

STRATEGI KOMUNIKASI LEMBAGA SWADAYA MASYARAKAT GERAKAN MEMUNGUT SEHELAI SAMPAH (LSM GMSS) DALAM MENINGKAMPAJENYKAN LARANGAN MEMBUANG SAMPAH DI SUNGAI KARANG MUMUS SAMARINDA

Ventarika Frianda¹, Hairunnisa², Ghuftron³

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui strategi komunikasi Lembaga Swadaya Masyarakat Gerakan Memungut Sehelai Sampah (LSM GMSS) dalam mengkampanyekan larangan membuang sampah di Sungai Karang Mumus Samarinda. Untuk menganalisis faktor penghambat dan pendukung strategi komunikasi LSM GMSS dalam mengkampanyekan larangan membuang sampah di Sungai Karang Mumus Samarinda. Jenis penelitian yang dilakukan dengan deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, LSM GMSS sebagai sumber menghabiskan kebiasaan, menghilangkan budaya masyarakat yang menjadikan sungai Karang Mumus tempat sampah, dan melalui event pada hari libur, atau hari besar. LSM GMSS menyampaikan pesan yang disampaikan berupa ajakan, edukasi dan merubah pola pikir dan perilaku masyarakat tentang kepedulian terhadap lingkungan. Media yang biasa dipakai LSM GMSS SKM adalah media sosial facebook dan website fanpage LSM GMSS SKM. Kegiatan LSM GMSS juga diliput oleh media tanpa mereka minta seperti di Tribun, Kaltim Post, TV One, SCTV, Radio dan lainnya. Masyarakat menerima pesan mengenai larangan membuang sampah di SKM secara baik, sangat memahami, memiliki kesadaran dan memiliki kepeduliannya terhadap lingkungan SKM. Faktor penghambat dari jumlah masyarakat yang ikut serta hanya sedikit, sedangkan masyarakat lain tidak mau ikut serta dalam membantu. Faktor pendukungnya yaitu LSM GMSS SKM terkampanye dengan sendirinya melalui postingan-postingan yang dilakukan Ketua dan dukungan oleh Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) wilayah Samarinda yang selalu memuat berita-berita tentang GMSS.

Kata Kunci: Strategi, Komunikasi, LSM GMSS.

¹ Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: yenny_zan@gmail.com

² Hairunnisa, Staf Pengajar Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman

³ Ghuftron, Staf Pengajar Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman

Pendahuluan

Untuk menjaga kebersihan sungai maka pemerintah, LSM GMSS SKM dan para lembaga maupun komunitas pecinta Samarinda melakukan upaya dengan memasang media komunikasi. Media Komunikasi merupakan penyampaian pesan atau berita kepada seluruh masyarakat melalui media verbal atau nonverbal. Media komunikasi yang digunakan berupa papan tanda atau *signboard* yang berisi pesan larangan, himbuan, ajakan dan informasi yang terpasang di sekitar bantaran Sungai Karang Mumus di jaga agar tetap bersih dan dapat menjadi sarana rekreasi bagi masyarakat yang akhir-akhir ini, sesuai dengan intruksi Badan Lingkungan Hidup (BLH) Samarinda kualitas air Sungai Karang Mumus tidak lagi layak untuk digunakan akibat pencemaran limbah rumah tangga yang melebihi ambang normal.

Fakta yang terjadi masyarakat masih membuang sampah ke sungai sehingga menyebabkan kondisi Sungai Karang Mumus menjadi kotor oleh banyaknya macam jenis sampah yang menggenang di sungai dan air sungai menjadi tercemar. Dengan kondisi sungai yang telah tercemar oleh sampah, limbah rumah tangga dan pabrik tidak adanya tindakan tegas dari pemerintah seperti yang tertulis pada pemampang media papan tanda yang dipasang oleh pemerintah, maka masyarakat menjadi tidak takut akan larangan tersebut dan perilaku membuang sampah dan limbah menjadi berkelanjutan. Keadaan papan tanda yang telah terpasang di sekitar bantaran sungai banyak yang tidak terpelihara seperti kotor, hancur, berkarat, dan pudar sehingga masyarakat sering kali tidak melihat dengan baik isi pesan papan tanda yang telah terpasang. Dengan kondisi sungai yang telah tercemar sebagian masyarakat tetap menggunakan sungai sebagai sarana mandi cuci kakus, berenang dan bermain anak-anak.

