

STRATEGI KOMUNIKASI ORGANISASI ECOTON DALAM MENDUKUNG PEMBENTUKAN KAMPUNG SIBA KLASIK DI KABUPATEN GRESIK

¹Anwaruddin Al Wafi, ²Mohammad Insan Romadhan, ³Nara Garini Ayunigrum

^{1,2}Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

³Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

anwaruddinalwafi23@gmail.com

Abstract

Environmental problems are an issue that continues to be discussed, especially the problem of plastic and sachet waste. Therefore, special attention is needed to change lifestyles by minimizing the generation of waste produced. One of the efforts made by the government is to launch a national program, namely ProKlim, "Climate Village Program". Gresik Regency itself has a KLASIK SIBA Village as an implementation of ProKlim, which in its realization Changing public awareness requires a good communication strategy so that it has a big impact that can influence the wider community. This research is a descriptive qualitative research which aims to determine the communication strategy of the ECOTON foundation in realizing the formation of the SIBA KLASIK Village in Gresik Regency. This research explains the process of forming an institution/organization which is carried out using a variety of boundary spanning approaches and functions as part of a communication strategy that looks at the direction, style, channels and communication content used. Meanwhile, in the realization of the program there are also communication strategies, like a pull strategy, push strategy and profile strategy.

Keywords: *Communication strategy, organization, lifestyle*

Abstrak

Masalah lingkungan menjadi isu yang terus dibicarakan terutama permasalahan sampah plastik dan *sachet*. Oleh karena itu perlu perhatian khusus untuk mengubah pola hidup dengan meminimalisir timbulan sampah yang dihasilkan, Salah satu upaya yang dilakukan pemerintah adalah mencanangkan program nasional yakni ProKlim, "Program Kampung Iklim" Kabupaten Gresik sendiri telah memiliki Kampung SIBA KLASIK sebagai implementasi dari ProKlim dimana dalam realisasinya mengubah kesadaran masyarakat membutuhkan strategi komunikasi yang baik sehingga memiliki dampak besar yang dapat mempengaruhi masyarakat luas. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi ECOTON *foundation* dalam mewujudkan terbentuknya Kampung SIBA KLASIK di Kabupaten Gresik. Penelitian ini menjelaskan proses terbentuknya suatu lembaga / organisasi yang dilakukan dengan banyak ragam pendekatan dan fungsi *boundary spanning* sebagai bagian dari strategi komunikasi yang melihat pada arah, gaya, saluran dan konten komunikasi yang digunakan. Sedangkan pada realisasi programnya juga terdapat strategi komunikasi seperti, *pull strategy*, *push strategy* dan *profile strategy*.

Kata kunci: Strategi komunikasi, organisasi, pola hidup

Pendahuluan

Masalah lingkungan menjadi isu yang terus dibicarakan berbagai kalangan meski dalam

realitanya kurang mendapatkan atensi dari masyarakat yang hidup berdampingan dengan alam. Isu lingkungan di masyarakat saat ini adalah permasalahan sampah plastik dan *sachet*. Berdasarkan data SIPSN Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan RI, timbulan sampah dengan komposisi / jenis plastik di Provinsi Jawa Timur pada tahun 2022 sebanyak 16,02% dengan perkiraan-nya setiap orang dapat menghasilkan 0,7 kilogram sampah per harinya. Oleh karena itu perlu perhatian khusus untuk mengubah pola hidup dengan meminimalisir timbulan sampah yang dihasilkan, diperlukan upaya preventif untuk membentuk kesadaran masyarakat untuk peduli kepada lingkungan dengan mengubah perilakunya.

Manusia sebagai makhluk sosial mempengaruhi lingkungan hidup dan menentukan kualitasnya. Perilaku manusia adalah faktor utama yang menyebabkan kerusakan lingkungan secara global. Hal ini disebabkan oleh minimnya perilaku peduli terhadap lingkungan (Anindiya, 2020). Salah satu upaya yang dilakukan pemerintah Indonesia adalah mencanangkan program nasional yakni ProKlim, “Program Kampung Iklim” yang dibentuk sebagai langkah adaptasi dan mitigasi perubahan iklim karena pencemaran lingkungan, sampah plastik, pemanasan global, dan sebagainya.

