

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi yang dilakukan oleh Humas Pemerintah Kota Bandung dalam kampanye pengelolaan sampah melalui media sosial Instagram *@humas_bandung* guna perluasan kesadaran lingkungan masyarakat. Latar belakang penelitian ini adalah krisis sampah yang terjadi akibat kebakaran TPA Sarimukti pada 19 Agustus 2023 yang mendorong pemerintah untuk melakukan kampanye pengelolaan sampah melalui media sosial secara masif. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik wawancara dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil *engagement rate* Humas Bandung masih dalam kategori yang tidak ideal karena kurangnya pengetahuan dalam membaca data analisis monitoring dan kurang masif membalas komentar dari masyarakat.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Humas Pemerintah, Kampanye Pengelolaan Sampah, Media Sosial.