

STRATEGI KOMUNIKASI BANK SAMPAH MANDIRI CILACAP DALAM SOSIALISASI UPAYA MENGURANGI SAMPAH DI KABUPATEN CILACAP

Nurul Fauziah Ira Dwi Mayangsari, S.Sos., M.M.

Program Studi S-1 Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas

Telkom

nurulfauzii@gmail.com idmayangsari@yahoo.com

ABSTRAK

Dalam pelaksanaan sosialisasi, Bank Sampah Mandiri Cilacap bertujuan untuk menginformasikan dan mengajak masyarakat untuk bersama-sama mengurangi timbulan sampah dengan langkah awal memilah sampah lalu mengolahnya menjadi barang yang bernilai. Seperti halnya yang akan peneliti teliti dalam penelitian ini adalah kegiatan sosialisasi Bank Sampah Mandiri Cilacap dalam upaya mengurangi sampah di Kabupaten Cilacap. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dan paradigma post-positivisme. Data dalam penelitian ini didapatkan melalui observasi, survey ke lapangan, dan wawancara. Selain itu, data yang diperoleh bersifat keterangan-keterangan, informasi, dokumentasi, dan tidak berupa angka.

Hasil yang didapatkan dalam penelitian ini adalah strategi komunikasi pada pelaksanaan kegiatan sosialisasi Bank Sampah Mandiri Cilacap ini dimana sosialisasi ini dilakukan dengan dua rangkaian kegiatan yaitu memaparkan materi dan praktek pelatihan mengelola sampah untuk memberikan bukti akan manfaat sampah. Agar materi sosialisasi dapat tetap diterapkan setelah sosialisasi usai, Bank Sampah Mandiri Cilacap menggandeng tokoh masyarakat setempat untuk mencontohkan kegiatannya dalam memilah dan mengolah sampah.

Kata kunci: Strategi komunikasi, Sosialisasi, Bank Sampah.

ABSTRACT

In socialization activities, the Mandiri Waste Bank Cilacap has purpose to inform and invite the public to jointly reduce waste generation by first step sorting out waste and then processing it into valuable items. A method that researchers use qualitative studies is a method with using the paradigm of Post-positivisme. Data obtained in this study obtained through observation, survey into the field, conduct interviews. In addition, the data obtained are remarks, information, documentation, and not a number.

The results obtained in this research is the communication strategy on the implementation of the activities of socialization of The results obtained in this study were communication strategies in the implementation of the Cilacap Mandiri Waste Bank socialization activity where the socialization was carried out with two kind of activities namely presenting training materials and practice in managing waste to provide evidence of the benefits of waste. In order to applied the socialization material, when the socialization was over, the Mandiri Waste Bank Cilacap collaborated with local community leaders to exemplify its activities in sorting and processing waste.

Keywords: Communication strategy, Socialization, Waste Bank

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Pada saat ini, permasalahan sampah semakin menjadi sorotan karena jumlahnya yang semakin meningkat seiring dengan bertambahnya jumlah penduduk, pertumbuhan ekonomi, dan perubahan pola konsumsi masyarakat. Hal ini tentunya berbanding lurus dengan sampah yang diproduksi setiap harinya.

Permasalahan sampah saat ini sudah menjadi persoalan yang dimiliki seluruh daerah, tak terkecuali di Kabupaten Cilacap. Di Kabupaten Cilacap, timbulan sampah terbesar berasal dari sampah rumah tangga.

Pemerintah Kabupaten Cilacap melakukan beragam upaya untuk mengurangi jumlah sampah. Salah satunya yaitu dengan memberdayakan bank sampah yang ada di lingkungan masyarakat.

Salah satu bank sampah yang berperan aktif dalam upaya pengurangan sampah adalah Bank Sampah Mandiri Cilacap yang terletak di kelurahan Kebonmanis Kabupaten Cilacap. Bank Sampah Mandiri Cilacap didirikan pada tahun 2012 yang dipelopori oleh Bapak

Mohammad Nurhidayat dan dibina oleh Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Cilacap.