Peneliti dalam kesempatan yang luar biasa melalui program MBKM Proyek Kemanusiaan di ECOTON *foundation* beberapa waktu yang lalu, mengenal salah satu komunitas atau lembaga binaan ECOTON yakni Kampung SIBA KLASIK. Kampung SIBA KLASIK adalah kampung *zero waste* yang berkontribusi dalam pengurangan sampah skala kawasan di Kabupaten Gresik. SIBA sendiri merupakan singkatan dari Sidokumpul Barat yang merupakan kawasan RW 05 di Kelurahan Sidokumpul, Kec. Gresik, Kabupaten Gresik. Sedangkan kata KLASIK merupakan singkatan dari kelola sampah organik yang merupakan tujuan utama pengelolaan sampah di kawasan ini. Kampung SIBA KLASIK diresmikan pada tahun 2022 oleh Sekeretaris Daerah Kab. Gresik Bapak Achmad Washil Miftahul Rachman bersama dengan dukungan multipihak.

Manusia adalah mahluk sosial dimana interaksi merupakan bagian umum dari aktivitas yang dilakukan, komunikasi menjadi bagian dasar dari kehidupan sosial sebagai interaksi yang terjadi. Secara umum kita mengenal definisi komunikasi secara luas namun sederhana-nya manusia mengartikan komunikasi sebagai proses penyampaian dan penerimaan informasi yang menjadi salah satu sumber daya untuk menjaga, memelihara, memajukan dan mengembangkan organisasi secara dinamis sesuai dengan tujuannya. Di samping itu komunikasi dapat diartikan sebagai proses penyampaian informasi berupa gagasan, pendapat, penjelasan, saran dan lain-lain dari sumbernya kepada dan untuk memperoleh, mempengaruhi atau merubah respon sesuai dengan yang diinginkan sumber informasi (Nawawi, 2000:99). Oleh sebab itu komunikasi selalu menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari dan mendasari interaksi sosial, kerja sama dan pemahaman di antara manusia.

Sebagai mahluk sosial, manusia banyak melakukan interaksi secara bersama-sama, tidak menutup kemungkinan antar sesama individu memiliki tujuan dan pandangan yang sama sehingga timbul dorongan / keinginan untuk bergabung menjadi satu kelompok yang memiliki tujuan yang sama, dimana secara umum dikenal sebagai organisasi. Organisasi adalah entitas yang memiliki struktur, tujuan dan tugas yang terorganisir. Pengelolaan organisasi melibatkan berbagai aspek, termasuk perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, pengendalian dan komunikasi. Beberapa teori manajemen yang berpengaruh, adalah teori klasik, teori neo klasik dan teori sistem, yang telah membantu memahami bagaimana organisasi beroperasi dan berinteraksi dengan lingkungan eksternal mereka.

Komunikasi organisasi adalah bagian integral dari keberhasilan setiap organisasi untuk mencakup semua aspek komunikasi yang terjadi dalam konteks organisasi (Hermana, 2015). Mengembangkan kesadaran dan efektivitas komunikasi organisasi bukan hanya lebih dari sekadar memiliki pengetahuan. Komunikasi organisasi yang efisien mengetahui cara membuat dan bertukar informasi, bekerja dengan beragam kelompok atau individu, berkomunikasi

dalam keadaan yang rumit dan berubah, serta memiliki bakat atau motivasi untuk berkomunikasi dengan cara yang tepat. (Atmaja, 2018).

