

## STRATEGI KOMUNIKASI PUBLIK PEMKOT BANDUNG DALAM PENGURANGAN KANTONG PLASTIK

Kurnia Lucky Fadillah, Yenni Yuniati, Oji Kurniadi

Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Jl. Tamansari No.20,  
Tamansari, Kec. Bandung Wetan, Kota Bandung, 40116, Indonesia

Email: [Kurluckyf@gmail.com](mailto:Kurluckyf@gmail.com)

### *Abstract*

*This study examines the "Public Communication Strategy of the Bandung City Government in Reducing Plastic Bags" the existence of Regional Regulation Number 17 of 2012 and Perwal Number 32 of 2019 regarding the reduction of plastic bags in the city of Bandung requires the community to start reducing plastic bags, one of which is at retailers in Bandung. This is because the city of Bandung is because the amount of waste in the city of Bandung which is currently very large, about 30% of the waste is inorganic and 10% of the inorganic waste is plastic. The purpose of this research is ) Knowing that the paid plastic bag program at retailers in Bandung City in Reducing Plastic Bags is not working again. The method in this research is a qualitative method with a case study approach. The paradigm used is Constructivist. Data collection techniques through interviews, observations, documents and literature studies. This study uses the theory of public communication, public policy and environmental communication. The results of this study show The obstacles that occur are that there are still many people who refuse and policies that still do not provide a sense of deterrence.*

**Keywords:** *Public Communication, Public Policy, Environmental Communication, Paid Plastic Bags.*

### **Abstrak**

Penelitian ini mengkaji "Strategi Komunikasi Publik Pemerintah Kota Bandung Dalam Mengurangi Kantong Plastik" Adanya Peraturan Daerah Nomor 17 Tahun 2012 dan Perwal Nomor 32 Tahun 2019 tentang pengurangan kantong plastik di Kota Bandung mengharuskan masyarakat untuk mulai mengurangi kantong plastik salah satunya di retailer di Bandung. Hal ini dikarenakan Kota Bandung karena jumlah sampah di Kota Bandung yang saat ini sangat besar, sekitar 30% sampah anorganik dan 10% sampah anorganik adalah plastik. Tujuan dari penelitian ini adalah ) Mengetahui bahwa program kantong plastik berbayar pada pengecer di Kota Bandung dalam Pengurangan Kantong Plastik sudah tidak berjalan lagi. Metode dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Paradigma yang digunakan adalah Konstruktivis. Teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dokumen dan studi pustaka. Penelitian ini menggunakan teori komunikasi publik, kebijakan publik dan komunikasi lingkungan. Hasil penelitian ini menunjukkan Kendala yang terjadi adalah masih banyak masyarakat yang menolak dan kebijakan yang masih belum memberikan rasa jera.

**Kata kunci:** Komunikasi Publik, Kebijakan Publik, Komunikasi Lingkungan, Kantong Plastik Berbayar.

## 1. Pendahuluan

Permasalahan sampah di Bandung merupakan masalah yang belum terselesaikan hingga saat ini. Dengan bertambahnya jumlah penduduk di Indonesia. Komposisi sampah yang dihasilkan dari aktivitas manusia adalah sampah organik sekitar 60%-70% dan sampah non-organik 30%-40%.

Permasalahan sampah di Bandung diperkirakan menyumbang sekitar 1600 ton sampah. Dimana sepuluh persen dari sampah tersebut merupakan sampah plastik jadi kurang lebih Bandung menyumbang sekitar 160 ton sampah setiap harinya. Menurut Direktur Utama PD Kebersihan Deni Nurdyana Hadimin. "Sampah di Bandung terdiri dari 70 persen organik dan 30 persen anorganik. Untuk rata-rata sampah plastik, data validnya tidak ada. Tetapi 10 persen itu anorganik (plastik) tiap harinya." (Yudistira 2018)

Untuk di Jawa Barat Khususnya di Kota Bandung, menurut data yang diambil dari Kang Pisman, Timbunan sampah setiap harinya mencapai kurang lebih 1500 ton/hari atau diibaratkan tumpukan ini setara dengan sampah setinggi 75 cm seluas lapangan sepak bola setiap harinya. Hal yang paling mengerikan di Bandung adalah Ketika TPU di Leuwi Gajah longsor dan mengakibatkan 147 orang meninggal dunia karena hal tersebut yang terjadi tanggal 21 Februari 2005.

