

Abstrak

Dalam mewujudkan kebijakan dalam pelestarian lingkungan hidup, sejak tahun 2008 Pemerintah Kabupaten Sidoarjo telah mengkampanyekan program *Sidoarjo Bersih dan Hijau*. Dimana sesuai dengan yang tertuang dalam peraturan Bupati No. 188 bahwa tim pelaksana adalah Dinas Kebersihan dan Pertamanan Kabupaten Sidoarjo. Disini peneliti akan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang akan mendeskripsikan proses pelaksanaan kampanye program *Sidoarjo Bersih dan Hijau* sebagai studi evaluasi dengan mengumpulkan data melalui *indepth interview*, observasi dan dokumentasi. Dari hasil penelitian ini adalah berdasarkan persepsi peneliti, telah ditemukan mengenai jenis kampanye program *Sidoarjo Bersih dan Hijau* yang dijalankan oleh Dinas Kebersihan dan Pertamanan Kabupaten Sidoarjo adalah *Ideological or Cause-Oriented Campaigns* yaitu kampanye yang berdimensi khusus yang bertujuan untuk perubahan sosial. Walaupun strategi kampanye dikemas dalam rangkaian kompetisi, dapat diidentifikasi perencanaan dan pelaksanaannya yang memiliki tujuan khusus maupun umum. Dalam penelitian ini, dengan menggunakan perspektif proses tahapan perencanaan Kampanye *Public Relations* menurut Anne Gregory peneliti juga menemukan tentang rincian analisa proses, mulai dari perencanaan, pelaksanaan hingga evaluasi Kampanye. Dan pada akhirnya penelitian ini dapat membuktikan, bahwa kampanye program SBH sudah dilaksanakan dengan baik untuk mencapai tujuan dalam dimensi kompetisi, namun dapat ditemukan celah dari strategi sehingga keberlanjutan sikap dan perilaku masyarakat masih belum tercapai karena pesan belum terinternalisasi. Hasil temuan ini menjadi bahan evaluasi dan rekomendasi selanjutnya agar memperhatikan elemen-elemen komunikasi seperti; Komunikator, Pesan, Media/ Saluran, Komunikan dan Dampak, agar capaian kampanye lebih maksimal.

Kata Kunci : Kampanye Program , *Public Relations* , *Sidoarjo Bersih dan Hijau*, Dinas Kebersihan dan Pertamanan, Kabupaten Sidoarjo

Abstract

In realizing the policy in environmental conservation, since 2008 the Government of Sidoarjo Regency has campaigned the program Sidoarjo Clean and Green. Where according to what is stated in regent regulation no. 188 that the implementing team is the Department of Sanitation and Gardening of Sidoarjo Regency. Here the researcher will use descriptive qualitative approach which will describe the process of campaign implementation of Sidoarjo Bersih and Hijau program as evaluation study by collecting data through indepth interview, observation and documentation. From the results of this study is based on the perceptions of researchers, has been found on the type of campaign program Sidoarjo Clean and Green run by the Department of Hygiene and Gardening of Sidoarjo Regency is Ideological or Cause-Oriented Campigns is a special dimension campaign aimed at social change. Although the campaign strategy is packed in a series of competitions, it can be identified that its plans and execution have both specific and general objectives. In this study, using the perspective of the process of planning stages of Campaign Public Relations according to Anne Gregory researchers also found about the details of process analysis, from planning, implementation to evaluation Campaign. Finally, this research can prove that the SBH program campaign has been well implemented to achieve the objectives in the competition dimension, but can be found the gap of the strategy so that the sustainability of attitude and behavior of society still not reached because the message has not been internalized. These findings are subject to further evaluation and recommendations in order to take account of communication elements such as; Communicators, Messages, Media / Channels, Communicant and Impact, to maximize campaign performance.

Keywords: Campaign Program, Public Relations, Sidoarjo Clean and Green, Office of Sanitation and Gardening, Sidoarjo Regency