Dengan mempertimbangkan fakta tersebut, peneliti melihat sesuatu hal menarik mengenai komunikasi organisasi secara eksternal yang terjadi antara ECOTON *foundation* dengan Kampung SIBA KLASIK. Strategi komunikasi organisasi menjadi awal baik peneliti untuk melihat hubungan komunikasi yang terjadi di dalam-nya. Dari latar belakang yang telah dipaparkan, peneliti ingin menggali lebih dalam mengenai strategi komunikasi yang telah dilakukan oleh ECOTON dalam mewujudkan pembentukan Kampung SIBA di Kabupaten Gresik, yang mana teori tersebut akan dijelaskan pada sub bab hasil dan pembahasan, selain itu dalam penelitian ini peneliti ingin menanyakan perihal bagaimana upaya komunikasi awal hingga akhir dan komunikasi yang terjadi dalam realisasi program di Kampung SIBA.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi kasus. Penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang dilakukan untuk memahami atau menggambarkan fenomena yang kompleks, biasanya dalam konteks sosial atau budaya, dengan cara mengumpulkan data yang bersifat deskriptif. Dalam pendekatan ini, peneliti melakukan analisis terhadap suatu kasus yang terjadi secara nyata dengan tujuan untuk memperoleh pemahaman yang mendalam melalui metode pendekatan studi kasus yang mengumpulkan data melalui wawancara, observasi, dan analisis dokumen. Peneliti akan mengumpulkan data yang berkaitan dengan kasus yang sedang diteliti, seperti informasi tentang latar belakang kasus, proses terjadinya kasus, faktor-faktor yang mempengaruhi, dan dampak yang ditimbulkan. Sedangkan jenis penelitian yang digunakan berjenis penelitian deskriptif, penelitian deskriptif digunakan untuk menggali informasi dan mendapatkan wawasan tentang suatu fenomena yang belum dipelajari secara menyeluruh atau belum diketahui dengan baik, seperti peneliti dapat mengetahui cara penyampaian, saluran, gaya yang digunakan dalam mewujudkan pembentukan Kampung SIBA KLASIK. Adapun subjek penelitian ini adalah Direktur eksekutif ECOTON *foundation*, founder ECOTON *foundation*, koordinator *zero waste* dan *public relation* ECOTON, Ketua RT 02 / RW 05 selaku ketua lembaga Kampung SIBA KLASIK. Sedangkan objek penelitian ini adalah ECOTON dan Kampung SIBA KLASIK.

Pengujian sebagai bagian untuk memvalidasi kebenaran dan keabsahan penelitian ini menggunakan teknik Triangulasi seperti yang terdapat dalam analisis data yang meliputi reduksi data (*data-reduction*); penyajian data (*data display*); dan penarikan simpulan dan verifikasi. Pengujian ini dilakukan untuk merangkum hal penting selama proses penelitian dilakukan, menyajikan data untuk mempermudah pemahaman dan melakukan verifikasi kesimpulan berdasarkan hasil data yang diperoleh peneliti.

Hasil dan Pembahasan

Strategi komunikasi merupakan suatu bentuk perencanaan dan pengelolaan secara efektif dalam menyampaikan informasi atau pesan yang mudah dipahami oleh komunikan, strategi komunikasi itu sendiri menjadi suatu peta jalan dengan struktur perencanaan, manajemen, teknik, kendali dan aktivitas lain meliputi komponen komunikasi. Baik pada komunikator, pesan, saluran (media), komunikan, sehingga memiliki pengaruh (akibat) dalam pelaksanaan komunikasi agar dapat berjalan efektif dan efisien sesuai dengan tujuan yang dicapai (Anwaruddin, 2023)

Proses Komunikasi yang terjadi dalam pembentukan Kampung SIBA KLASIK sangatlah kompleks karena memiliki banyak peran dan organisasi yang mendukung atas inisiasi berdirinya Kampung SIBA sebagai Kampung *Zero Waste* di Kabupaten Gresik. Selama ini Kampung SIBA dirasa cukup mandiri dalam pengelolaan lingkungan nya sehingga memungkinkan untuk menjadikan kawasan tersebut sebagai proyek percontohan dengan

melakukan *rebranding* yang sebelumnya hanya dikenal sebagai RT Asri / Bersih dengan berfokus pada pengolahan sampah organik saja kini ingin dikembangkan menjadi kampung *zero waste cities*. Dari hal inilah peneliti melihat adanya peluang yang sejalan dengan tujuan ECOTON untuk mengubah budaya masyarakat yang selama ini disana sudah baik, namun kurang maksimal dalam pencegahan pada penanggulangan timbulan sampah rumah tangga yang dihasilkan utamanya sampah plastik, *sachet*, dll. “Kami melihat banyak kecocokan, banyak kesamaan dan kita mau sama-sama membuat sebuah gerakan yang positif untuk Gresik, membangun sebuah model yang bisa menjadi contoh bagi daerah yang lain. Dimana kita sudah punya satu harapan yang sama dari pihak RT maupun warga, yang mereka ingin kampungnya menjadi kampung yang unggulan atau yang memiliki inovasi setelah sebelumnya mungkin belum melakukan kegiatan yang holistik, mereka sudah melakukan pengolahan sampah tapi masih sebatas membuat taman mengolah kompos dengan biopori terus pengolahan sampah *sachet* menjadi pilar-pilar itu. Kemudian kami hadir untuk menambahkan konsep *zero waste cities* ini sebagai satu pengelolaan yang holistik” (Hasil Wawancara Daru, 13 Juni 2024)