Dalam mengurangi penggunaan Plastik dan menanggulangi sampah pemerintah kota Bandung pada saat 2012 membuat sebuah Peraturan Daerah nomor 17 tahun 2012 tentang Pengurangan Penggunaan Kantong Plastik. Dimana isi dari Perda ini adalah untuk mengurangi penggunaan kantong plastik yang dapat merusak lingkungan serta menjamin kelangsungan kehidupan, keselamatan makhluk hidup.

Perda no 17 ini juga membahas bahwa Walikota menetapkan Kawasan pengurangan penggunaan kantong plastik yaitu di tempat: pusat perbelanjaan, pertokoan, pasar, kantor pemerintahan, dan saran dan prasarana public.

Selain itu di Bab IX dijelaskan mengenai ketentuan Pidana dalam ayat 1 "Setiap orang dan/atau badan usaha yang dengan sengaja melakukan perbuatan yang menghalang-halangi pengurangan penggunaan kantong plastik yang tidak ramah lingkungan dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) bulan dan/atau denda paling banyak Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah)."

Pengurangan Plastik yang dilakukan oleh Pemkot Bandung adalah dengan membayar setiap plastik belanjaan disetiap ritel dengan biaya 200 rupiah. Memang terlihat kecil nominal yang harus dibayarkan konsumen Ketika berbelanja dan tidak mempunyai kantong belanja sendiri, namun hal ini patut diapresiasi karena mulai berani untuk memberikan bayaran kepada kantong plastik yang biasanya diberikan secara gratis setiap belanja.

Pekot Bandung memberikan sosialisasi terlebih dahulu untuk mulai melakukan sosialisasi dengan menempelkan sticker di setiap ritel yang ada di Kota Bandung untuk mengurangi penggunaan kantong plastik atau bersedia membayar kantong tersebut dengan harga dua ratus rupiah, sticker ini dipasang di pintu masuk serta di meja kasir.

Selang beberapa tahun kemudian, Walikota Baru Yaitu Oded M Daniel dan Wakil Walikota Yana Mulyana membuat sebuah program untuk menjadikan Kota Bandung menjadi Asri yaitu dengan program Kang Pisman, Kang Pisman merupakan singkatan dari kurangi, Pisahkan dan manfaatkan sampah agar masyarakat Kota Bandung menjadi peduli mengenai kebersihan dan bahaya dari sampah.

Dengan adanya program Kang Pisman dan pembelian plastik di ritel seharga dua ratus rupiah ini, diharapkan masyarakat Kota Bandung bisa lebih menyadari akan bahaya sampah yang dapat merusak lingkungan, tetapi program pembelian plastik di ritel ini tidak berjalan mulus. Beberapa tahun ini hanya satu ritel yang masih menerapkan plastik berbayar, sedangkan ritel lainnya tidak melakukan hal tersebut.

Berdasarkan konteks maka penelitian ini memfokuskan pada “Bagaimana Strategi Komunikasi Publik Pemkot Bandung dalam Pengurangan Kantong Plastik. Kemudian difokuskan pada pertanyaan mengenai mengapa program plastik berbayar di ritel-ritel di Kota Bandung dalam pengurangan Kantong plastik saat ini tidak berjalan kemabali.

## 1. Kerangka Pemikiran dan Tinjauan Pustaka

### 1.1 Kerangka Pemikiran

Dengan konsep Komunikasi Publik menurut Hageman dalam Buku Deddy Mulyana “Ilmu Komunikasi, Pengantar” (2000), “Komunikasi publik adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar dan majalah) atau elektronik (radio, televisi), yang dikelola oleh suatu Lembaga atau orang yang melembagakan yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat.”

Dilihat dari pengertian diatas dinyatakan bahwa, komunikasi public merupakan komunikasi yang menggunakan berbagai media yang ditujukan kepada sejumlah besar orang untuk memberikan informasinya. Dalam hal ini, peran media menjadi sangat penting selain pesan yang disampaikan. Karena penggunaan media yang tepat dapat membuat pesan yang disampaikan pihak komunikator dapat disampaikan dengan baik dan disebarluaskan secara meluas.