Dibentuknya bank sampah ini bertujuan untuk membantu Pemerintah Kabupaten Cilacap dalam upaya mengurangi sampah di Kabupaten Cilacap serta membangun kesadaran di masyarakat tentang pentingnya memilah, mengelola sampah dan menjadikannya sebagai barang yang bernilai ekonomi guna memberikan tambahan penghasilan.

Untuk mengatasi permasalahan sampah di Kabupaten Cilacap diperlukan adanya kesadaran dari seluruh masyarakatnya. Maka dari itu, Bank Sampah Mandiri Cilacap melakukan kegiatan sosialisasi untuk memberikan edukasi dan informasi kepada masyarakat. Dalam kegiatan sosialisasinya, pengelola Bank Sampah Mandiri menyampaikan beberapa hal pokok seperti pentingnya memilah, menabung sampah dan pelatihan membuat kerajinan dari bahan baku sampah.

Dalam sosialisasinya, Bank Sampah Mandiri menggandeng tokoh masyarakat setempat untuk mencontohkan kebiasaan memilah sampah rumah tangga. Hal ini dinilai

penting oleh Bapak Nurhidayat karena untuk mengajak orang lain diperlukan contoh kongkrit agar masyarakat dapat melihat sendiri dampak positifnya.

Untuk mendapatkan hasil yang maksimal dari sosialisasi, diperlukan adanya perencanaan dan perumusan dalam strategi komunikasi. Menurut Effendy (2017:35-36) mengemukakan setidaknya ada empat hal yang perlu diperhatikan dalam strategi komunikasi, yaitu 1) Mengenal sasaran komunikasi, 2) Pemilihan media komunikasi, 3) Pengkajian tujuan pesan komunikasi, 4) Peranan komunikator dalam komunikasi.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka peneliti akan melakukan penelitian yang berfokus pada *Strategi komunikasi Bank Sampah Mandiri Cilacap dalam sosialisasi upaya mengurangi sampah di Kabupaten Cilacap*.

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Komunikasi

Pengertian komunikasi oleh Devito yang dikutip dalam Effendy (2017:5) memaparkan bahwa komunikasi merupakan kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau lebih yang meliputi

kegiatan menyampaikan dan menerima pesan yang mendapat distorsi dari gangguan-gangguan atau *noise* yang menimbulkan efek dan *feedback*.

Berdasarkan pengertian komunikasi dari para ahli, peneliti menyimpulkan bahwa komunikasi adalah interaksi antar manusia yang bertujuan untuk menyampaikan pesan kepada komunikan melalui suatu media yang dapat menimbulkan efek dan umpan balik.

2.2 Strategi Komunikasi

Dalam buku Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, Effendy (2017:32) menyebutkan bahwa strategi komunikasi merupakan paduan perencanaan komunikasi dengan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan yang sebelumnya telah ditetapkan.

Menurut teori Effendy (2017:35-36) untuk mencapai efektivitas dalam komunikasi, diperlukan perumusan strategi sebagai berikut:

1. Mengenal Sasaran Komunikasi

Merupakan langkah pertama bagi komunikator agar komunikasi yang dilakukan berjalan dengan efektif. Komunikator perlu mempelajari siapa saja yang akan menjadi sasaran

komunikasi. Sebelum menyusun pesan, komunikator dan khalayak harus memiliki kepentingan yang sama agar dapat mencapai tujuan bersama yaitu untuk mengurangi sampah di Kabupaten Cilacap.

a. Faktor Kerangka Referensi

Pesan sosialisasi yang akan disampaikan kepada peserta sosialisasi harus disesuaikan dengan kerangka referensi. Kerangka referensi terbentuk dari gaya hidup, pendidikan, latar belakang, status sosial, dan norma hidup.

b. Faktor Situasi dan Kondisi.

Dalam mengenali sasaran komunikasi perlu memperhatikan faktor situasi dan kondisi, yaitu situasi atau kondisi dimana komunikan akan menerima pesan yang disampaikan oleh komunikator.