Pernyataan diatas membuat ECOTON *foundation* sangat mendukung penuh dalam pembentukan Kampung SIBA KLASIK sebagai bagian dari kampung *zero waste cities* dengan memberikan pendampingan serta pembentukan tim penyuluh *zero waste* (Kader) untuk bertindak sebagai pendamping / fasilitator disana, selain itu pembuatan skema / *roadmap* sangat penting untuk menentukan arah gerak yang dilakukan seperti dalam komunikasi menjaga hubungan baik (*relation & networking*) tentu harus memiliki perencanaan yang matang bukan hanya melibatkan satu atau dua orang saja tapi banyak pihak didalamnya “Strategi ECOTON dalam komunikasinya itu paling penting adalah untuk menjaga dan menciptakan relasi ya, *networking* utamanya karena nanti berkaitan dengan kebijakan yang akan dibuat selama prosesnya. selanjutnya membuat alur nya nanti bagaimana, tujuan-nya seperti apa, misi nya bagaimana sehingga semua harus jelas” (Hasil Wawancara Prigi, 5 Juni 2024)

Dalam pelaksanaan-nya strategi komunikasi dalam pembentukan Kampung SIBA KLASIK yang terjadi, peneliti menghubungkan dengan teori *boundary spanning*. *Boundary spanning* merupakan kegiatan yang dilakukan untuk memberikan informasi tentang organisasi kepada publik. Muhammad (2005:128) menjelaskan bahwa *boundary spanning* adalah “tingkatan dimana para anggota tim melakukan komunikasi dengan pihak luar tim”. Pada sebuah organisasi, “pihak luar tim” berarti publik di luar struktur organisasi. Sederhana-nya ECOTON memberikan informasi berkaitan dengan konsep pelestarian lingkungan melalui penerapan gaya hidup *zero waste* kepada Kampung SIBA dimana Kampung SIBA merupakan suatu lembaga, komunitas atau organisasi diluar dari ECOTON *foundation*. Aktivitas *boundary spanning* yang dilakukan melalui praktisi *public relations* ECOTON *foundation* antara lain, mencakup: (a) Menjelaskan informasi tentang organisasinya kepada publik (Kampung SIBA KLASIK). Praktisi PR menyampaikan informasi dari program ECOTON berkaitan dengan penerapan *zero waste cities* yang dilakukan, sehingga dapat dimengerti publiknya. Informasi ini merupakan input bagi publik. Selanjutnya, praktisi PR menyeleksi, menerima, dan menyampaikan informasi dari publik kepada organisasi. Ini adalah umpan balik dan merupakan input bagi organisasi. (b) Memonitor lingkungannya untuk mengetahui apa yang terjadi dengan menginterpretasikan isu potensial hingga dapat memengaruhi aktivitas organisasi dan membantu manajemen merespon isu yang ada melalui aktivitas dialog, diskusi, dengar pendapat, dll. Disini praktisi PR bertindak sebagai mitra organisasi yang berperan untuk mengidentifikasi dan memecahkan permasalahan yang mungkin muncul, (c) Membangun sistem komunikasi dua arah dengan publiknya agar organisasi dapat beradaptasi dengan lingkungan. Dimana praktisi *public relations* merupakan fasilitator komunikasi yang harus menjadi penghubung atau pen jembatan *relation & networking* antara ECOTON, Kampung SIBA dan NGO lainnya.