Komunikasi publik bersifat satu arah, sehingga pesan yang disampaikan harus secara jelas dan rinci karena komunikator tidak dapat memberikan timbal balik secara langsung. Sehingga menimbulkan efek/pengaruh kepada komunikan terhadap pesan yang disampaikan oleh komunikator.

Strategi komunikasi mendefinisikan khalayak sasaran, berbagai Tindakan yang akan dilakukan, mengatakan bagaimana khalayak sasaran akan memperoleh manfaat berdasarkan sudut pandang, serta bagaimana

khalayak yang lebih besar dapat dijangkau secara efektif.

Dengan demikian untuk membuat sebuah komunikasi public yang efektif dibutuhkan strategi komunikasi yang tepat, sehingga pesan yang disampaikan kepada khalayak dapat dicerna dengan baik serta dapat dijangkau kepada masyarakat menjadi efektif.

### 1.2 Tinjauan Pustaka

#### Komunikasi Publik

Komunikasi publik adalah pertukaran pesan dengan sejumlah orang yang berada dalam sebuah organisasi atau yang di luar organisasi, secara tatap muka atau melalui media. komunikasi publik atau public speaking sebagai proses menggunakan pesan untuk menimbulkan kesamaan makna dalam sebuah situasi dimana seorang sumber mentransmisikan sebuah pesan ke sejumlah penerima pesan yang memberikan umpan balik berupa pesan atau komunikasi non verbal dan terkadang berupa tanya jawab. Dalam komunikasi publik, sumber menyesuaikan pesan yang dikirimkan kepada penerima pesan dalam rangka untuk mencapai pemahaman yang maksimal. Terkadang, secara virtual penerima pesan dapat memahami pesan yang disampaikan oleh sumber pesan atau bahkan tidak mengerti sama sekali. (Srisadono 2018)

#### Kampanye Komunikasi Politik

Kampanye Komunikasi Publik adalah upaya untuk membentuk perilaku terhadap hasil sosial yang diinginkan (Weiss & Tschirhart, 1994). Perilaku tersebut mungkin seperti makan dengan benar, minum lebih sedikit, mendaur ulang, dan lainnya. hasil dari perilaku tersebut adalah tujuan akhirnya yaitu kampanye yang dapat mencakup individu, keluarga dan komunitas atau yang lebih spesifik adalah hasil kebijakan yang mengarah pada hasil yang lebih baik individu, keluarga atau komunitas. Biasanya kampanye komunikasi public ini menggunakan media, pemberian pesan serta aktivitas komunikasi yang terorganisasi untuk menghasilkan hasil

tertentu dalam jumlah besar dan dalam waktu tertentu (Rogers & Storey 1987).

Sangat jarang kampanye komunikasi public yang menonjolkan hanya satu saluran media. “promosi hanyalah bagian dari bauran pemasaran” (Balch & Sutton, 1997, P.64) biasanya mereka mengkoordinasikan upaya media dengan beragam saluran komunikasi lain, beberapa menggunakan interpersonal dan Sebagian lagi menggunakan komunitas, untuk memperluas jangkauan dari frekuensi pesan kampanye dan meningkatkan kemungkinan pesan akan berhasil membawa perubahan.

### **Kebijakan Publik**

Kebijakan menurut Carl J. Federick yang dikutip Leo Agustino (2008:7) adalah sebuah serangkaian Tindakan yang diusulkan seseorang, kelompok atau pemerintah dalam suatu lingkungan tertentu dimana terdapat hambatan-hambatan (kesulitan-kesulitan) dan kesempatan-kesempatan terhadap pelaksanaan usulan kebijaksanaan dalam rangka mencapai tujuan tertentu.

Easton memberikan definisi kebijakan publik sebagai the authoritative allocation of values for the whole society atau sebagai pengalokasian nilai-nilai secara paksa kepada seluruh anggota masyarakat. Laswell dan Kaplan juga mengartikan kebijakan public sebagai projected program of goal, value, and Practice atau sesuatu program pencapaian tujuan, nilai-nilai dalam praktek-praktek yang terarah. Pressman dan Widavsky sebagaimana dikutip Budi Winarno (2002: 17) mendefinisikan kebijakan publik sebagai hipotesis yang mengandung kondisi-kondisi awal dan akibat-akibat yang bisa diramalkan.

