

Sosialisasi Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Kampanye Lingkungan di Bank Sampah Hijau Selaras Mandiri

Velantin Valiant¹, Sri Ekowati², Khina Januar³, Ilona V.Oisina⁴, Meisyanti⁵, Woro Harkandi Kencana⁶

^{1,2,3,4,5,6}Universitas Persada Indonesia YAI
Jl. Diponegoro, Jakarta Pusat

E-mail :

velantin@gmail.com¹, Ditaekowati246@gmail.com², khina.januar@yahoo.com³, ilonaoisina@yahoo⁴
meisyanti.classroom@gmail.com⁵, woro.harkandi@gmail.com⁶,

ABSTRAK

Bank Sampah Selaras Hijau Mandiri merupakan bank sampah yang berada di daerah Kemayoran, Jakarta Pusat. Bank sampah ini berdiri dalam rangka mengajak dan menumbuhkan kepedulian sosial untuk lingkungan terutama dalam pengelolaan sampah dan penghijauan, serta pengurangan sampah di TPS/TPA dan pemberdayaan ekonomi masyarakat dengan memanfaatkan sampah dengan program 3R (*Reduce, Reuse dan Resycle*). Permasalahan di Bank sampah ini adalah Pengelola bank sampah HSM belum memaksimalkan penggunaan media sosial sebagai media kampanye lingkungan. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dengan melakukan sosialisasi tentang strategi dalam mengoptimalkan penggunaan media sosial sebagai media kampanye lingkungan dengan membuat konten-konten kreatif dan mengikuti trend saat ini. Sehingga pesan dapat tersampaikan khususnya untuk generasi muda yang masih belum peduli dengan lingkungan.

Kata kunci : bank sampah, sosial media, kampanye lingkungan

ABSTRACT

The Mandiri Selaras Hijau Waste Bank is a waste bank located in the Kemayoran area, Central Jakarta. This waste bank was established in order to invite and grow social awareness for the environment, especially in waste management and reforestation, as well as waste reduction in TPS/TPA and community economic empowerment by utilizing waste with the 3R program (Reduce, Reuse and Recycle). The problem in this waste bank is that the HSM waste bank manager has not maximized the use of social media as a medium for environmental campaigns. This community service activity is carried out by socializing strategies in optimizing the use of social media as a media for environmental campaigns by creating creative content and following current trends. So that the message can be conveyed, especially to the younger generation who still do not care about the environment.

Keyword: waste bank, social media, environmental campaign

1. PENDAHULUAN

Bank Sampah Hijau Selaras Mandiri (HSM) RT.014 RW.06 Kelurahan Kebon Kosong Kecamatan Kemayoran ,Jakarta Pusat. Bank sampah ini berdiri dalam rangka mengajak dan menumbuhkan kepedulian sosial untuk lingkungan terutama dalam pengelolaan sampah dan penghijauan, serta pengurangan

sampah di TPS/TPA dan pemberdayaan ekonomi masyarakat dengan memanfaatkan sampah dengan program 3R (*Reduce, Reuse dan Resycle*) serta perubahan perilaku masyarakat menuju kepedulian lingkungan khususnya pengelolaan sampah yang efektif. Sesuai dengan Undang- Undang No. 18 Tahun 2008 tentang Pengelolaan Sampah dan Peraturan Daerah Provinsi Daerah

Khusus Ibukota Jakarta Nomor 3 Tahun 2013 Tentang Pengelolaan Sampah.

Perkembangan teknologi komunikasi yang pesat memberikan kemudahan dalam memberikan pesan kampanye lingkungan. Jenis-jenis media siber yang digunakan : website, email, blog, dan media sosial. saat ini pengguna media sosial. Menurut menurut Boyd (2009) media sosial merupakan sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun kelompok untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan tentu saja dapat berkolaborasi bahkan bermain (Nasrullah, 2014)

Berdasarkan data dan tren pengguna internet we are social ditahun 2022 bulan Februari. Pengguna internet di Indonesia saat ini 4.95 miliar dengan pengguna media sosial aktif 4.62 miliar naik sebanyak 10.1% (We Are Social & Hootsuite & kepios, 2022).

Dengan data tersebut penyebaran pesan kampanye lingkungan secara digital menjadi hal yang efektif. Saat ini mitra Bank Sampah Hijau Selaras Mandiri telah memiliki akun Youtube dan Instagram. Digital campaign secara sederhana dapat diartikan sebagai kampanye melalui media online. Definisi Digital camapaign atau dapat disebut E-Kampanye sendiri adalah sebuah kegiatan kampanye yang dibangun dengan menggunakan fasilitas Sistem teknologi informasi untuk pencapaian pesan kepada khalayak luas secara massal . Pada umumnya diwujudkan melalui sebuah media website, blog maupun beberapa media social yang berbasis internet (Yunin, 2017).

Menurut framework Earl & Kimport, Bentuk-bentuk kegiatan aktivisme online yang dilakukan di internet oleh gerakan sosial antara lain : partisipasi online, mobilisasi (*online facilitation to offline protest*), brosur dan sintesis, broadcasting dan dokumentasi (H & Manalu, 2019).

