

PELATIHAN STRATEGI KOMUNIKASI DI MASA PANDEMI BAGI PENGURUS BANK SAMPAH HIDUP SEJAHTERA UNTUK MENINGKATKAN MINAT MASYARAKAT MENABUNG SAMPAH DI KELURAHAN PAGESANGAN

Dyah Ayu Tri Untary

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Indonesia

Email: dyahuntary240@gmail.com

Tarisa Ikhtiara

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Indonesia

Email: tarisaiikhtiara@gmail.com

Herlina Kusuma Ningrum

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Indonesia

Email: herlinakusumaningrum@untag-sby.ac.id

Abstrak: Bank sampah “Hidup Sejahtera” merupakan bank sampah kelompok atau unit yang bekerjasama dengan Bank Sampah Induk Surabaya. Bank sampah “Hidup Sejahtera” berdiri dengan tujuan untuk mengajak warga memilah dan menabung sampah khususnya di Desa Pagesangan, Kecamatan Jambangan, Kota Surabaya. Untuk itu pengurus bank sampah “Hidup Sejahtera” harus mampu menarik minat warga dengan menggunakan strategi tertentu. Tim pengabdi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya menyelenggarakan kegiatan pelatihan bagi pengurus bank sampah tentang strategi komunikasi yang akan diterapkan guna menarik minat warga agar lebih banyak nasabah yang bergabung di bank sampah “Hidup Sejahtera”. Sebelum melakukan pelatihan kepada pengurus bank sampah tim pengabdi melakukan observasi dan wawancara dengan pengurus bank sampah. Hal ini dilakukan untuk menggali data dan hal-hal yang menjadi kendala bagi pengurus Bank Sampah “Hidup Sejahtera.” Setelah melakukan observasi tim pengabdi membuat rancangan dan melakukan pemaparan materi terkait pengertian strategi komunikasi, pentingnya menggunakan strategi komunikasi, model strategi AIDDA, dan pengenalan media sebagai alat sosialisasi. Pelatihan ini diikuti oleh pengurus Bank Sampah “Hidup Sejahtera” berjumlah 12 orang.

Kata kunci: *Bank Sampah Unit, Pelatihan, Strategi Komunikasi*

Pendahuluan

Sampah merupakan suatu benda yang dihasilkan dari aktivitas manusia. Sampah-sampah tersebut akan berakhir di Tempat Pembuangan Akhir yang mengakibatkan banyaknya timbunan sampah. Dikutip dari SIPSN (Sistem Informasi Pengelolaan Sampah) timbunan sampah dari 196 kabupaten se-Indonesia setiap tahunnya berjumlah 23,643,815,27 ton/pertahun yang didominasi oleh sampah sisa makanan. Adapun sampah yang terkelola sebanyak 62,87% dan yang tidak terkelola sebanyak 37,13%.¹ Dari persentase tersebut menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia

¹ Lihat Halaman Website: SIPSN (Sistem Informasi Pengelolaan Sampah). <https://sipsn.menlhk.go.id/sipsn/>

menghasilkan sampah yang tidak melalui proses pengelolahan dengan baik sehingga berakhir di Tempat Pembuangan Akhir (TPA).

Permasalahan sampah di Indonesia menjadi permasalahan yang serius. Hal ini membutuhkan perhatian bukan hanya dari pemerintah daerah akan tetapi juga masyarakat luas. Masyarakat mempunyai tanggungjawab penuh terhadap kelangsungan ekosistem atau kesehatan lingkungan di sekitar tempat tinggalnya. Melihat dari banyaknya pemberitaan mengenai bahaya sampah, sektor limbah terutama sampah memberikan kontribusi yang besar terhadap gas emisi dalam bentuk gas metana dan karbondioksida. Setiap harinya manusia dapat menghasilkan sampah lebih dari satu kilogram dan seiring berjalananya waktu, semakin banyak jumlah sampah yang dihasilkan membuat tumpukan sampah yang berada di Tempat Pembuangan Akhir (TPA) tidak dapat menampung sampah lebih banyak lagi. Akibatnya, berbagai masalah lingkungan terjadi dan berdampak pada aktivitas manusia dan ekosistem lainnya.