### **Komunikasi Lingkungan**

Komunikasi lingkungan adalah rencana dan strategi melalui proses komunikasi dan produk media untuk mendukung efektifitas pembuatan kebijakan, partisipan public, dan implementasinya pada lingkungan. Dalam pengertian diatas bisa dilihat bahwa

komunikasi lingkungan menjadi komponen yang terintegrasi dalam kebijakan.

Menurut Robert Cox dalam Bukunya *Environmental Communication and the public Sphere* Komunikasi lingkungan adalah sarana pragmatis dan konsitutif untuk memberikam paham mengenai lingkungan kepada masyarakat. seperti hubungan kita dengan alam semesta. Hal tersebut merupakan sebuah media simbolik yang digunakan untuk menciptakan masalah lingkungan dan negosiasi perbedaan respon terhadap permasalahan lingkungan yang terjadi. Maka komunikasi lingkungan itu sendiri digunakan untuk menciptakan kesepahaman mengenai permasalahan lingkungan. (Wahyudin 2017)

Menurut Dr Helina Agustin, S.Sos., M.T Komunikasi lingkungan adalah upaya meningkatkan peran ilmu komunikasi dalam melestarikan lingkungan. Intinya adalah menyadarkan khalyak untuk menjaga lingkungan melalui berbagai saluran komunikasi.

komunikasi lingkungan adalah suatu upaya untuk melindungi alam dari bentuk degradasi, upaya yang pragmatis agar muncul kesadaran masyarakat dan dunia terkait pentingnya masalah lingkungan dengan pendekatan konteks komunikasi. Komunikasi lingkungan merupakan bentuk dari penyeimbangan dari arus program pembangunan dan moderenisasi yang ada kalanya mengabaikan masalah lingkungan sehingga munculkan kerusakan alam. (Shahreza 2018)

### **Sosialisasi**

Masyarakat ialah sekelompok orang yang membentuk sebuah sistem semi tertutup atau sistem semi terbuka, dimana Sebagian besar interaksi adalah interaksi antar individu-individu yang berada di dalam kelompok tersebut. Sebuah masyarakat ialah sebuah jaringan-jaringan atau suatu hubungan antar etentitas-etentitas yang interpenden atau saling tergantung satu sama lain.

Sosialisasi adalah penamaan atau sebuah proses belajar anggota kelompok atau masyarakat mengenai kebiasaan di dalam kelompok atau masyarakat dalam sosiologi. Sosialisasi merupakan proses penamaan atau transfer kebiasaan atau nilai serta aturan dalam masyarakat.

## 2. OBJEK DAN METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode Kualitatif Deskriptif yaitu dengan cara mencari informasi tentang gejala yang ada, didefinisikan dengan jelas tujuan yang akan dicapai, merencanakan cara pendekatannya, mengumpulkan data sebagai bahan untuk membuat laporan.

Pendekatan Penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan Studi Kasus. Menurut Bogdan dan Bikien Studi Kasus adalah pengujian secara rinci terhadap suatu latar atau satu orang subjek atau satu tempat penyimpanan dokumen atau satu peristiwa tersebut.

Paradigma yang dilakukan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivis. Paradigma konstruktivis, yaitu paradigma yang hampir merupakan antitesis dari paham yang meletakkan pengamatan dan objektivitas dalam menemukan suatu realitas atau ilmu pengetahuan.

Subjek penelitian yang akan diambil dan sesuai dengan tujuan dari penelitian ini adalah mereka yang terkait dan dipandang sangat mengetahui informasi tentang Komunikasi Publik mengenai Penerapan Pengurangan plastik di Bandung seperti Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan Kota Bandung.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Permasalahan mengenai peraturan menjadi hambatan yang terjadi sehingga pihak Pemkot khususnya Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan Kota Bandung tidak bisa menjalankan program ini dengan maksimal, karena peraturan yang masih menggantung dan

tidak tegas mengenai pengurangan sampah plastik dan kantong plastik sekali pakai.

