, wawancara mendalam 4 Juni 2020)

Tanggapan lain juga diberikan oleh pengguna Suroboyo Bus yang lain, yaitu:

“Menurut saya Pemkot Surabaya sudah cukup memberikan informasi dengan baik dan cukup jelas dalam mensosialisasikan program suroboyo bus.” (Ulil, Pengguna Suroboyo Bus, wawancara mendalam 4 Juni 2020)

Humas Pemerintah Kota Surabaya sebagai tempat keluar masuknya informasi yang berkaitan dengan Pemerintah Kota Surabaya, telah melakukan tugasnya dengan baik. Di sisi lain, dengan banyaknya informasi yang diterima masyarakat mengenai kebijakan maupun kinerja pemerintah akan mendorong tumbuhnya rasa kepercayaan yang tinggi dari masyarakat terhadap kinerja pemerintah, sehingga akan meningkatkan peran aktif masyarakat untuk berupaya ikut terlibat dalam mensukseskan program Pemerintah Kota Surabaya. Tentunya hal ini membantu memudahkan dalam kegiatan sosialisasi Suroboyo Bus, tujuan sosialisasi ini merupakan memberikan informasi kepada masyarakat mengenai Suroboyo Bus.

Dengan demikian, tujuan Humas Pemerintah Kota Surabaya dalam melakukan sosialisasi mengenai Suroboyo Bus terbilang berhasil. Humas Pemerintah Kota Surabaya memberikan sosialisasi Suroboyo Bus kepada masyarakat, dapat diterima dengan baik dan dirasa cukup membuat masyarakat mendapatkan informasi yang dibutuhkan.

Identifikasi Khalayak Suroboyo Bus oleh Humas Pemerintah Kota Surabaya

Hal yang tak kalah penting dalam menentukan strategi adalah mengidentifikasi khalayak. Khalayak penentu (*key public*) disini maksudnya adalah siapa khalayak yang menjadi sasaran utama dari kegiatan sosialisasi ini. Setelah melakukan identifikasi khalayak, selanjutnya penentuan menggunakan strategi seperti apa yang kira kira tepat. Dalam kegiatan sosialisasi Program Suroboyo Bus Humas Pemerintah Kota Surabaya memiliki beberapa khalayak penentu yaitu masyarakat yang merupakan objek utama dari kegiatan sosialisasi yang dilakukan.

Masyarakat merupakan bagian penting dari sebuah pemerintahan. Kedekatan antara pemerintah dengan masyarakat menjadi tolak ukur keberhasilan pemerintah. Masyarakat yang memiliki sifat berbeda-beda membuat Humas harus mencari cara agar kegiatan sosialisasi dapat lebih mudah dijalankan. Humas Pemerintah Kota Surabaya menentukan khalayak utama pada sosialisasi ini adalah masyarakat Surabaya yang lebih sering menggunakan Sosial Media, seperti yang diungkapkan oleh Kasubag Layanan Informasi Humas Pemerintah Kota Surabaya berikut ini:

“Kalau sasaran utama sebenarnya semua masyarakat Surabaya mbak, kita mengajak masyarakat Surabaya mengurangi sampah. Memang masyarakat ini kan beragam ya mbak jadi kita juga harus cari bagaimana caranya agar apa yang kami informasikan ini dapat diterima dan dimengerti oleh masyarakat. Namun fokusnya memang pada masyarakat yang menggunakan sosial media karna memang kegiatan sosialisasi lewat sosial media ini sangat mudah.” (Jefry S, S.Sos, Kasubag Layanan Informasi, wawancara mendalam 6 Juni 2020)

Pernyataan oleh Kasubag Layanan Informasi Humas Pemerintah Kota Surabaya ditambahkan oleh staff Humas Pemerintah Kota Surabaya berikut ini:

“Jadi kan kita memang lebih banyak menggunakan Sosial Media, kenapa begitu karena memang sarannya adalah masyarakat pekerja, pelajar, mahasiswa yang mereka ini butuh transportasi untuk melakukan kegiatan sehari-hari. Kalau untuk masyarakat biasa yang tetap dirumah atau pekerjaannya dirumah seperti orang tua yang belum paham menggunakan sosial media kita sosialisasinya ya melalui media massa yang lain seperti radio koran, seperti itu.”

