

ABSTRAK

Penelitian ini membahas strategi komunikasi dan implementasi pengelolaan sampah di Kota Bandung dengan pendekatan berbasis teori komunikasi organisasi, teori pemangku kepentingan, dan model komunikasi simetris dua arah. Penelitian ini mengungkapkan bahwa efektivitas strategi komunikasi pemerintah, seperti pelibatan masyarakat melalui program “Kang Pisman” (Kurangi, Pisahkan, Manfaatkan), Kawasan Bebas Sampah (KBS), dan Bank Sampah, sangat bergantung pada integrasi media sosial dengan pendekatan komunitas. Pemerintah Kota Bandung memanfaatkan media sosial untuk menyampaikan pesan secara interaktif, yang diperkuat dengan program edukasi berbasis komunitas.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa program pengelolaan sampah mandiri, seperti yang diterapkan di Hotel Grand Tjokro, Mall Paris Van Java, dan Rumah Sakit Edelweiss, berhasil mengurangi volume sampah yang dikirim ke Tempat Pembuangan Akhir (TPA) hingga 16%, menghasilkan manfaat ekonomi dan lingkungan yang signifikan. Partisipasi masyarakat menjadi elemen kunci, didukung oleh insentif dari bank sampah dan edukasi berkelanjutan. Strategi berbasis klaster dan kolaborasi lintas sektor, termasuk dengan sektor swasta dan lembaga pendidikan, meningkatkan efektivitas program ini.

Penelitian ini juga mengidentifikasi tantangan dalam menjangkau kelompok masyarakat tertentu dan kebutuhan akan pendanaan tambahan untuk memperluas cakupan program. Dengan pendekatan yang terintegrasi dan indikator keberhasilan yang jelas, seperti pengurangan ritasi sampah ke TPA, Kota Bandung berhasil menciptakan sistem pengelolaan sampah yang berkelanjutan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi komunikasi yang efektif, kolaborasi lintas sektor, dan partisipasi masyarakat merupakan kunci keberhasilan pengelolaan sampah, menjadikan Kota Bandung model bagi daerah lain di Indonesia.

Kata Kunci: Strategi komunikasi dan Implementasi, Kolaborasi dengan Stakeholder, dan Media Sosial.