Penyebab lain yang menyebabkan kerusakan SKM, akibat ulah manusia merupakan penyebab tertinggi dan sangat berpengaruh daripada faktor alam yang terjadinya tidak setiap hari. Indonesia sebagai negara berkembang juga telah mengalami masalah kerusakan sungai yang memberikan dampak negatif untuk kesejahteraan manusia dan makhluk hidup lainnya. Kerusakan sungai karena ulah manusia membawa penyakit, bencana, dan kerugian untuk diri mereka sendiri seperti halnya di kota Samarinda terdapat Sungai Karang Mumus (SKM) salah satu sungai utama di Kota Samarinda, Kalimantan Timur, yang airnya banyak dimanfaatkan warga tak luput dari kerusakan lingkungan yang menyebabkan mutu airnya semakin menurun, air Sungai Karang Mumus bukan hanya keruh kecoklatan melainkan hitam dan berbau. Sungai Karang Mumus (SKM) hingga kini masih dihiasi pemandangan tak elok, jorok dan kotor, gambaran tersebut masih melekat pada sungai yang membelah Kota Samarinda.

Oleh karena itu diperlukan suatu tindakan yang mampu menyadarkan kembali masyarakat tentang pentingnya isu lingkungan. Untuk mengkomunikasikan dan sekaligus mengkampanyekan ke masyarakat diperlukan suatu fungsi manajemen yang mampu membuat perencanaan agar tujuan yang dicapai dapat maksimal, yang mana tujuan tersebut untuk menyadarkan masyarakat terhadap pentingnya peduli terhadap lingkungan dan menjaganya.

Untuk itu LSM GMSS SKM merupakan sarana yang tepat untuk mencapai hasil yang maksimal untuk menyampaikan pesan dan mengkampanyekan demi tercapainya sasaran serta tujuan yang hendak dicapai. Kampanye larangan membuang sampah merupakan suatu bentuk kegiatan agar sungai karang mumus dapat bersih kembali dan enak di pandang mata. Peran LSM GMSS SKM dimana dalam komunikasi kampanye mengandung pesan himbauan atau ajakan yang tujuannya menumbuhkan kesadaran masyarakat terhadap kepedulian akan lingkungan.

Berdasarkan latar belakang masalah dan data yang dikemukakan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Strategi Komunikasi Lembaga Swadaya Masyarakat Gerakan Memungut Sehelai Sampah (LSM GMSS) Dalam Mengkampanyekan Larangan Membuang Sampah Di Sungai Karang Mumus Samarinda”. Peneliti tertarik karena di Sungai Karang Mumus kota Samarinda yang merupakan anak Sungai Mahakam yang memiliki panjang 34,7 kilometer dan menjadi salah satu jalur transportasi air bagi warga yang berada di Daerah Aliran Sungai (DAS) Karang Mumus. Terdapat Lembaga Swadaya Masyarakat Gerakan Memungut Sehelai Sampah (LSM GMSS) yang berdiri pada tahun 2016 memiliki program dan menghimbau masyarakat untuk menjaga kebersihan sungai, dari pihak-pihak atau individu yang tidak bertanggung jawab terhadap sampah yang dibuang, dan tidak mau menjaga kebersihan lingkungan Sungai Karang Mumus.

Kerangka Dasar Teori

Teori S-M-C-R

Dalam rangka untuk memperjelas makna dan tujuan dari penelitian ini, perlu dijelaskan pengertian dari teori itu sendiri sekaligus beberapa teori komunikasi yang berhubungan langsung dengan penelitian ini. Wilbur Schramm Nafziger & White (dalam Cangara, 2009:24). Mendefinisikan teori sebagai suatu perangkat pernyataan yang saling berkaitan, pada abstraksi yang dapat diuji secara ilmiah, dan pada landasannya dapat dilakukan predeksi mengenai perilaku. Dari definisi tersebut menjelaskan bahwa teori adalah hasil telaah dengan metode yang ilmiah.