2. PERMASALAHAN

Permasalahan pada mitra antara lain : Pengelola bank sampah HSM belum memaksimalkan penggunaan media sosial sebagai media kampanye lingkungan. Pengelola bank sampah merupakan masyarakat yang berumur di atas 40 tahun yang memiliki kesulitan dalam membuat konten-konten kreatif di media sosial. kurangnya minat generasi muda khususnya di lingkungan bank sampah BSM untuk berperan aktif tergabung sebagai anggota ataupun pengelola bank sampah.

3. METODOLOGI

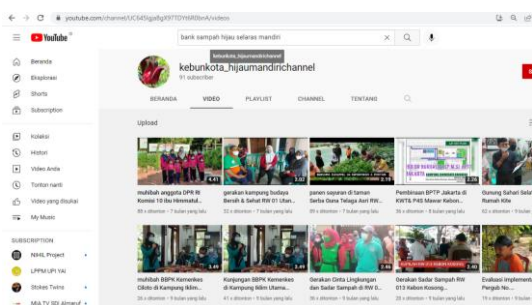
Tahapan awal pengabdian masyarakat ini dengan melakukan survey ke Bank Sampah Hijau Selaras Mandiri dengan melakukan diskusi permasalahan mitra. Tahapan selanjutnya dengan melakukan kegiatan seminar dan pendampingan dengan pengelola dan masyarakat tentang strategi pemanfaatan media sosial dan pembuatan konten kreatif. Sehingga sosial media menjadi media kampanye lingkungan khususnya pengelolaan sampah yang efektif.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini merupakan rangkaian acara yang dilakukan oleh Fakultas

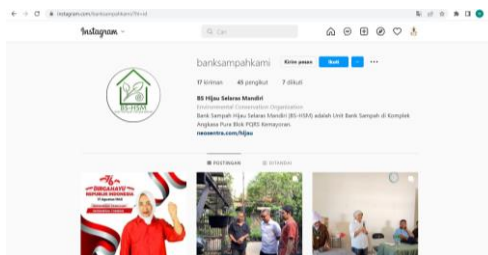
Ilmu Komunikasi Universitas Persada Indonesia YAI sebagai kegiatan yang mengangkat isu lingkungan. Mitra pada kegiatan ini adalah Bank Sampah Hijau Selaras Mandiri.

Bank Sampah HSM telah memiliki akun media sosial Youtube dan Instagram yang aktif digunakan. Akun Youtube yaitu : kebunkota_hijaumandirichannel. Akun ini tidak hanya fokus pada kegiatan bank sampah BSM tetapi juga kampung eduwisata yang memiliki lahan untuk penghijauan dan edukasi. Saat ini channel yang telah berdiri selama satu tahun memiliki jumlah 91 subscriber dan jumlah video sebanyak 82 video.



Gambar 1. Channel Youtube Bank Sampah Hijau Selaras Mandiri

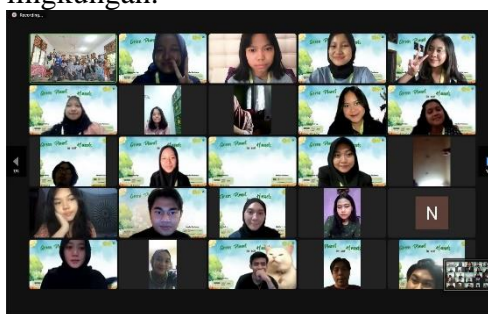
Sedangkan untuk akun instagram bank sampah HSM menggunakan akun @banksampahkami. Hanya memiliki 45 pengikut dan 17 postingan konten. pengelola kedua akun tersebut merupakan anggota bank sampah yang kurang memahami penggunaan media sosial secara maksimal. Aktivitas kampanye online yang dilakukan bank sampah BSM melalui dua media sosial tersebut berupa broadcasting dan dokumentasi.



Gambar 2 . Akun Instagram Bank Sampah HSM

Kegiatan dilakukan dengan pemberian materi oleh kelompok team pada tanggal 16 Juli 2022 di balai pertemuan Kampung Eduwisata Bhinneka. Seminar ini dihadiri oleh anggota kelompok Bank Sampah HSM, masyarakat sekitar dan mahasiswa Universitas Persada Indonesia YAI. Kegiatan ini dihadiri oleh 30 peserta tatap muka.

Kegiatan tidak hanya berlangsung secara tatap muka langsung, tetapi juga melalui aplikasi zoom, sehingga dapat menjangkau peserta lebih luas sebanyak 78 peserta online yang merupakan mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Persada Indonesia YAI serta aktivis dan masyarakat yang peduli terhadap lingkungan.



Gambar 3. Peserta online melalui aplikasi Zoom

Pemberian materi mengenai data-data penggunaan internet di Indonesia, serta manfaat penggunaan sosial media sebagai bentuk kampanye lingkungan. Dalam diskusi ini hampir semua peserta telah memiliki akun

sosial media. Materi ini disajikan untuk memberikan pemahaman bahwa penggunaan sosial media saat ini merupakan strategi yang efektif dalam menjangkau khalayak. Dalam percepatan teknologi kini, selain melalui media massa, penting juga penggunaan media sosial dalam berkomunikasi sebuah individu, organisasi atau perusahaan. Kehadiran New Media yang melahirkan media sosial menjadi benefit tersendiri di dunia jejaring internet yang luas (Karim & Yulianita, 2021).