2. Pemilihan Media Komunikasi

Media yang akan digunakan dipilih berdasarkan pada tujuan yang akan dicapai, pesan yang disampaikan dan teknik yang digunakan. Karena masing-masing medium mempunyai kelebihan dan kelemahannya tersendiri sebagai alat penyampaian. Merupakan langkah kedua setelah mengenal khalayak dan situasi, maka langkah selanjutnya adalah menyusun pesan yang mampu menarik

perhatian para khalayak. Pesan dapat terbentuk dengan menentukan tema atau materi. Syarat utama dalam mempengaruhi khalayak dari komponen pesan adalah mampu membangkitkan perhatian khalayak. Perhatian merupakan pengamatan yang terpusat. Awal dari suatu efektivitas dalam komunikasi adalah bangkitnya perhatian dari khalayak terhadap pesan – pesan yang disampaikan.

3. Pengkajian Tujuan Pesan Komunikasi

Pesan komunikasi pasti memiliki tujuan tertentu. Pesan komunikasi biasanya terdiri atas isi pesan dan lambang. Isi pesan komunikasi bisa hanya satu tetapi simbol yang digunakan dapat bermacam-macam. Lambang yang biasa digunakan untuk menyampaikan isi komunikasi adalah bahasa, gambar, warna, dan sebagainya. Namun lambang yang paling sering digunakan adalah bahasa karena hanya dengan berbahasa yang dapat menerjemahkan pikiran dan perasaan yang disampaikan komunikator kepada komunikan.

4. Peranan Komunikator Dalam Komunikasi

Dalam strategi komunikasi, komunikator harus memperhatikan dua

faktor penting untuk melancarkan proses komunikasi yaitu:

a. Daya Tarik Sumber

Penyampaian pesan dari kegiatan komunikasi akan berhasil jika seorang komunikator dapat mengubah sikap, opini, dan perilaku komunikan melalui mekanisme daya tarik jika komunikan merasa adanya kesamaan tujuan dengan komunikator.

b. Kredibilitas Sumber

Kepercayaan komunikan kepada komunikator merupakan salah satu faktor yang mendukung keberhasilan suatu komunikasi. Kepercayaan ini biasanya bersangkutan dengan profesi ataupun keahlian dari komunikator.

2.2 Tujuan Sentral Dalam Strategi Komunikasi

Dalam buku Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, Effendy (2017 : 32) menjelaskan tujuan sentral strategi komunikasi menurut Wayne Pace, Brent Peterson, dan M. Dallas Burnet, yaitu:

1. *To secure understanding*, yaitu memastikan bahwa komunikan mengerti dan memahami akan pesan yang diterimanya.
2. *To establish acceptance*, yaitu setelah komunikan mengerti dan memahami

pesannya, maka komunikan harus dibina.

3. *To motivate action*, yaitu memotivasi komunikan untuk melakukan aksi dari pesan yang telah disampaikan.

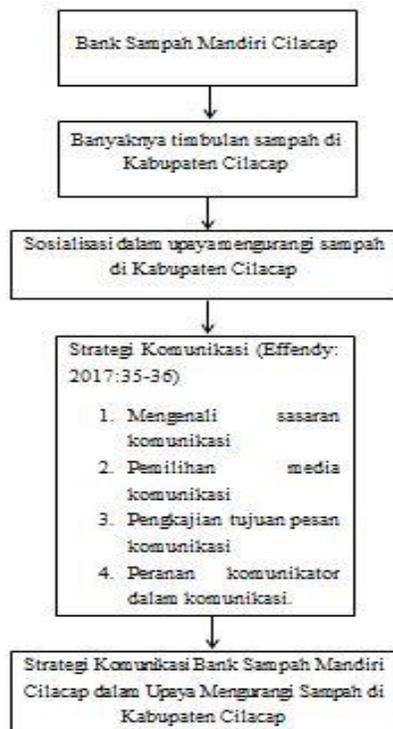
2.3 Sosialisasi

Mardikanto & Soebianto (2012:125) mengemukakan sosialisasi merupakan upaya mengkomunikasikan kegiatan untuk menciptakan dialog dengan masyarakat.

Dalam hal ini, pengelola Bank Sampah Mandiri Cilacap ingin mengkomunikasikan pentingnya menjaga lingkungan dengan cara memilah sampah yang benar yang bermula dari rumah dan mengolah sampah non-organik menjadi barang yang bernilai. Kegiatan sosialisasi bertujuan untuk mengajak komunikan / masyarakat melakukan kegiatan memilah, mengolah, dan menabung sampah.