Peraturan yang sudah ada di Kota Bandung sendiri mengenai kantong plastik ini ada dua yaitu Perda nomor 17 tahun 2012 tentang tentang Pengurangan Penggunaan Kantong Plastik. Serta disusul dengan pembuatan peraturan walikota Perwali no 37 tahun 2019 sebagai petunjuk pelaksanaan dan pedoman dalam upaya pengurangan kantong plastik secara terukur.

Dalam peraturan yang sudah ada mengenai permasalahan sampah plastik dan pengurangan kantong plastik. Menurut Kamila

”peraturan yang ada ini masih dalam tahap penanggulangan masalah sampah plastik dan kantong plastik berbayar. Belum adanya sanksi yang tegas bagi para pelanggar yang tidak mematuhi aturan tersebut.”

Dalam Peraturan yang dibuat oleh Pemkot Bandung baik dalam Perda dan Perwal yang sudah ada tertulis insentif dan disinsentif bagi yang mematuhi dan melanggar peraturan ini. Bagi yang mematuhi peraturan ini maka akan diberi keringanan dalam pengurusan pajak bumi dan bangunan kemudian akan di informasikan kepada masyarakat Bandung melalui media yang dimiliki oleh pemerintah serta diberikan penghargaan.

Sedangkan untuk yang melanggar maka akan diberikan teguran karena tidak mematuhi peraturan serta akan di sebar di media karena melanggar peraturan mengenai masalah plastik serta pengurangan kantong plastik. Hukuman yang diterima pelanggar hanya dalam hal itu saja. Tidak ada hukuman yang memberatkan bagi pelanggar yang membuat jera.

Menurut Luthfi hingga saat ini beliau masih belum melihat insentif dan disinsentif yang diberikan kepada para pengusaha yang di informasikan di media, baik media social ataupun media mainstream hingga saat ini.

Kamila menambahkan bahwa memang peraturan ini masih dalam tahap untuk menyadarkan masyarakat sehingga tidak ada aturan yang secara "saklek" melarang penggunaan kantong plastik sekali pakai ini.

Kamila menambahkan bahwa seharusnya pihak pemerintah membuat sebuah aturan yang memang melarang penggunaan kantong plastik sekali pakai ini secara langsung.

"judul perdanya aja bukan pelarangan tapi pengurangan sehingga kita tidak bisa terlalu oh ini saklek gitu, sanksi-sanksinya lebih kepada sanksi-sanksi yang belum ada sanksi yang bikin jera juga sih kalau boleh dibilang ya karena Namanya juga pengurangan mangandalkan kepada perubahan perilaku. Perilaku edukasi dan sebagainya paling ya didalam perwal itu sendiri lebih kepada insentif disinsentif."

Hal ini disebabkan karena tidak adanya reward and punishment (penghargaan dan hukuman) yang membuat masyarakat menjadi taat terhadap aturan tersebut.

Selain aturan yang masih kurang tegas, dibutuhkan juga Kerjasama antar wilayah untuk menerapkan peraturan ini dengan baik, menurut Kamila dibutuhkan Kerjasama pihak pusat dalam hal ini Gubernur Jawa Barat untuk membuat suatu aturan yang sama antara satu daerah dengan daerah lainnya, jika aturan mengenai sampah plastik dan kantong plastik sekali pakai ini sama maka pengusaha di bidang ritel ini secara tidak langsung akan mengikuti peraturan yang ada.

"jadi saya mengusulkan waktu kemarin kenapa kebijakan itu kebijakan pengurangan kantong plastik atau pelarangan plastik itu ditarik aja ke provinsi sementara provinsi itu belum ada kebijakan kebijakan yang mengatur itu belum jadi sebetulnya ada beberapa kewenangannya bukan pada tingkat kota kabupaten akan lebih baik itu ditarik kepada tingkat yang lebih atas provinsi." Ungkap Kamila.

Hambatan lainnya yang ditemukan adalah bagaimana pola pikir masyarakat yang masih menganggap remeh mengenai sampah plastik, selain itu masih banyak konsumen dan pengusaha yang menolak mengenai program kantong plastik tidak gratis (KPTG) ini.