(Hanna Amanda S.I.Kom, Staff Humas Pemerintah Kota Surabaya, wawancara mendalam 5 Juni 2020)

Dari pernyataan diatas, khalayak utama yang dipilih adalah masyarakat yang menggunakan sosial media. Hal ini karena Kota Surabaya yang merupakan salah satu kota besar di Indonesia dimana masyarakatnya sudah terbilang maju dan memahami cara penggunaan teknologi terutama sosial media. Dan juga kegiatan sosialisasi ini lebih menuju kepada masyarakat Surabaya yang lebih sering menggunakan transportasi dalam kegiatan sehari-hari, hal ini tentunya untuk mengurangi penggunaan kendaraan pribadi, sehingga kemacetan di Surabaya dapat berkurang.

Aturan dan Kebijakan untuk Menentukan Strategi Sosialisasi Suroboyo Bus

Aturan dan kebijakan menjadi landasan utama kerja Humas sebelum menentukan kegiatan yang akan dilakukan. Dalam menjalankan kerja kehumasan, Humas Pemerintah Kota Surabaya melakukan kegiatan Sosialisasi program Suroboyo Bus tidak berdasarkan dengan aturan dan kebijakan sebuah kegiatan. Seperti yang dikatakan Kasubag Layanan Informasi Humas Pemerintah Kota Surabaya berikut ini :

“Untuk aturan tertentu itu nggak ada mbak, yang pasti Humas harus mampu bagaimana pun caranya masyarakat mendapat informasi selengkap-lengkapannya.” (Jefry S, S.Sos, Kasubag Layanan Informasi, wawancara mendalam 6 Juni 2020)

Begitu juga yang dikatakan oleh Ibu Nurul Fardina S.Kom selaku Koordinator e-dishub berikut ini :

“Dari dishub sendiri tidak ada mbak aturan tertentu untuk sosialisasi program ini mbak, yang penting ya tidak menyalahi aturan misalkan tidak mengandung unsur sara dll.” (Nurul Fardina S.Kom, Koordinator e-dishub, wawancara mendalam pada 5 Juni 2020)

Baik humas maupun Dishub tidak memiliki aturan maupun kebijakan tertentu dalam melakukan kegiatan sosialisasi program Suroboyo Bus ini, namun tetap harus mensosialisasikan kepada masyarakat sesuai dengan norma yang berlaku.

Strategi Sosialisasi Suroboyo Bus oleh Humas Pemerintah Kota Surabaya

a. Komunikasi yang Digunakan dalam Sosialisasi Suroboyo Bus

Dalam penyampaian informasi, yang menjadi perhatian penting humas adalah komunikasi itu sendiri, dimana komunikasi meliputi, siapa yang menjadi lawan komunikasi, apa yang dikomunikasikan, dan bagaimana komunikasi ini dijalankan. Humas Pemerintah Kota Surabaya mengerti bahwa hal penting dalam mengkomunikasikan program Pemerintah Kota Surabaya ini harus memilih komunikasi yang tepat agar apa yang menjadi tujuan dan sasaran sosialisasi ini dapat tercapai. Seperti yang dikatakan Staff Humas Pemerintah Kota Surabaya, Hanna Amanda S.I.Kom berikut ini :

“Untuk memberikan Informasi, mengkomunikasikannya itu bukan hanya melalui Sosial Media nya Humas saja, kalau sosial media kan tidak semua masyarakat Surabaya itu tahu cara penggunaannya, jadi kita juga pakai media konvensional juga. Ya supaya informasi bisa sampai ke semua masyarakat.”(Hanna Amanda S.I.Kom, Staff Humas Pemerintah Kota Surabaya, wawancara mendalam 5 Juni 2020)