2.4 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan teori yang telah dipaparkand diatas, Penulis ingin mengetahui strategi komunikasi Bank Sampah Mandiri Cilacap dalam sosialisasi upaya mengurangi sampah.



Sumber: Olahan peneliti

3. Metode Penelitian

3.1 Paradigma Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dan paradigma post-positivisme. Penelitian kualitatif di eksplorasi dan diperdalam dari fenomena sosial yang terdiri atas kejadian, pelaku, tempat, dan waktu, sehingga temuan dari penelitian ini tidak dapat dicapai dengan menggunakan prosedur statistik. (Ghony dan Almanshur : 2012:25).

Penelitian ini menggunakan paradigma post-positivisme. Muhadjir (2000:79)

mengemukakan bahwa karakteristik utama dari post-positivisme adalah pencarian makna dibalik data. Peneliti melihat menggunakan paradigma post-positivisme untuk mempelajari makna yang diperoleh dari data narasumber. Dalam penelitian ini, peneliti berharap dapat mengungkap informasi mengenai kegiatan yang dilakukan oleh Bank Sampah Mandiri yang terkait dengan fokus penelitian, yaitu Strategi Bank Sampah Mandiri Cilacap dalam Sosialisasi Upaya Mengurangi Sampah di Kabupaten Cilacap.

3.2 Pengumpulan Data Penelitian

Catherine Marshall dan B. Rossman (1995) yang dikutip Sugiyono, menyatakan bahwa teknik pengumpulan data kualitatif adalah metode fundamental yang diandalkan oleh peneliti kualitatif untuk mengumpulkan informasi adalah dengan cara berpartisipasi dan pengamatan langsung, wawancara mendalam, dan tinjauan dokumen. (Ghoni dan Almanshur: 2012: 164).

3.3 Teknik Analisis Data

Menurut Ghoni dan Almanshur (2012:247) Analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan cara mengorganisasikan data,

memilainya untuk menjadi satuan unit yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari pola, menemukan informasi yang penting untuk dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat dipaparkan kepada orang lain.

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

4.1 Hasil Penelitian

Tingginya jumlah sampah rumah tangga di Kabupaten Cilacap membuat Dinas Lingkungan Hidup Cilacap membentuk kegiatan-kegiatan guna mengurangi sampah di Kabupaten Cilacap. Timbulan sampah terbesar berasal dari sampah rumah tangga yang mana harus dibenahi mulai dari pemilahan sampah di rumah. Maka dari itu, Dinas Lingkungan Hidup Cilacap mendukung penuh kegiatan sosialisasi yang dilakukan oleh Bank Sampah Mandiri Cilacap yang bertujuan untuk mengurangi sampah di Kabupaten Cilacap. Kegiatan sosialisasi berisi tentang pentingnya memilah sampah dan kegiatan pelatihan pengolahan sampah.

4.2 Pembahasan

Setelah memaparkan hasil penelitian yang didapat oleh peneliti dalam penelitian ini, maka tahap selanjutnya adalah melakukan pembahasan

penelitian yang merupakan penjelasan dari hasil penelitian melalui teknik wawancara dengan informan, observasi, data dokumen, maupun bukti fisik lainnya sebagai pendukung. Sehingga dengan data – data yang sudah peneliti kumpulkan, dapat membantu peneliti dalam menjawab rumusan masalah peneliti mengenai Strategi Komunikasi Bank Sampah Mandiri Cilacap dalam Sosialisasi Upaya Mengurangi Sampah di Kabupaten Cilacap.

4.2.1 Strategi Komunikasi Effendy (2017:35-39)

1. Mengenali sasaran komunikasi

a. Tujuan

Dalam pelaksanaan sosialisasi, Bank Sampah Mandiri Cilacap bertujuan untuk menginformasikan dan mengajak masyarakat untuk bersama-sama mengurangi timbulan sampah dengan langkah awal memilah sampah lalu mengolahnya menjadi barang yang bernilai.

b. Faktor Kerangka Referensi

Ketika menyampaikan sosialisasi kepada warga masyarakat di suatu wilayah, komunikator dari Bank Sampah Mandiri Cilacap akan menyesuaikan kebiasaan dan kebutuhan terkait lingkungan di wilayah tersebut.