Pengusahan ritel memprotes adanya kenaikan serta pelaksanaan kantong plastik tidak gratis ini. Menurut Kamila, para pengusaha keberatan karena pengusaha akan mengalami kerugian ketika menerapkan program ini. Pengusaha menyebutkan bahwa ketika program ini dilakukan, banyak konsumen yang beralih ke tempat lain karena harus membayar kantong plastik sekali pakai ini. Ketika konsumen yang mulai berkurang ini, pengusaha menyebutkan akan membuat usahanya mengalami kerugian.

Selain pihak pengusaha konsumen juga menolak dengan usulan ini. Dari hasil observasi dan wawancara dengan konsumen menyebutkan bahwa keberatan apabila harus membayar kantong plastik yang biasa digunakan ketika berbelanja. Selain itu penulis juga bertanya kepada kasir di ritel contohnya di Alfamart, ia menyebutkan bahwa berbelanja masih banyak konsumen yang masih menggunakan kantong plastik ini ketika berbelanja meskipun belanjanya sedikit, dan ia menyebutkan bahwa kebanyakan konsumen masih tidak keberatan dengan membayar RP200-, untuk membayar kantong plastik ini, namun tidak tahu kalau misalnya harganya dinaikan, selain itu para kasir ini juga menyebutkan untuk menggunakan kantong kain yang sudah bisa dibeli namun tetap saja konsumen masih tetap menggunakan kantong plastik sekali pakai ini untuk menganggut belanjanya.

Dari kejadian diatas memang dibutuhkan komunikasi yang intens antara pemerintah dengan masyarakat mengenai permasalahan ini. Budhi menyebutkan bahwa diperlukan komunikasi yang intens dan tepat kepada masyarakat agar mereka (masyarakat) mengerti akan bahaya dari plastik sekali pakai

ini. Komunikasi yang dilakukan pun tidak sama antara orang satu dengan lainnya. Menurut Budhi kadang pesan yang disampaikan oleh pemerintah tidak dapat secara langsung dimengerti oleh beberapa masyarakat karena adanya latar belakang Pendidikan dan hal lainnya yang membuat pesan ini tidak terserap dengan benar.

Diperlukan suatu program yang dapat mengkomunikasikan program ini dengan baik dan dapat diterima isi pesannya oleh semua kalangan masyarakat. misalnya dengan melakukan sosialisasi dengan bantuan fasilitator sehingga dapat menimbulkan rasa tanggung jawab akan bahaya sampah dan melindungi lingkungan di sekitarnya, atau melakukan survei kepada masyarakat untuk menginformasikan program ini ke rumah rumah.

Hambatan yang terjadi dalam komunikasi yang dilakukan Pemkot Bandung ini terjadi dalam hal Hambatan Perbedaan Cara Pandang. Hambatan ini disebabkan dari perbedaan cara pandang yang sempit pada diri sendiri dan perbedaan berpikir serta cara mengerti yang sempit terhadap orang lain.

Hal ini terlihat dari bagaimana pihak pemkot sudah melakukan berbagai hal dengan memasang iklan, baligho, pamphlet, sticker di pelbagai ritel yang ada di Kota Bandung, namun masih tetap saja Sebagian besar warga masih menggunakan kantong plastik sekali pakai dalam berbelanja atau tidak membawa kantong belanja yang terbuat dari kain dan lain sebagainya.

Selain itu menurut pihak DLHK dan Bu Kamila, banyak Masyarakat atau konsumen yang tidak setuju dengan pemberlakuan Kantong plastik berbayar di Ritel. Menurut warga dengan membayar kantong plastik ini membebani rakyat karena harus membayar lebih hanya untuk kantong plastik ketika harga kantong plastik sudah mencapai RP 5000 rupiah sehingga banyak yang menolak. Harga RP 5000 ini didapat dengan cara Kerjasama pihak DLHK ketika dipimpin oleh Bu Kamila

yang bekerja sama dengan PRFM untuk melakukan survey berapa kisaran harga untuk kantong plastik berbayar.

Selain harga kantong plastik, para warga juga keberatan apabila harus membeli kantong kain yang cukup mahal dan tidak bisa membawa barang yang banyak ketika belanja dibandingkan dengan plastik yang bisa membawa belanjaan yang lebih banyak.