Jadi, penulis melihat bahwa komunikasi yang digunakan oleh Humas Pemerintah Kota Surabaya ini didasarkan pada siapa yang akan diajak komunikasi dan bagaimana komunikasi itu dijalankan. Selain itu media penyampaian komunikasi yang dilakukan juga merupakan *concern* dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat.

b. Media Penyampaian Sosialisasi Suroboyo Bus

Penggunaan media tak luput dari strategi Humas Pemerintah Kota Surabaya. seperti yang diterangkan oleh Kepala Sub Bagian Layanan Informasi berikut ini:

“Sejauh ini penggunaan media sangat membantu ya mbak, karena sosialisasi program ini sangat bisa tersampaikan kepada masyarakat memang melalui media ketimbang sosialisasi secara langsung.” (Jefry S, S.Sos, Kasubag Layanan Informasi, wawancara mendalam 6 Juni 2020)

Dari hasil wawancara dengan Kasubag Layanan Informasi Humas Pemerintah Kota Surabaya, penyampaian pesan melalui media membantu Humas pemerintah Kota Surabaya dalam memberi informasi kepada masyarakat lebih cepat dan efektif dibanding dengan sosialisasi secara langsung turun ke lapangan.

Disamping itu, penggunaan media online yang dilakukan oleh Humas Pemerintah Kota Surabaya dalam kegiatan sosialisasi penulis nilai cukup efektif. Media sosial yang sedang digemari oleh masyarakat dimanfaatkan dengan baik oleh Humas. Sejauh ini penyampaian informasi dilakukan Humas Pemerintah Kota Surabaya melalui media sosial maupun website resmi pemerintah Kota Surabaya. Seperti yang diungkapkan oleh Kasubag Layanan Informasi Humas Pemerintah Kota Surabaya berikut ini:

“Untuk mensosialisasikan suroboyo bus yang digunakan Humas Pemerintah Kota Surabaya menggunakan media massa dan juga media sosial, media sosial menjadi media utama pemerintah Kota Surabaya dalam sosialisasi terutama website resmi milik Humas Pemerintah Kota Surabaya, Instagram, Facebook dan Twitter. Media-media ini yang sangat membantu Humas Pemkot dalam menyampaikan informasi mengenai program ini kepada masyarakat.” (Jefry S, S.Sos, Kasubag Layanan Informasi, wawancara mendalam 6 Juni 2020)

Media Sosial merupakan media yang lebih sering digunakan Humas Pemerintah Kota Surabaya dalam melakukan kegiatan sosialisasi mengenai program dan kebijakan Pemerintah Kota Surabaya.

c. Program Sosialisasi Suroboyo Bus

1) Pemilihan Nama Suroboyo Bus

Membuat Slogan atau pemilihan nama Suroboyo Bus merupakan salah satu strategi yang digunakan Humas Pemerintah Kota Surabaya. Pemilihan nama ini dinilai sangat t

cepat untuk mendukung program yang dicetuskan sendiri oleh Ibu Walikota Tri Risma Harini, seperti yang diungkapkan oleh Ibu Nurul Fardina S.Kom selaku Koordinator e-dishub berikut ini:

“Pasti membantu, karena kan sudah -
iconic banget ya, karena Surabaya Busnya ya Suroboyo Bus itu enggak ada lagi
.” (Nurul Fardina S.Kom, Koordinator e-
dishub, wawancara mendalam pada 5 Juni 2020)

Alasan pemilihan nama Suroboyo Bus, karena kata Suroboyo Bus mudah diingat dan mudah dipahami bahwa Suroboyo Bus merupakan transportasi milik Surabaya. Penulis n Suroboyo Bus yang ada di badan Bus juga dinilai tepat digunakan dalam mensosialisasikan program ini. Dengan pemilihan nama yang *simple*, dan mudah diingat ini membuat Humas Pemerintah Kota Surabaya dapat dengan mudah mensosialisasikannya.