Selaras dengan peran *public relation* pada fungsi *boundary spanning* dimana peneliti melihat strategi komunikasi yang digunakan sebagai berikut. “Jadi strategi komunikasi yang kami gunakan untuk pembentukan Kampung SIBA KLASIK itu, komunikasi kami jelas intens ya, artinya kami sering melakukan pertemuan dengan pihak-pihak yang ada di Kampung SIBA KLASIK, terus kami sering melakukan diskusi terkait identifikasi masalah, kira-kira kalau ingin membentuk sebuah kampung *zero waste* disana itu saat ini sedang menghadapi apa. Terus kemudian dari identifikasi masalah itu nanti kami bisa bantu *follow up*. Sebagai *public relation* kami banyak memberikan informasi terkait bagaimana sistem penanganan sampah yang baik di sana, terus kemudian apa yang bisa dilakukan disana dan beberapa kali strategi yang kami lakukan disana ya melalui pertemuan, pertemuan ini tidak melibatkan hanya RT saja, tapi semua masyarakat terus kemudian dalam rangka untuk lebih mengenalkan sistem ini ke sana, ya memang harus lebih sering ya untuk bertemu dengan masyarakat, terus kemudian ketua RT, RW, kemudian tak lupa juga Bapak Lurah yang ada di Kelurahan Sidokumpul – Gresik” (Hasil Wawancara Tonis, 24 Mei 2024)

Selanjutnya peneliti melihat 4 (empat) komponen fungsi *boundary spanning* pada *public relation*, dimana Miller dalam bukunya *Organizational Communication Approaches and Processes* menerangkan bahwa *public relation* merupakan bagian dari peran *human relation* yang didalamnya mengetahui arah, konten, saluran dan gaya. Selanjutnya peneliti uraikan sebagai berikut:

1. Arah komunikasi yang digunakan cenderung melakukan komunikasi diagonal atau silang dengan mendengarkan umpan balik dari khalayak baik warga, maupun pihak lainnya. “Kalau arah komunikasi yang kami lakukan selama ini beragam ya, jadi silang gitu. ECOTON memberikan informasi ke masyarakat. Terus kemudian ada diskusi, menghimpun informasi dari masyarakat tentang masalah apa saja yang sedang dihadapi dan perlu diperbaiki kemudian kami juga sering menerima saran dan kritik sebagai perbaikan dalam proses pengembangan kampung *zero waste*. Jadi komunikasinya tidak melulu dari kami ke mereka. Jadi yang memberi ilmu itu sebenarnya bukan hanya kami (ECOTON), tapi multi pihak” (Hasil Wawancara Tonis, 24 Mei 2024)
2. Gaya Komunikasi yang digunakan cenderung menggunakan gaya *friendly* untuk memberikan makna keterbukaan informasi agar apa yang dilakukan bisa dimaknai dengan pembawaan yang informatif sehingga *feedback* dua arah yang terjadi bisa dipahami sebagai suatu komunikasi yang menyenangkan “Kalau untuk versi ECOTON sendiri, kami lebih ke edukasi. Jadi Gaya komunikasinya itu sifatnya yang informatif. Kalau memilah sampah, nanti beban sampahnya akan berkurang nih, Bapak-Ibu. Kemudian di sisi lain kami juga sering mengadakan pameran edukasi disana” (Hasil Wawancara Tonis, 24 Mei 2024) Selain itu juga menggunakan gaya komunikasi informal untuk kalangan sebaya antar warga. “Terus selanjutnya itu ada juga yang dilakukan oleh kader ya, yang didominasi oleh ibu-ibu, itu mereka menggunakan gaya komunikasi yang informal. Jadi seperti setiap pagi mereka menyapa ibu-ibu lain dan selalu bertanya, gimana sudah milah sampah apa belum. Terus hari ini masak apa? Jangan lupa nanti sampah organiknya dipilah ya” (Hasil Wawancara Tonis, 24 Mei 2024)
3. Saluran komunikasi yang digunakan dalam komunikasi ini bisa bersifat offline atau pertemuan langsung maupun secara online atau tidak langsung dalam sesi webinar dsb. “Ya, saluran komunikasi itu banyak. Jadi kami saluran komunikasinya itu bisa melalui offline langsung. Terus kemudian kadang melalui ya sambungan internet gitu, kayak telepon. Ketemu di dalam webinar yang membahas tentang pengembangan kampung. Jadi memang saluran komunikasi yang kami gunakan untuk pengembangan disana itu multi-genre, jadi ada offline dan online” (Hasil