Dalam penelitian ini untuk mendukung berjalannya kegiatan penelitian menjadi lebih terarah dan fokus dalam mencapai target yang diinginkan, penulis dalam hal ini menggunakan teori S-M-C-R yang merupakan singkatan dari *Source-Messege-Channel-Receiver*. *Source* adalah yang menjadi sumber pesan atau lebih sering disebut dengan komunikator, *Messege* adalah pesan, *Channel* yang berarti saluran atau media yang digunakan untuk menyampaikan pesan, *Receiver* yang berarti penerima pesan atau yang biasa disebut Komunikan.

Perkembangan terakhir adalah munculnya pandangan dari Joseph de Vito, K. Sereno dan Erika Vora (dalam Cangara, 2009:26), yang menilai faktor lingkungan merupakan unsur yang tidak kalah pentingnya dalam mendukung terjadinya proses komunikasi. Kalau unsur-unsur komunikasi yang dikemukakan di atas dilukiskan dalam gambar, maka kaitan antara satu unsur dengan unsur lainnya dapat dilihat sebagai berikut :

- a. Sumber
- b. Pesan
- c. Media
- d. Penerima
- e. Efek
- f. Umpan balik

Strategi Komunikasi

Pengertian Komunikasi

Komunikasi pada hakikatnya adalah sebuah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan. Menurut Effendi (2007:28), pesan komunikasi terdiri dari dua aspek, *pertama* : isi pesan dan *kedua* : lambang. Tujuan dari komunikasi itu sendiri yaitu, mengubah sikap, mengubah opini, mengubah perilaku, dan mengubah masyarakat. Dalam perkembangannya, komunikasi juga memiliki fungsi tersendiri yaitu: menginformasikan, mendidik, menghibur dan untuk mempengaruhi.

Menurut pendapat Effendy (2007:13), komunikasi adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang-lambang yang bermakna bagi kedua pihak, dalam situasi yang tertentu komunikasi menggunakan media tertentu untuk merubah sikap atau tingkah laku seseorang atau sejumlah orang sehingga ada efek tertentu yang diharapkan.

Komunikasi menurut West dan Turner (2007:5), pada dasarnya manusia merupakan makhluk sosial yang tidak mungkin hidup tanpa berkomunikasi dengan orang lain, adanya interaksi antar sesama manusia dan fakta bahwa komunikasi adalah sebuah proses yang terus menerus dan tidak ada akhirnya menandakan komunikasi memiliki peran yang sangat penting dalam kehidupan manusia.

Menurut Rogers (dalam Narwoko dan Suryanto, 2007:19). seorang pakar sosiologi Pedesaan Amerika membuat definisi “Komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi terhadap satu sama lain yang pada gilirannya akan tiba saling pengertian”.

Dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah suatu proses atas suatu pertukaran suatu pesan atau informasi kepada seseorang atau pada masyarakat. Sedangkan dapat diartikan manajemen komunikasi adalah proses penggunaan berbagai sumber daya komunikasi secara terpadu melalui proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengontrolan unsur-unsur komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Fungsi dan Tujuan Komunikasi

Menurut Robins (dalam Hasan 2005:23) mensyaratkan bahwa komunikasi memiliki empat fungsi utama dalam suatu organisasi atau dalam kelompok tertentu, yaitu :

1. Fungsi pengawasan.

2. Fungsi motivasi.
3. Fungsi pengungkapan emosional.
4. Fungsi informasi.

Fungsi Komunikasi tersebut diatas merupakan bagian integral dan fungsi organisasi dan apabila masuk pada bidang pemerintahan, fungsi tersebut ditambah dengan adanya pemberdayaan, oleh sebab itu adanya kemampuan aplikatif dalam mengoperasionalisasikan urusan-urusan pemerintahan.

Unsur-Unsur Komunikasi

Claude E. Shannon dan Warren Weaver (dalam Cangara, 2009:21), dua orang insinyur listrik mengatakan bahwa terjadinya proses komunikasi memerlukan lima unsur pendukungnya, yakni pengirim, transmitter, signal, penerima dan tujuan. Kesimpulan ini didasarkan atas hasil studi yang mereka lakukan mengenai pengiriman pesan melalui radio dan telepon.