Selain di pihak konsumen, dari pihak pengusaha juga masih tidak setuju dengan hal ini. Mereka menyebutkan bahwa ketika program ini dilanjutkan serta harga kantong plastik yang lebih mahal akan membuat konsemen meninggalkan tempat ritel mereka dan berbelanja di tempat lain. Pengusaha menyebutkan bahwa ketika kantong plastik ini dilaksanakan maka konsumen akan beralih ke tempat lain dan hal ini membuat omset dagangan mereka berkurang.

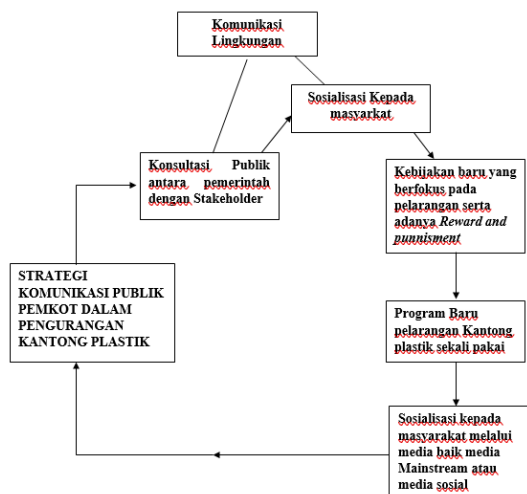
Dari beberapa tanggapan ini memang ada pandangan yang sempit dari para konsumen dan pengusaha mengenai program kantong plastik berbayar ini. Padahal jika dilihat lebih ke depan dengan mengurangi kantong plastik sekali bayar ini akan mengurangi sampah plastik yang semakin lama semakin banyak di Kota Bandung. Selain itu pihak DLHK hingga saat ini masih belum melakukan sosialisasi secara langsung kepada masyarakat mengenai bahaya dari plastik ini.

Menurut Budi Gunawan kantong plastik sekali pakai ini memang cukup berbahaya bagi lingkungan.

“Memang kantong plastik saat ini dalam waktu yang lama akan hancur, tetapi bukan hancur dalam arti hilang tetapi menjadi microplastic yang akan sangat berbahaya bagi hewan disekitarnya bahkan sampai manusia.”

#### 4. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Hambatan yang terjadi dalam program pengurangan kantong plastik ini adalah masih banyak masyarakat serta pengusaha yang menolak untuk melakukan program ini karena bisa membuat ekonomi mereka terganggu. Kemudian program pengurangan kantong plastik yang sampai saat ini masih kurang terlaksana dengan baik, hanya dua ritel saja yang masih melakukan program Kantong plastik tidak gratis (KPTG), kemudian isi dari kebijakan yang hanya dalam proses pengurangan yang berfokus pada perubahan pola pikir yang dirasa masih kurang tepat, selain itu tidak adanya reward and Punnishment yang membuat jera atau tertarik di mata masyarakat sehingga masih berjalan tidak efektif di Kota Bandung ini sendiri. Selain itu sampai saat ini instefif dan disinsentif yang sesuai dengan Perda ini juga masih belum diketahui oleh khalyak luas.



Strategi Komunikasi Publik Pemkot Bandung dalam Pengurangan Kantong plastik

Sumber : Model Komunikasi Analisis Peneliti

#### DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Anwar, 1984, *Strategi Komunikasi: Suatu Pengantar Ringkas*, Bandung: Armico.
- Ardianto, Drs.Elvinaro, M.si, Dra. Lukiati Komala, M.si, dan Dra. Siti Karlinah, M.si. (2007). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar (edisi revisi)*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ardianto, Elvinaro. (2010). *Metode Penelitian Untuk Public Relatios Kuantitatif Dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Cox, Robert. (2010). *Environmental Communication and Public Sphere Second Edition*. USA: Sage Publications.
- Environmental, Anand Julia Coffman.2002. *PUBLIC COMMUNICATION CAMPAIGN EVALUATION*.
- Flor, Alexande. Hafied, Cangara. (2018). *Komunikasi Lingkungan Penanganan Kasus-kasus Lingkungan Melalui Strategi Komunikasi*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- McQuail, D. (1996). *Teori Komunikasi Massa, Suatu Pengantar*. Jakarta: Erlangga.
- Moleong, Lexy J. (2005). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Mulyana, Dedy. (2008). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Yenrizal. (2017). *Lestarikan Bumi Dengan Komunikasi Lingkungan*. Sleman: Depublish Publishhe
- Agustrijanto, Dyah. Kusumawati. 2019. "STRATEGI KOMUNIKASI DITJEN PPKL KEMENTERIAN LINGKUNGAN HIDUP DAN KEHUTANAN REPUBLIK INDONESIA DALAM MEMPROMOSIKAN PROGRAM