2) Pembayaran menggunakan Botol air mineral bekas

Demi mengurangi pencemaran sampah plastik yang ada di Surabaya, Pemerintah Kota Surabaya telah membuat program Suroboyo Bus dimana program ini merupakan upaya pemerintah Kota Surabaya mengelola sampah plastik secara baik, dengan mengajak masyarakat berkontribusi di mengumpulkan botol plastik yang bisa digunakan untuk menaiki Suroboyo Bus. Koordinator e-dishub, Ibu Nurul Fardina S.Kom mengungkapkan tujuan dari program Suroboyo bus ini:

“Jadi awalnya walikota Surabaya, Bu Risma ingin mengedukasi mengurangi sampah plastik yang ada di Suroboyo. Maka dari itu hadir lah Suroboyo bus gratis, namun harus berkontribusi mengumpulkan botol plastik.”(Nurul Fardina S.Kom, Koordinator e-dishub, wawancara mendalam pada 5 Juni 2020)

penulis melihat kegiatan sosialisasi dengan pembayaran tiket menggunakan botol plastik tidak hanya memudahkan Pemerintah Kota Surabaya didalam mengelola sampah plastik. Sistem pembayaran menggunakan botol bekas juga merupakan sosialisasi yang unik digunakan oleh Humas Pemerintah untuk menarik minat masyarakat untuk naik Suroboyo Bus.

3) Membuat Konten yang Menarik Minat Masyarakat Terhadap Suroboyo Bus

Konten yang menarik dan kaya informasi sangat diperlukan oleh masyarakat. Konten yang disajikan pun harus bisa menyampaikan pesan yang ingin disampaikan oleh Humas Pemerintah Kota Surabaya dengan tepat dan akurat serta efisien. Kemudian Kasubag Layanan Informasi Humas Pemerintah Kota Surabaya melanjutkan pernyataan seperti berikut ini:

“Kita pernah mengadakan lomba foto tentang Suroboyo Bus juga. Dengan begitu masyarakat akan tertarik dengan Suroboyo Bus.” (Jefry S, S.Sos, Kasubag Layanan Informasi, wawancara mendalam 6 Juni 2020)

Humas Pemerintah Kota Surabaya dalam rangka meningkatkan partisipasi masyarakat dalam berlangsungnya program Suroboyo Bus ini. Program ini hadir agar masyarakat dapat terlibat juga dalam proses sosialisasi Program yang diadatkan oleh Pemerintah Kota Surabaya ini.

Dari keseluruhan penelitian yang dilakukan oleh penulis, penulis menilai kegiatan yang dilakukan sudah baik dalam mengajak masyarakat untuk beralih dari transportasi pribadi ke transportasi umum, kegiatan sosialisasi melalui media sosial yang dilakukan oleh Humas Pemerintah Kota Surabaya penulis menilai berhasil.

KESIMPULAN

Strategi yang digunakan Humas Pemerintah Kota Surabaya yang pertama yaitu menentukan komunikasi. Kedua menentukan media penyampaian yang digunakan adalah segala platform media sosial seperti *twitter, facebook, instagram dan youtube*. Ketiga menentukan program sosialisasi yaitu, pemilihan nama Suroboyo Bus yang mudah diingat, pembayaran menggunakan botol bekas, dan juga humas berupaya membuat konten yang menarik seperti membuat video keliling Kota Surabaya menggunakan Suroboyo Bus, membuat lomba foto bertema Suroboyo Bus. Humas dalam mensosialisasikan Strategi sosialisasi program Suroboyo Bus memanfaatkan penggunaan media sosial yang dinilai berhasil menarik minat masyarakat terhadap program Suroboyo Bus, hal ini terbukti dengan meningkatnya grafik penumpang Suroboyo Bus.