Cangara (2009:27), jadi, setiap unsur memiliki peranan yang sangat penting dalam membangun proses komunikasi. Bahkan ketujuh unsur ini saling bergantung satu sama lainnya. Artinya, tanpa keikutsertaan satu unsur akan memberi pengaruh pada jalannya komunikasi.

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa strategi adalah suatu cara atau langkah-langkah yang terencana dengan mengintegrasikan segala sumber daya dan kemampuan dalam mencapai tujuan. Dengan kata lain, strategi dapat dijadikan suatu cara atau langkah yang menjadi pegangan atau pedoman untuk bekerja, berupaya dan berbuat untuk mencapai suatu tujuan.

Pengertian Strategi

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan taktik operasionalnya. Thompson (dalam Oliver, 2007:2), strategi merupakan cara untuk mencapai sebuah hasil akhir menyangkut tujuan dan sasaran organisasi". Gregory (2001:98) "Strategi adalah faktor pengkoordinasi, prinsip yang menjadi penuntun, ide utama, dan pemikiran dibalik program taktis". Bennet (1996) dalam Oliver (2007:2) "Strategi merupakan arah yang dipilih orang untuk diikuti untuk mencapai misinya".

Mintzberg (dalam Oliver, 2007:2) menawarkan lima kegunaan dari kata strategi, yaitu :

1. Sebuah rencana : suatu arah tindakan yang diinginkan secara sadar.
2. Sebuah cara : suatu manuver spesifik yang dimaksudkan untuk mengecoh lawan atau kompetitor.
3. Sebuah pola : dalam suatu cara menempatkan organisasi dalam sebuah lingkungan.
4. Sebuah perspektif : suatu cara yang terintegrasi dalam memandang dunia.

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa strategi adalah suatu cara atau langkah-langkah yang terencana dengan mengintegrasikan segala sumber daya dan kemampuan dalam mencapai tujuan. Dengan kata lain, strategi dapat

dijadikan suatu cara atau langkah yang menjadi pegangan atau pedoman untuk bekerja, berupaya dan berbuat untuk mencapai suatu tujuan.

Strategi Komunikasi

Menurut Effendy (2007:32) yang menyatakan bahwa “Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*Management*) untuk mencapai sebuah tujuan. Akan tetapi, untuk mnecapai tujuan tersebut strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya”.

Demikianlah pula strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung dari situasi dan kondisi.

Bentuk-Bentuk Strategi Komunikasi

Dari strategi komunikasi yang ada bahwa bisa dilihat melalui bentuk-bentuk strategi komunikasi menurut Cangara (2009:25) setiap strategi komunikasi yang digunakan, apakah sudah berjalan dengan baik atau belum, adapun bentuk-bentuk strategi komunikasi sebagai berikut :

1. Tujuan
2. Pesan
3. Sasaran
4. Instrument dan kegiatan
5. Sumberdaya dan skala waktu
6. Evaluasi dan perbaikan

Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM)

Kata LSM (Lembaga Swadaya Masyarakat) adalah kata yang sudah sangat familiar terdengar di telinga kita. Karena memang kata ini sangat sering dimuat di media-media cetak, media online, maupun diperdengarkan dimedia-media elektronik. Dikemukakan oleh PBB, Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) adalah sebuah organisasi nonpemerintah yang tidak mencari keuntungan materi, didirikan sukarela oleh masyarakat, dengan skala lokal maupun internasional, dan bertujuan untuk mengangkat kesejahteraan masyarakat.

Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 8 tahun 1990, LSM adalah organisasi atau lembaga yang anggotanya adalah masyarakat warga negara Republik Indonesia yang secara sukarela atau kehendak sendiri berminat serta bergerak dibidang kegiatan tertentu yang ditetapkan oleh organisasi atau lembaga sebagai wujud partisipasi masyarakat dalam upaya meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraan masyarakat, yang menitikberatkan kepada pengabdian secara swadaya. LSM merupakan organisasi masyarakat yang beraktivitas atas motivasi dan swadaya yang bangkit dari kesadaran terhadap keadaan sosial di masyarakat.