Wawancara Tonis, 24 Mei 2024) Selain itu saluran komunikasi sebagai media yang selama ini digunakan dalam penyampaian pesan kepada masyarakat di Kampung SIBA cukup beragam “Tim penyuluh memberikan selebaran ya. Selebaran (*leaflet / brosur*) yang disitu menjelaskan ada pilah sampah organik, bank sampah dan jenis sampah residu apa saja. Terus kita juga memberikan pelatihan ke warga untuk melakukan olah pilah sampah. Social media kita punya, website juga punya, bahkan di searching Google sudah ada, instagram ada, youtube ada, melalui itu kita selalu memberikan edukasi Mas. Selain itu juga ada poster - poster edukasi apalagi kalau tampilannya bagus, menarik dan ada gambarnya sehingga pembaca (masyarakat) itu mudah untuk mengingat informasi / pesan didalam-nya. (Hasil Wawancara Saifudin, 18 Mei 2024)

4. Konten komunikasi sebagai bagian dari pesan / informasi mengedepankan pada aspek kampanye berdasar pada suatu permasalahan yang terjadi, dimana dalam kasus ini Kampung SIBA KLASIK berfokus pada isu plastik dan sampah rumah tangga, yang mana pesan yang disampaikan merupakan bagian persuasif untuk meningkatkan kesadaran khalayak. “Oke, kalau konten komunikasi itu banyak. Jadi salah satunya kami berkampanye melalui isu plastik yang juga sebagai momok dan ECOTON konsen disitu. Misi kami itu untuk membebaskan kawasan atau kampung dari polusi plastik itu yang pertama, yang kedua itu adalah timbulan sampah rumah tangga. Karena sampah rumah tangga itu kan juga salah satu sumber sampah yang kita hasilkan sehari-hari, jadi memang pesannya disitu, kalau sampah rumah tangga harus dikelola dengan baik dengan cara dipilah terus kemudian yang selanjutnya itu ya 3R itu sih jadi konten yang kami bawaan itu juga tidak jauh dari konsep 3R yaitu *reduce, reuse, recycle* itu Jadi penanganan sampah itu bisa dilakukan 3R.” (Hasil Wawancara Tonis, 24 Mei 2024) selain itu isi informasi pesan yang menjadi bagian dari konten komunikasi yang lainnya adalah sebagai berikut “Tapi yang utama itu harus pengurangan dulu. Kemudian yang selanjutnya itu apa ya, yang saat ini yang sedang kami boomingkan itu *reuse movement*. Jadi pemakaian kembali produk-produk yang masih bisa digunakan misalkan ada tumbler, ada tas kain yang bisa digunakan berulang selanjutnya, kalau untuk konten itu organik. Jadi karena Kampung SIBA itu salah satu komposisi sampah terbanyak itu adalah organik, jadi kami mempromosikan Kampung SIBA melalui narasi bahwa Kampung SIBA itu adalah Kampung SIBA KLASIK” (Hasil Wawancara Tonis, 24 Mei 2024)

Strategi komunikasi pada realisasi program yang telah berjalan di Kampung SIBA KLASIK tidak lepas dari peran seorang *public relation* didalamnya, seperti yang dilakukan oleh Mas Tonis (*Public relation ECOTON*) dengan terus konsisten mengawal dan mendukung penuh keberlanjutan program *zero waste* di Kampung SIBA, dalam bukunya Kotler dan Keller (2009:174) mengatakan. Hubungan masyarakat adalah beragam program yang dirancang untuk mempromosikan atau melindungi citra perusahaan atau produk individunya. Membina hubungan baik dengan menciptakan pengembangan komunitas (*community development*) adalah strategi yang sangat jitu dan baik karena sifatnya yang berkelanjutan bagi perusahaan.

Berbicara mengenai pengembangan, inovasi, promosi dan branding yang digaungkan tidak lepas dari peran *public relations*, dalam bukunya Chris Fill (2005, 257) mengatakan. *Marketing public relations* dapat digunakan dalam berbagai kombinasi dan fungsi yang berbeda untuk berkomunikasi dengan target *audience* atau publik. Selain itu Chris Fill menjelaskan yang termasuk dalam *marketing public relations tools* adalah *advertising, sales promotion, personal selling, public relations*, dan *direct marketing*. strategi marketing public relations menurut Chris Fill (2005, 331) dibagi dalam tiga proses, yaitu *pull strategies, push strategies*, dan *profile strategies*. Peneliti melihat tiga proses yang dilakukan ini relevan dengan

strategi komunikasi pada realisasi program di Kampung SIBA KLASIK saat ini, sebagai berikut:

1. Pull strategy
Merupakan strategi komunikasi yang menekankan pada keberhasilan untuk meningkatkan kesadaran (*awareness*) dan mengarahkan perilaku (*attitude*). Dimana dalam realisasi program di Kampung SIBA KLASIK sendiri, Ketua lembaga Kampung SIBA rutin melakukan pertemuan warga untuk membahas keberlanjutan program yang ada agar selalu berinovasi terus menerus melalui kampanye lingkungan salah satunya dengan membuka kunjungan *eco-tourism*, membuat kreasi daur ulang, menciptakan produk UMKM mandiri.
2. Push strategy
Merupakan strategi komunikasi yang mengandalkan pemberian informasi persuasif untuk meningkatkan partisipatif aktif publik. Pernyataan diatas memberikan dorongan bagi kader / tim penyuluh *zero waste* untuk selalu konsisten dalam melakukan monitoring dan evaluasi program, membuka ruang diskusi antar masyarakat untuk mendengar isu akan permasalahan dalam pengelolaan, melakukan sarasehan atau pertemuan rutin, dsb.
3. Profile strategy
Merupakan strategi komunikasi yang dalam prosesnya mempertahankan citra diri untuk menjaga hubungan relasi dengan khalayak. Dimana dalam realisasi program Kampung SIBA KLASIK selalu konsistensi melakukan penyebaran informasi pemberitaan, *press release*, konten instagram sebagai suatu *profiling* lembaga tersebut. Hal lainnya yang pernah dilakukan adalah pendokumentasian Kampung SIBA melalui film pendek, pembuatan leaflet / brosur, serta branding produk kreasi atau olahan dari Kampung SIBA KLASIK. Selain itu Kampung SIBA KLASIK juga berperan aktif dan rutin untuk melakukan *roadshow* dan kampanye *zero waste lifestyle* di kegiatan *car free day*.

Penutup

Dalam penelitian yang diangkat mengacu pada data yang diperoleh dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang memiliki beberapa kesimpulan yakni. Strategi komunikasi merupakan bentuk perencanaan dan manajemen efektif untuk menyampaikan informasi dan pesan, strategi komunikasi menjadi peta jalan perencanaan, manajemen, teknik, kendali, dan aktivitas lain. Pembentukan Kampung SIBA tidak lepas dari yang pertama tokoh inisiator, kedua ada kebijakan, ketiga antusias warga dan keempat aksi nyata. ECOTON bertindak sebagai pendamping, pembuatan skema / *roadmap* penting untuk menentukan arah gerak dalam menjaga hubungan baik (*relation, & networking*). Strategi komunikasi pembentukan Kampung SIBA KLASIK dihubungkan dengan *boundary spanning*, yang merupakan kegiatan memberikan informasi tentang organisasi kepada publik. Sederhananya ECOTON memberikan informasi mengenai konsep penerapan *zero waste lifestyle* kepada Kampung SIBA yang merupakan lembaga diluar dari ECOTON dengan ragam aktivitas *boundary spanning* antara lain, mencakup: (a) Menjelaskan informasi tentang organisasinya kepada publik (Kampung SIBA KLASIK). (b) Memonitor lingkungannya sehingga mengetahui apa yang terjadi dan menginterpretasikan isu potensial (c) Membangun sistem komunikasi dua arah dengan publiknya dan beradaptasi dengan lingkungannya.

Empat komponen fungsi *boundary spanning* pada *public relation* yang dilakukan yakni arah, konten, saluran dan gaya. Arah komunikasi yang digunakan cenderung melakukan komunikasi diagonal dengan umpan balik khalayak atau pihak lain. Gaya Komunikasi yang digunakan menggunakan gaya *friendly* yang memberikan makna keterbukaan informasi dengan informatif. Saluran komunikasi yang digunakan dalam komunikasi bisa bersifat offline

atau online, dengan saluran (media) melalui leaflet, poster, dll. Konten komunikasi dari pesan / informasi mengedepankan aspek kampanye berdasarkan permasalahan yang terjadi dengan berfokus pada isu plastik dan sampah rumah tangga.