DAFTAR PUSTAKA

- Cutlip, Scott M, dkk.. (2006). *Effective public relations (Edisi kesembilan)*. Jakarta: Kencana
- Cutlip, Scott M, dkk. (2009). *Effective Public Relations*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Dwi Narwoko, J., dan Suyanto, Bagong. (2013). *Sosiologi Teks Pengantar Dan Terapan*. Jakarta: Kencana.
- Noor, Juliansyah . (2011). *Metodologi Penelitian : Skripsi, tesis, disertasi dan karya ilmiah*. Kencana. Jakarta: Kencana Prenada Media
- Ruslan, Rosady. (2010). *Metodologi penelitian: public relation & komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Subianto, Henry dan Ida Rachmah. (2012). *Komunikasi politik, media, dan demokrasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutopo. (2006). *Metodologi penelitian kualitatif*. Surakarta: UNS

STRATEGI HUMAS PEMERINTAH KOTA SURABAYA DALAM MENSOSIALISASIKAN PROGRAM SUROBOYO BUS

ORIGINALITY REPORT

% **16**
SIMILARITY INDEX

% **12**
INTERNET SOURCES

% **5**
PUBLICATIONS

% **13**
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1 digilib.uin-suka.ac.id % **1**
Internet Source

2 Submitted to Universitas Airlangga % **1**
Student Paper

3 library.binus.ac.id % **1**
Internet Source

4 radarsurabaya.jawapos.com % **1**
Internet Source

5 Submitted to Universitas Nasional % **1**
Student Paper

6 Submitted to IAIN Batusangkar % **1**
Student Paper

7 digilib.uinsby.ac.id % **1**
Internet Source

8 media.neliti.com % **1**
Internet Source

9 Submitted to Universitas Andalas

Student Paper

% 1

10

ejournal.iainkendari.ac.id

Internet Source

% 1

11

edoc.pub

Internet Source

% 1

12

[Submitted to Universitas Pendidikan Indonesia](#)

Student Paper

% 1

13

[Submitted to Universitas Muhammadiyah
Surakarta](#)

Student Paper

% 1

14

ejournal-unisma.net

Internet Source

<% 1

15

[Submitted to Sekolah Tinggi Pariwisata
Bandung](#)

Student Paper

<% 1

16

ejournal.gunadarma.ac.id

Internet Source

<% 1

17

jim.unsyiah.ac.id

Internet Source

<% 1

18

docshare.tips

Internet Source

<% 1

19

[Submitted to iGroup](#)

Student Paper

<% 1

20	journal.stainkudus.ac.id Internet Source	<% 1
21	eprints.upnjatim.ac.id Internet Source	<% 1
22	docobook.com Internet Source	<% 1
23	jimfeb.ub.ac.id Internet Source	<% 1
24	Submitted to Universitas Islam Indonesia Student Paper	<% 1
25	repository.uinbanten.ac.id Internet Source	<% 1
26	Submitted to Universitas Islam Malang Student Paper	<% 1
27	temuilmiah.iplbi.or.id Internet Source	<% 1
28	repository.ub.ac.id Internet Source	<% 1
29	Submitted to STIE Perbanas Surabaya Student Paper	<% 1
30	soalterbaru.com Internet Source	<% 1
31	journal.uny.ac.id Internet Source	<% 1

<% 1

32

ikhtisarilmu.blogspot.com

Internet Source

<% 1

33

rumah-pr.blogspot.com

Internet Source

<% 1

34

Tugino Tugino. "Efektivitas Media Youtube Dalam Melestarikan Permainan Tradisional Di LSM Bening Saguling Foundation di Desa Cihampelas", Comm-Edu (Community Education Journal), 2020

Publication

<% 1

35

Submitted to Universitas Terbuka

Student Paper

<% 1

36

Submitted to Udayana University

Student Paper

<% 1

EXCLUDE QUOTES OFF

EXCLUDE MATCHES OFF

EXCLUDE BIBLIOGRAPHY OFF