Kota Surabaya sebagai kota metropolitan terbesar di Provinsi Jawa Timur yang memiliki populasi lebih dari 5 juta dan terus bertambah setiap tahunnya.² Adanya peningkatan penduduk membuat volume limbah atau sampah semakin meningkat. Oleh karena itu, pemerintah kota Surabaya berupaya menekan penggunaan sampah dengan menerapkan program *Zero Waste City* dan menyuarakan larangan penggunaan kantong plastik sekali pakai. Himbauan tersebut digunakan untuk menindaklanjuti Peraturan Daerah Kota Surabaya No. 5 tahun 2014 tentang pengelolahan sampah dan kebersihan di Kota Surabaya serta upaya pengelolahan sampah. Guna mendukung gerakan nol sampah atau *Zero Waste* yang dilakukan pemerintah, Bank Sampah Induk Surabaya (BSIS) hadir dan menjadi wadah bagi masyarakat untuk mengedukasi tentang bahaya sampah serta tata cara pengolahannya. Tujuan berdirinya Bank Sampah Induk Surabaya adalah untuk mengajak masyarakat wilayah Surabaya dan sekitarnya agar lebih peduli terhadap lingkungan dengan berpartisipasi dalam memilah sampah rumah tangga sehingga tidak berakhir di Tempat Pembuangan Akhir.

Data dari Bank Sampah Induk Surabaya (BSIS) menunjukkan jumlah sampah yang terkelola mengalami kenaikan setiap tahunnya. Pada tahun 2016 jumlah sampah terkelola sebanyak 211.86 ton, tahun 2017 sebanyak 259.05 ton, tahun 2018 sebanyak 346.16 ton, tahun 2019 sebanyak 362.57 ton, dan tahun 2020 sebanyak 359.61 ton.³ Bank Sampah Induk Surabaya juga mengajak kelompok-kelompok peduli lingkungan yaitu bank sampah unit yang terletak di beberapa desa di wilayah Surabaya. Salah satunya adalah Bank Sampah Unit “Hidup Sejahtera” yang berada di Desa

² Lihat: Erik Erfinanto, “Lebih Dekat dengan Surabaya, Kota Metropolitan Terbesar Kedua di Indonesia”, *Liputan 6*, 07 Oktober 2021. <https://surabaya.liputan6.com/read/4677538/lebih-dekat-dengan-surabaya-kota-metropolitan-terbesar-kedua-di-indonesia>

³ Dokumen DLH Surabaya 2020.

Pagesangan, Kecamatan Jambangan Kota Surabaya. Tujuan didirikannya bank sampah unit ini agar jangkauan untuk mengajak masyarakat berpartisipasi dalam memilah sampah semakin luas. Para pengurus bank sampah mengajak masyarakat untuk menjadi nasabah tetap dengan memberikan sosialisasi terkait peduli lingkungan. Sosialisasi ini biasanya dilakukan menggunakan komunikasi interpersonal secara langsung. Akan tetapi sosialisasi tatap muka yang diadakan rutin oleh pengurus bank sampah tersebut mengalami hambatan karena adanya Covid-19. Maka dari itu perlu penanganan khusus agar Bank Sampah Unit “Hidup Sejahtera” tetap berjalan dengan sebagaimana mestinya dan masyarakat tetap termotivasi untuk menabung sampah di Bank Sampah “Hidup Sejahtera”.

Metode Kegiatan

1. Perumusan Strategi

Dalam tahapan perumusan strategi harus mempertimbangkan peluang, menetapkan kekuatan dan kelemahan secara internal, menghasilkan strategi alternatif, dan berusaha menemukan masalah yang terjadi kemudian mengadakan analisis tentang kemungkinan yang terjadi, serta memperhitungkan pilihan-pilihan dan langkah-langkah yang dapat diambil agar sesuai dengan tujuan yang diinginkan. Pada tahapan ini tim pengabdian melakukan observasi kepada pengurus Bank Sampah “Hidup Sejahtera” dengan memberikan beberapa pertanyaan dalam bentuk kuisioner terkait pengetahuan pengurus tentang strategi komunikasi dan permasalahan yang dihadapi ketika mengajak calon nasabah baru untuk menabung sampah. Setelah melakukan observasi tim pengabdian membuat rancangan materi untuk digunakan sebagai solusi atas permasalahan yang dihadapi.