Ketika di suatu wilayah telah terdapat bank sampah, maka materi yang disampaikan lebih mengarah pada penguatan dan pengembangan bank sampah. Namun pada intinya Bank Sampah Mandiri Cilacap tetap menyampaikan bagaimana cara untuk menjaga lingkungan.

c. Faktor Kondisi dan Situasi

Menurut teori strategi komunikasi Effendy (2017:36) dalam mengenali sasaran komunikasi juga perlu memperhatikan faktor kondisi dan situasi, yaitu situasi komunikasi pada saat peserta sosialisasi akan menerima pesan yang disampaikan oleh komunikator. Dalam hal ini, Bank Sampah Mandiri Cilacap biasanya memulai kegiatan sosialisasi pada pagi hari sekitar jam 9 karena biasanya pagi-pagi itu masih fresh dan ibu-ibu rumah tangga biasanya sudah menyelesaikan pekerjaan rumahnya. Selain pagi hari, sosialisasi biasanya juga dilakukan sore hari ketika di pertemuan PKK, dasa wisma, maupun di perkumpulan RT.

2. Pemilihan Media Komunikasi

Bank Sampah Mandiri Cilacap menggunakan proyektor dan slide untuk dapat menampilkan gambar, video dan materi sosialisasi. Gambar dan video

digunakan untuk mendukung pesan sosialisasi agar lebih mudah dipahami oleh masyarakat. Dengan adanya foto dan video kegiatan, masyarakat dapat lebih mudah untuk memahami dan lebih tertarik dalam menyimak materi sosialisasi.

Dalam sosialisasi secara langsung, Bank Sampah Mandiri Cilacap memperkenalkan bank sampah, memilah dan mengolah sampah, tanya jawab dan mengajak masyarakat untuk melakukan kegiatan tersebut. Lalu praktek pelatihan. Dalam sosialisasi langsung juga biasanya menggunakan bahasa Indonesia dan disisipi bahasa ngapak agar suasana lebih cair, ada juga tanya jawab untuk memaksimalkan pemahaman masyarakat. Biasanya agar masyarakat tidak merasa jenuh, pemaparan materi hanya berlangsung sekitar setengah jam dan dilanjutkan ke sesi berikutnya yaitu pelatihan mengolah sampah.

3. Pengkajian Tujuan Pesan Komunikasi

Berdasarkan teori strategi komunikasi Effendy (2017 : 37) Pesan komunikasi pasti memiliki tujuan tertentu. Pesan komunikasi biasanya terdiri atas isi pesan dan lambang. Isi pesan komunikasi bisa hanya satu tetapi

simbol yang digunakan dapat bermacam-macam. Lambang yang biasa digunakan untuk menyampaikan isi komunikasi adalah bahasa, gambar, warna, dan sebagainya.

Maka dari itu diperlukan penentuan tujuan agar pesan yang disampaikan dapat tepat sasaran dengan apa yang dibutuhkan oleh masyarakat. Dalam hal ini Bank Sampah Mandiri Cilacap menginformasikan tentang bank sampah, tentang kondisi sampah saat ini, serta bahaya dan manfaat sampah. Selain itu, mereka juga mengajak masyarakat untuk dapat memilah, mengolah, dan memanfaatkan sampah menjadi barang yang berguna.

Dalam mencapai tujuannya, Bank Sampah Mandiri Cilacap juga melibatkan tokoh masyarakat atau perwakilan warga setempat untuk dapat mencontohkan langsung dari pesan sosialisasi yang disampaikan. lingkungan.