Gambar 4. Pemberian Materi oleh pembicara



Gambar 5. Kegiatan Seminar

Kegiatan kampanye melalui website dan media social pada satu periode tertentu secara lebih fokus dibandingkan kegiatan komunikasi digital secara reguler dengan hasil yang terukur berdasarkan target yang ditentukan.

Konsistensi pembuatan konten dibutuhkan dalam efektifitas kampanye lingkungan. Pengelola Bank Sampah telah konsisten mengupload kegiatan-kegiatan yang dilakukan. Sosialisasi juga dilakukan

melalui sosial media dengan harapan akan lebih banyak menjangkau anggota terutama generasi muda.

Permasalahan pengurus bank sampah HSM dalam mengelola akun media sosial adalah kreatifitas dalam membuat konten yang menarik dan tepat sasaran. Saat ini konten yang dipublikasikan masih menggunakan konten sederhana dan selera dari pengelola sosial media yang berasal dari generasi awal bank sampah. Sehingga sering kali pesan yang disampaikan kurang tepat sasaran. Belum berjalan dengan baiknya kampanye lingkungan di media sosial lebih disebabkan karena aktor yang membuat kampanye di media sosial kurang memahami target kampanyenya sehingga dapat dikatakan “salah sasaran”, yang membuat kurangnya respon aktif dari pengguna media sosial yang dipakai tersebut (Hariyani, 2016) .

Strategi yang dapat dilakukan dalam pembuatan konten kreatif adalah mengikuti trend yang saat ini sedang berkembang. Salah satunya dengan menggunakan editing dan pemilihan backsound konten yang kekinian. Penggunaan fitur-fitur aplikasi lainnya yang mendukung tampilan yang menarik dari konten yang akan dipublikasikan.

Kolaborasi konten dapat dilakukan dengan public figure, komunitas, organisasi serta pemerintah untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Sehingga dapat membangkitkan mobilitas giat lingkungan di dunia nyata. Dalam mengelola akun media sosial dibutuhkan divisi khusus setidaknya dedicated person yang memang terfokus hanya mengerjakan tugas tersebut.

Diskusi pun dilakukan dengan dengan team abdimas dan peserta tatap muka maupun online. Pada diskusi ini peserta antusias mengikuti kegiatan dan kegiatan interaktif pun dilakukan antara peserta online dengan offline. Sehingga materi yang tersampaikan pun bisa lebih mudah dipahami oleh peserta.

5. KESIMPULAN

Sosialisasi penggunaan media sosial sebagai media kampanye lingkungan di Bank Sampah Hijau Selaras Mandiri merupakan bentuk kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Persada Indonesia. Pemberian materi berupa strategi pemanfaatan media sosial sebagai media kampanye lingkungan dalam menarik masyarakat sekitar khususnya generasi muda untuk peduli lingkungan melalui pengelolaan sampah yang tepat dengan bergabung dan berpartisipasi dengan Bank Sampah HSM.

Penggunaan sosial media oleh Bank Sampah Hijau Selaras Mandiri telah digunakan oleh pengelola menggunakan Instagram dan Youtube. Seminar yang diberikan diharapkan dapat membuat Konsistensi pembuatan konten dan kreatifitas konten yang dibutuhkan dalam efektifitas kampanye lingkungan. Sehingga pesan dapat tepat sasaran kepada masyarakat luas dan generasi muda khususnya.

DAFTAR PUSTAKA

H, N. Z., & Manalu, S. R. (2019).

Kampanye Gerakan Lingkungan dan Aktivisme Online di Media Sosial (Studi Kasus Pada Aktivisme Sustainable Fashion di Media Sosial Instagram). *Interaksi Online*, 9(3), 193–207.

Hariyani, I. (2016). Peran Jaringan Sosial Pada Kampanye Lingkungan Di Media Sosial: Kasus Kampanye Melawan Asap. *Informasi*, 46(1), 87–100. <https://doi.org/10.21831/INFOR.MASI.V46I1.9652>

Karim, I. Y., & Yulianita, N. (2021). Peran Instagram @greenarationid sebagai Media Kampanye Ramah Lingkungan. *Jurnal Riset Public Relations*, 1(2), 120–129. <https://doi.org/10.29313/jrpr.v1i2.418>

Nasrullah, R. (2014). *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Kencana Prenadamedia Group.

We Are Social & Hootsuite, & kepios. (2022). *Digital 2022 Indonesia* (pp. 24–84). <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia?msclkid=54849450ac3011eca46cf06ec644a888>

Yunin, S. Q. A. (2017). *Pengaruh Terpaan Kampanye Lingkungan Digital Earth Hour Malang Terhadap Partisipasi Publik (Studi Pada Followers Akun Instagram @earthhourmalang)*.