
Abstrak

Indonesia merupakan negara dengan berbagai macam budaya, suku, dan agama. Perbedaan budaya, suku, dan agama tersebut menjadikan masyarakat Indonesia untuk bisa menerima perbedaan atau saling bertoleransi. Kurangnya pemahaman tentang bertoleransi beragama menyebabkan beberapa daerah mengalami konflik tersebut, bahkan sampai menimbulkan keributan. Pada akhir tahun 2016 di Kota Bandung muncul konflik yang mengatasnamakan agama. Pemerintah Kota Bandung melalui bagian humas mengeluarkan kampanye “Bandung Toleran” di media sosial *Youtube*. Campaign Bandung Toleran bertujuan agar mengingatkan kembali pada warga Kota Bandung tentang pentingnya sifat toleransi dalam kehidupan bermasyarakat. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk menganalisis strategi pemerintah kota Bandung dalam melaksanakan kampanye tersebut sehingga penelitian ini berjudul **“Strategi Kampanye Bandung Toleran oleh Humas Pemerintah Kota Bandung Melalui *Youtube*”**. Focus penelitian ini yaitu bagaimana strategi komunikasi humas pemerintah Bandung untuk melaksanakan campaign Bandung Toleran melalui media sosial *Youtube*.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dan menggunakan paradigma konstruktivis dikarenakan penulis ingin mengetahui sebuah penjabaran yang dilakukan oleh humas Kota Bandung dalam melakukan strategi komunikasi untuk melaksanakan campaign Bandung Toleran. Hasil dari penelitian ini adalah masyarakat Kota Bandung sangat menerima adanya kampanye Bandung Toleran yang dilakukan oleh pemerintah Kota Bandung. Pemerintah Kota Bandung berharap dengan adanya kampanye Bandung Toleran maka tidak ada lagi peristiwa serupa terulang di Kota Bandung.

Kata Kunci : strategi komunikasi, humas, kampanye, media sosial
