

ABSTRAK

Komunikasi lingkungan hidup menjadi salah satu cara untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat dalam menanggulangi permasalahan lingkungan hidup. Strategi komunikasi lingkungan menjadi faktor penting untuk tercapainya tujuan yaitu adanya perubahan perilaku target sasaran. Salah satu agen yang dapat menjalankan komunikasi lingkungan hidup ini adalah organisasi pemerintah yang memiliki kekuasaan dan regulasi yang cukup untuk menyentuh seluruh lapisan masyarakat. Badan Lingkungan Hidup Daerah Istimewa Yogyakarta sebagai organisasi pemerintah melalui program Mertikali mengedukasi masyarakat DIY untuk menjaga kebersihan sungai yang mulai tercemar oleh limbah domestik. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode studi kasus, serta teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Dengan menggunakan teori strategi komunikasi lingkungan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa BLH DIY melalui proses strategi komunikasi lingkungan mulai dari analisis situasi, penentuan tujuan komunikasi, perencanaan program, pelaksanaan program, dan evaluasi. Berdasarkan analisis penelitian, terlihat bahwa BLH DIY menggunakan pendekatan budaya dalam menyampaikan dalam menyampaikan pesan lingkungan, hal ini dinilai dapat mempermudah masyarakat dalam menangkap pesan Mertikali. Pendekatan budaya ini menjadi salah satu daya tarik masyarakat untuk terlibat dalam kegiatan, mengingat masyarakat Yogyakarta masih tertarik dengan budaya lokal. Disamping itu, adanya fasilitas tanda asih berupa dana menjadi salah satu motivasi masyarakat untuk mengikuti acara. Dengan begitu terlihat adanya pola komunikasi yang saling menguntungkan dan bernilai manfaat dalam hubungan kerjasama antara pemerintah dengan masyarakat. Fasilitas tali asih menjadi salah satu nilai manfaat yang dapat diterima oleh masyarakat dan menjadi motivasi masyarakat untuk terlibat. Hal ini dapat menjadi salah satu acuan untuk sebuah organisasi dalam melakukan strategi komunikasi lingkungan untuk menyertakan nilai manfaat dalam bentuk lain yang ditawarkan untuk memotivasi keterlibatan target sasaran.

Kata kunci: Komunikasi Lingkungan Hidup, Organisasi Pemerintah, Program Mertikali

ABSTRACT

Environmental communication environment is one of tool to educate people in reducing environmental problems. Environmental related messages are communicated to the public as target audiences to create understanding and behavioral changes as long-term targets. Thus, the Government Organization with its authority, has a role to become one of the agents in delivering environmental messages related to environmental issues in the region. *Merti kali* Program is a movement initiated by the Environment Agency - Badan Lingkungan Hidup (BLH) of Special Region of Yogyakarta which aims to urge people and community who live around the river banks to maintain the cleanliness of the river. This program can also be said as a river revitalization program that aims to educate and change the behavior of the community in the form of the habit of disposing of domestic waste into the river. From the results of research conducted, there is a process of environmental communication strategies undertaken by BLH DIY through five stages: situational analysis, determination of communication objectives, program planning, program implementation, and evaluation. Based on the tactics used by BLH DIY, it can be seen that communication strategy used by BLH DIY is through cultural approach, starting from activity, media, using public figure, to the use of traditional art in message delivery. The selection of cultural approaches in this strategy to refer directly to the people of Yogyakarta who are close to the culture in their daily lives. Through cultural activities, this can draw the attention of the community as a target to engage. Through a culture close to the community it can also be a message channel that can be easily captured by the public. In addition, the Tali Asih as a facility in the form of funds given to participants of *Merti Kali* as a form of appreciation of BLH DIY for the involvement of this community becomes one of the motivation of the community to be involved in *Merti Kali* activities. Thus, the pattern of mutually beneficial communication and valuable benefits in the relationship of cooperation between government and society is clearly visible. The facility of Tali Asih is one of the value of benefit that can be accepted by society and become the motivation of society to get involved. This can be one of the benchmarks for an organization in carrying out an environmental communication strategy to include the value of benefits in other forms offered to motivate targeted engagement.

Keyword: Environmental Communication, Government Organization, Merti Kali Program