2. Implementasi Strategi

Setelah memilih dan merumuskan strategi yang akan diterapkan, maka langkah selanjutnya adalah melakukan strategi yang diterapkan. Dengan tahapan pelaksanaan strategi yang telah dipilih sangat membutuhkan kerja sama dan komitmen dari seluruh pihak yang terkait yaitu pihak yang dimaksud di sini adalah pengurus dan seluruh anggota aktif yang bergabung dalam Bank Sampah “Hidup Sejahtera.” Jika proses komunikasi tidak menerapkan kerja sama dan komitmen dalam pelaksanaan strategi, maka analisis startegi akan jauh berbeda dengan tujuan yang diharapkan. Implementasi strategi komunikasi tergantung pada alokasi dan pengorganisasian sumber daya manusia yang dapat dilihat dari penetapan struktur organisasi dan bentuk kepemimpinan seperti apa yang dijalankan. implementasi yang buruk dapat berakibat buruk bagi hasil yang akan dicapai. Selanjutnya Tim pengabdian melakukan pelatihan kepada pengurus bank sampah hidup sejahtera. Adapun materi yang diberikan saat pelatihan berlangsung yaitu pengertian tentang strategi komunikasi, pentingnya strategi komunikasi

dalam melakukan sebuah kegiatan, menjelaskan model strategi AIDDA, dan menjelaskan media sebagai alat sosialisasi pengurus untuk mengajak warga tetap menabung sampah walaupun ditengah pandemi.

3. Evaluasi Strategi

Tahap akhir menyusun strategi yaitu evaluasi strategi. Evaluasi startegi diperlukan karena keberhasilan yang sudah dicapai bisa diukur kembali untuk menetapkan tujuan berikutnya. Evaluasi menjadi tolak ukur untuk strategi yang akan dilaksanakan kembali oleh suatu organisasi. Maka dari itu, tim pengabdi melakukan evaluasi mengenai strategi yang telah dilakukan terhadap pengurus Bank Sampah “Hidup Sejahtera”.

Strategi Komunikasi Pengurus Bank Sampah Hidup Sejahtera

Startegi komunikasi merupakan proses distribusi sumber daya guna mencapai tujuan organisasi. Sumber daya tersebut tidak hanya mencakup media massa dan komunikasi antarpribadi, melainkan juga aktivitas yang disusun untuk mengubah perilaku dan menciptakan keterampilan tertentu di antara individu dan kelompok.⁴

Strategi Komunikasi kepada pengurus Bank Sampah “Hidup Sejahtera” adalah dengan mencari informasi mengenai efektif atau tidaknya sosialisasi yang pernah dilakukan, mencari informasi terkait struktur pengurus Bank Sampah Unit, serta pengalaman pengurus selama mendirikan dan menjalankan Bank Sampah Unit. Untuk pemilihan Komunikatornya, tim pengabdi memakai 2 komunikator pada pelatihan strategi komunikasi bagi pengurus Bank Sampah Unit. Selanjutnya sosialisasi yang telah dilakukan tim pengabdi, akan diteruskan oleh pengurus Bank Sampah Unit melalui *Whatsapp Group* kepada calon nasabah yang belum pernah bergabung. Tim pengabdi juga menggunakan media sebagai alat untuk sosialisasi yaitu selebaran yang berisi tentang bahaya sampah, data pengelolahan sampah, dan strategi komunikasi yang akan digunakan untuk menarik minat calon nasabah.

Model Strategi Komunikasi AIDDA

Strategi komunikasi AIDDA adalah strategi yang bersifat linear. Strategi ini biasanya digunakan dalam kegiatan penyuluhan ataupun pemasaran. Adapun tahap-tahap dari model strategi komunikasi AIDDA adalah *Awareness, Interest, Desire, Decision, dan Action*.⁵ Pada tahap *Awareness* penyuluhan menentukan langkah yang digunakan untuk menarik minat atau kesadaran khalayak terhadap gagasan yang diberikan. Untuk itu seorang penyuluhan harus mampu menjelaskan manfaat dari gagasan yang ditawarkan. Dalam hal ini Pengurus Bank Sampah “Hidup Sejahtera” harus

⁴ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), 83.

⁵ Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2009), 178.

mampu menjelaskan manfaat menabung sampah. Misalnya menjelaskan dampak yang terjadi pada generasi selanjutnya jika tidak menabung sampah mulai sekarang dan menejelaskan bahwa sampah juga memiliki nilai jual.