Peterson, Pace, dan Burnett pun menjelaskan tujuan sentral dari strategi komunikasi yang disebutkan dalam buku Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek karya Effendy (2017:32), bahwa tujuan strategi komunikasi:

a. To secure understanding

Yaitu untuk memastikan bahwa peserta sosialisasi mengerti akan pesan yang disampaikan. Dalam hal ini, Bank Sampah Mandiri Cilacap menggunakan slide dan menampilkan foto serta video kegiatan Bank Sampah Mandiri Cilacap.

b. To establish acceptance

Setelah peserta sosialisasi sudah mengerti akan materi yang disampaikan, maka peserta harus dibina. Dalam hal ini Bank Sampah Mandiri Cilacap melakukan pelatihan mengolah sampah agar materi dari sosialisasi dapat diterapkan secara nyata.

c. To motivate action

Yaitu untuk membuat masyarakat termotivasi untuk melakukan aksi mengolah sampah. Dalam hal ini, Bank Sampah Mandiri Cilacap menyampaikan keuntungan-keuntungan ketika mereka melakukan kegiatan memilah dan mengolah sampah.

4. Peranan Komunikator dalam Komunikasi

Untuk melancarkan komunikasi, Bank Sampah Mandiri Cilacap perlu memperhatikan faktor-faktor penting yang ada dalam diri komunikator. Hal ini selaras dengan yang disebutkan oleh Effendy (2017:38) bahwa diperlukan daya tarik sumber dan kredibilitas

sumber untuk dapat melancarkan sosialisasi.

a. Daya tarik sumber

Seorang komunikator akan berhasil dalam proses komunikasi jika ia dapat mengubah opini, sikap dan perilaku dari komunikan dengan cara membuat komunikan merasa bahwa ada kesamaan antara komunikator dengannya. (Effendy (2017:39).

Dalam hal ini, Bank Sampah Mandiri Cilacap lebih mencoba masuk kedalam ranah ekonomi atau untuk kesejahteraan. Komunikator juga menjelaskan mengenai dampak atau bahaya sampah jika dibiarkan begitu saja.

b. Kredibilitas Sumber

Hal kedua yang dapat menunjang keberhasilan komunikasi adalah keberhasilan komunikan kepada komunikator. Dalam hal ini komunikator dari Bank Sampah Mandiri Cilacap berusaha untuk menerapkan kegiatan memilah dan mengolah sampah terlebih dahulu didalam kehidupannya. Hal ini dapat dilihat dari lingkungan Bank Sampah Mandiri Cilacap di Kelurahan Kebonmanis yang sangat bersih dan masyarakat sekitarnya yang sejahtera. Jadi apa yang

dipaparkan oleh komunikator merupakan hal yang nyata adanya.

5. Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

Hasil yang didapatkan dalam penelitian ini adalah strategi komunikasi pada pelaksanaan kegiatan sosialisasi Bank Sampah Mandiri Cilacap ini dimana sosialisasi ini dilakukan dengan dua rangkaian kegiatan yaitu memaparkan materi dan praktek pelatihan mengelola sampah untuk memberikan bukti akan manfaat sampah. Agar materi sosialisasi dapat tetap diterapkan setelah sosialisasi usai, Bank Sampah Mandiri Cilacap menggandeng tokoh masyarakat setempat untuk mencontohkan kegiatannya dalam memilah dan mengolah sampah.

5.2 Saran

Adapun saran yang dapat peneliti berikan terkait dengan penelitian Strategi Komunikasi Bank Sampah Mandiri Cilacap dalam Sosialisasi Upaya Mnegurangi Sampah di Kabupaten Cilacap, yaitu sebagai berikut:

1. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi untuk penelitian berikutnya terkait strategi komunikasi dalam pelaksanaan sosialisasi.

2. Bank Sampah Mandiri Cilacap sebaiknya menambahkan penggunaan media sosial dalam melancarkan sosialisasi upaya mengurangi sampah. Seperti menggunakan facebook, twitter, dan instagram agar informasi yang diberikan dapat menjangkau lebih banyak khalayak khususnya masyarakat di Kabupaten Cilacap.

Daftar Pustaka:

- Effendy, Onong Uchjana. (2017). Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek (Cetakan ke-28). Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Ghony, Djunaidi dan Fauzan Almanshur. (2012). Metode Penelitian Kualitatif, Jogjakarta: Ar-Ruzz Media
- Noeng Muhadjir. (2000). Metodologi Penelitian Kualitatif. Edisi IV. Yogyakarta: Rake Sarasin.
- Mardikanto, Totok dan Poerwoko Soebianto. (2012). Pemberdayaan Masyarakat dalam Perspektif Kebijakan Publik. Bandung: Alfabeta.