- PENGENDALIAN SAMPAH PLASTIK.” *Jurnal IKRA-ITH Humaniora* 3(November 2019):131–54.
- Ardian, Heldi Yunan. 2019. “KAJIAN TEORI KOMUNIKASI LINGKUNGAN DALAM PENELITIAN PENGELOLAAN SUMBER DAYA ALAM.” *Jurnal PERSPEKTIF Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi Dan Magister Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jakarta*.
- Chairawati, Fajri and Fairus M. Nur. 2019. “KOMUNIKASI LINGKUNGAN MELALUI PENERAPAN PROGRAM WASTE COLLECTING POINT DI GAMPONG ALUE DEAH TEUNGOH BANDA ACEH.” *Stimulus: Internasional Journal of Communications and Sosial Science* 01(September):14–38.
- Gumelar, G. (2018). PERSUASI PENGURANGAN PENGGUNAAN KANTONG PLASTIK MELALUI NARASI DAN PERSEPSI RESIKO. *Jurnal SPIKOM*.  
<https://doi.org/10.24329/aspikom.v3i4.274>
- Hamda, Normina. 2014. “Masyarakat Dan Sosialisasi.” *Ittihad* 12(22):107–15.
- Herdiana, Dian. 2018. “Sosialisasi Kebijakan Publik: Pengertian Dan Konsep Dasar.” *Jurnal Ilmiah Wawasan Insan Akademik* I(3):13–26.
- Hajati, Rizky, Pratama, Sus
- Karuniastuti, N. (2017). Bahaya Plastik. *Forum Teknologi*.
- Luttrell, Regina. (2015). *Social Media: How to Engage, Share and Connect*. London: Rowman & Littlefield Publishers.
- Purwaningrum, P. (2016). UPAYA MENGURANGI TIMBULAN SAMPAH PLASTIK DI LINGKUNGAN. *INDONESIAN JOURNAL OF URBAN AND ENVIRONMENTAL TECHNOLOGY*.  
<https://doi.org/10.25105/urbanenvirotech.v8i2.1421>
- Rachmiatie, Atie. 2016. “MEMBANGUN KECERDASAN INFORMASI DALAM PENEGUHAN KARAKTER BANGSA.” *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia* 1(2):114.
- Ruhat, Fariz, Dudy Heryadi, and Akim -. 2019. “Strategi NGO Lingkungan Dalam Menangani Polusi Udara Di Jakarta (Greenpeace Indonesia).” *Andalas Journal of International Studies (AJIS)* 8(1):16.
- Shahreza, Mirza. 2018. “KOMUNIKASI LINGKUNGAN PADA GERAKAN BANK SAMPAH SEBAGAI UPAYA PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DI TANGERANG SELATAN.” 1–47.
- Srisadono, Wahyu. 2018. “Komunikasi Publik Calon Gubernur Provinsi Jawa Barat 2018 Dalam Membangun Personal Branding Menggunakan Twitter.” *JURNAL PUSTAKA KOMUNIKASI*.
- Subur, Mohamad, Drajat Pelayanan Publik, and Sektor Komunikasi. (2008). *Pelayanan Publik Pada Sektor Komunikasi*. Vol. 9.
- Wahyudin, Uud. 2017. “STRATEGI KOMUNIKASI LINGKUNGAN DALAM MEMBANGUN KEPEDULIAN MASYARAKAT TERHADAP LINGKUNGAN.” *Jurnal Common* 1(2).
- Dokumen PDF Kang Pisman. KBBI. 2012. KBBI. Peraturan Daerah nomor 17 tahun 2012 tentang Pengurangan Penggunaan Kantong Plastik. Perwali no 37 tahun 2019 sebagai petunjuk pelaksanaan dan pedoman dalam upaya pengurangan kantong plastik secara terukur.
- Louie, Kaitlin, “Guide to Enviromental Communication”  
<https://www.mastersincommunications.com/features/guide-to-environmental-communication>.