Tahap selanjutnya yaitu *interest* atau munculnya minat khalayak terhadap gagasan yang ditawarkan. Umumnya, minat ini muncul karena gagasan yang ditawarkan adalah suatu hal yang baru. Bank sampah merupakan gerakan yang belum diketahui oleh banyak masyarakat di Indonesia, terutama di wilayah Surabaya. Hal ini dapat menjadi daya tarik bagi masyarakat untuk lebih peduli lingkungan dengan melakukan langkah kecil yaitu dengan memilah dan menabung sampah secara mandiri. Setelah munculnya minat, selanjutnya akan timbul keinginan atau *desire* pada masyarakat atau. Pada tahap ini khalayak berkeinginan untuk memilih dan melakukan gagasan yang ditawarkan setelah mempertimbangkan manfaatnya. Masyarakat menyadari bahwa langkah kecil yang dilakukan akan memberikan dampak positif bagi kehidupan sekarang dan masa depan. Maka khalayak akan melakukan tindakan dalam bentuk eksekusi atau *decision*. Pada tahap ini khalayak memutuskan pilihannya setelah proses kesadaran akan manfaat dari gagasan tersebut. Kemudian, pada tahap terakhir masyarakat akan melakukan *Action* atau tindakan. Masyarakat akan bertindak atas apa yang telah ia pilih. Tentunya tindakan yang dilakukan dapat menciptakan kepuasan tersendiri bagi masyarakat.

Pengenalan media sebagai alat sosialisasi

Berdasarkan pengamatan dan hasil wawancara tim pengabdi di lapangan, pengurus Bank Sampah “Hidup Sejahtera” dalam mensosialisasikan dan menyebarkan informasi terkait program menabung sampah menggunakan berbagai Media Komunikasi. Adapun medianya adalah secara Tatap langsung, Media Online, dan media cetak. Semua media yang digunakan Pengurus Bank Sampah “Hidup Sejahtera” memiliki tujuan masing-masing. Menurut pengamatan tim pengabdi, yang paling menjangkau banyak khalayak adalah Media Cetak. Hal ini dilihat dari penggunaanya yang rata-rata berusia 30 sampai 40 tahun. Media cetak yang digunakan berupa selebaran yang berisi tentang bahaya sampah, data pengelolahan sampah, dan strategi komunikasi yang akan digunakan untuk menarik minat calon nasabah.

Media komunikasi offline atau media cetak adalah media yang mudah dipahami dan tidak membutuhkan jaringan internet, berbeda dengan media online tidak semua masyarakat aktif di dunia internet, bahkan ada yang tidak mengerti internet. Namun ada kelemahan jika menggunakan media cetak yaitu informasi yang disajikan dalam media tersebut adalah informasi yang sama atau tetap, selain itu media cetak memerlukan biaya untuk percetakan.



Gambar 1. Foto Bersama Setelah Pelatihan

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat membuktikan bahwa untuk mencapai cita-cita merencanakan, mendirikan dan penguatan BUMDesa harus dilakukan dengan sistemik serta terstruktur dan terukur agar bisa mencapai tujuannya. Hal ini dapat dicapai dengan perantara beberapa kegiatan seperti: 1) Penguatan manajemen, 2) Penguatan aplikasi teknologi, dan 3) Pelatihan kepemimpinan dan kreativitas.

Strategi Komunikasi dalam mensukseskan kegiatan pelatihan adalah dengan mencari informasi mengenai efektif atau tidaknya sosialisasi yang pernah dilakukan, mencari informasi terkait struktur pengurus Bank Sampah Unit, serta pengalaman pengurus selama mendirikan dan menjalankan Bank Sampah Unit. Untuk pemilihan Komunikatornya, tim pengabdi memakai 2 komunikator pada pelatihan strategi komunikasi bagi pengurus Bank Sampah Unit yang berjumlah 10 orang. Selanjutnya sosialisasi yang telah dilakukan tim pengabdi, akan diteruskan oleh pengurus Bank Sampah Unit melalui *WhatsApp Group* kepada calon nasabah yang belum pernah bergabung.

Setelah pelatihan, tim pengabdi memberikan kuisioner sebagai tanda bahwa pengurus telah memahami pengetahuan tentang strategi komunikasi dan manfaatnya, model strategi AIDDA yang digunakan, dan media yang akan digunakan sebagai sosialisasi kepada calon nasabah. Pengurus Bank Sampah “Hidup Sejahtera” telah menguasai strategi yang tepat untuk menarik minat calon nasabah di Desa Pagesangan di tengah pandemi.

Daftar Pustaka

- Cangara, Hafied. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers, 2014.
- Dokumen DLH Surabaya 2020.
- Erfinanto, Erik. “Lebih Dekat dengan Surabaya, Kota Metropolitan Terbesar Kedua di Indonesia”, *Liputan 6*, 07 Oktober 2021. <https://surabaya.liputan6.com/read/4677538/lebih-dekat-dengan-surabaya-kota-metropolitan-terbesar-kedua-di-indonesia>
- Kotler dan Keller. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2009.

SIPSN (Sistem Informasi Pengelolaan Sampah). <https://sipsn.menlhk.go.id/sipsn/>