Strategi komunikasi yang dilakukan dalam realisasi program di Kampung SIBA KLASIK. Pull strategy, strategi komunikasi yang menekankan pada keberhasilan untuk meningkatkan kesadaran (*awareness*) dan mengarahkan perilaku (*attitude*) Push strategy, strategi komunikasi yang mengandalkan pemberian informasi persuasif untuk meningkatkan partisipatif aktif publik. Profile strategy, strategi komunikasi yang mempertahankan citra diri untuk menjaga hubungan relasi. Dimana dalam realisasi program Kampung SIBA KLASIK selalu konsistensi menyebarluaskan informasi pemberitaan, *press release*, konten instagram sebagai suatu *profiling* lembaga.

Saeen / Rekomendasi

1. Bagi masyarakat yang ingin mereplikasi program Kampung Zero Waste seperti yang dilakukan oleh Kampung SIBA KLASIK, diperlukan tujuan yang jelas, dukungan dari masyarakat, ada-nya suatu kebijakan / peraturan yang berlaku, serta roadmap yang jelas berkaitan dengan proses pembentukan yang akan dilakukan.
2. Bagi penelitian yang lain penelitian saat ini masih jauh dari kata sempurna. Pada penelitian ini diharapkan mampu untuk mendorong elemen pemerintah atau instansi terkait untuk bisa membuat buku / modul pembentukan dan pelaksanaan kampung zero waste, serta dapat dimanfaatkan menjadi referensi pada penelitian lainnya yang akan disempurnakan dengan teori yang berkembang sesuai dengan zaman-nya.

Daftar Pustaka

- Ahyar, Hardani dkk. 2020. *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu.
- Hamzah, Amir. 2020. *Metode Penelitian Kualitatif Rekonstruksi Pemikiran Dasar Natural Research*. Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi.
- Kriyantono, Rachmat. 2014. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Mulyana, Deddy. 2017. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rosady, Ruslan. 2003. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi : Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Anggoro, M.L. 2001. *Teori & Profesi Kehumasan*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Morissan, M.A 2008. *Manajemen Public Relations: Strategi Menjadi Humas Profesional*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Nawawi, Hadadi. 2000. *Manajemen Strategis Organisasi Non Profit Bidang Pemerintah dengan Ilustrasi di Bidang Pendidikan*. Yogyakarta: Gadjah Mada Universitas Press.
- Roskina, Siti dkk.2020. *Komunikasi Dalam Organisasi (Teori dan Aplikasi)*. Gorontalo: UNG Press
- Miller, Katherine. 2012. *Organizational Communication Approaches and Processes*. United States of America: Wadsworth Cengage Learning.
- Arni, Muhammad. 2011. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran, Terjemahan*. Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Fill, Chris. 2005. *Marketing Communication: Context, Content, and Strategic 2 edition*. Canada: Mc Graw Hil.
- Romadhan, M.I. 2020 Implementasi Human Relation Pimpinan Pasca Pergantian Kepemimpinan di Organisasi. *Ilmu Komunikasi*.
- Romadhan, M.I. 2018. Pendekatan Komunikasi Organisasi Dalam Penyampaian Kebijakan Kantin Bebas 5P (Pewarna, Penyedap, Pemanis, Pengawet, dan Perasa) di SMP Negeri 7 Surabaya. *Jurnal Riset Komunikasi*. Vol 1, No.2.

- Hermana, Dody & Ujang Cepi. 2015. Komunikasi Dalam Organisasi. Jurnal Ilmu Komunikasi.
- Atmaja, Suhendra & Rosmala Dewi. 2018 “Komunikasi Organisasi (Suatu Tinjauan Teoritis Dan Praktis)”. *INTER KOMUNIKA Jurnal Komunikasi*. Vol 3, No.2,.
<https://dx.doi.org/10.33376/ik.v3i2.234>
- Romadona, M.R. & Sigit Setiawan. 2020. “Komunikasi Organisasi dalam Fenomena Perubahan Organisasi di Lembaga Penelitian dan Pengembangan”. *Jurnal Pekommas*, Vol. 5 No. 1. <https://dx.doi.org/10.30818/jpkm.2020.2050110>
- Wafi, A.A. & Iqbaal Ivan A F. 2023 “Strategi Komunikasi SD Muhammadiyah 1 Wringinanom dalam Mewujudkan Kantin Sehat Bebas Sachet”. *Ecotonjournal*, Vol. 3 No. 2
<https://doi.org/10.58954/epj.v3i2.135>