Selain itu, mereka tidak mengharapkan imbalan namun imbalan yang paling berharga adalah penghargaan atas martabat kemanusiaannya serta diakui sebagai manusia yang beridentitas. Oleh sebab itu, keberadaan LSM dalam membangun keswadayaan atau partisipasi masyarakat terhadap program-program pembangunan bukanlah sesuatu ucapan semata namun sudah terbukti ke dalam tindakan-tindakan konkrit yang dilakukan oleh LSM.

Menurut Hadiwinata (2003:63), mengatakan bahwa LSM telah menjadi "Sektor Ketiga", yaitu sektor publik yang mengedepankan kepedulian sosial atau personal. Sektor Pertama adalah sektor Negara atau pemerintah yang berkewajiban menjamin pelayanan bagi warga Negaranya dan menyediakan kebutuhan sosial dasar, sedangkan sektor Kedua adalah sektor swasta yang terdiri dari kalangan bisnis dan industrial yang bertujuan mencari penghidupan dan menciptakan kekayaan. Sebagai Sektor Ketiga, maka LSM beroperasi diluar pemerintah dan pasar.

Berdasarkan paparan diatas, dapat disimpulkan bahwa LSM adalah organisasi non pemerintah atau lembaga yang dibentuk secara suka rela atas kebutuhan masyarakat, bersifat bebas, berorientasi tidak mencari keuntungan yang bertujuan menswadayakan masyarakat sebagai wujud partisipasi masyarakat dalam meningkatkan taraf hidup manusia.

Kampanye

Kampanye adalah alat untuk menyebarkan informasi dan meningkatkan kesadaran, untuk meningkatkan kepedulian dan perubahan perilaku dari target audiens. Kampanye juga dapat dilihat sebagai alat advokasi kebijakan untuk menciptakan tekanan publik pada aktor-aktor kunci, misalnya peneliti, ilmuwan, media masa dan pembuat kebijakan. Sedangkan secara pandangan komunikasi, kampanye memiliki definisi yang lain. Kampanye pada prinsipnya merupakan suatu proses kegiatan komunikasi individu atau kelompok yang dilakukan secara terlembaga dan bertujuan untuk menciptakan suatu efek atau dampak tertentu.

Rogers dan Storey (dalam Klingmann dan Rommele, 2002:41) mendefinisikan kampanye sebagai rangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu. Merujuk pada definisi ini, maka setiap aktivitas kampanye komunikasi setidaknya harus mengandung empat hal yaitu :

1. Tindakan kampanye yang ditujukan untuk menciptakan efek atau dampak tertentu.
2. Jumlah khalayak sasaran yang besar.
3. Dipusatkan dalam kurun waktu tertentu.
4. Melalui serangkaian tindakan komunikasi yang terorganisasi.

Komunikasi memiliki peran penting dalam melaksanakan kampanye larangan membuang sampah. Bagaimanapun juga, kampanye akan terlaksana secara baik apabila disampaikan dengan cara yang baik kepada masyarakat. Isi kampanye yang berkualitas akan menjadi titik balik apabila cara penyampaiannya

tidak baik. Oleh karena itu, komunikasi merupakan hal yang sangat penting pada setiap pelaksanaan kampanye apapun.

Sampah

Sampah adalah buangan yang dihasilkan dari suatu proses produksi baik industri maupun domestik (rumah tangga). Sementara di dalam Undang-undang Nomor 18 Tahun 2008 tentang Pengelolaan Sampah Bab I Ketentuan Umum bagian kesatu Definisi Pasal 1 ayat 1, disebutkan sampah adalah sisa kegiatan sehari-hari manusia atau proses alam yang berbentuk padat atau semi padat berupa zat organik atau anorganik bersifat dapat terurai atau tidak dapat terurai yang dianggap sudah tidak berguna lagi dan dibuang kelingkuhan. Sampah berasal dari beberapa tempat, yakni :

1. Sampah dari pemukiman penduduk pada suatu pemukiman biasanya sampah dihasilkan oleh suatu keluarga yang tinggal di suatu bangunan atau asrama. Jenis sampah yang dihasilkan biasanya cenderung organik, seperti sisa makanan atau sampah yang bersifat basah, kering, abu, plastik dan lainnya.
2. Sampah dari tempat-tempat umum dan perdagangan tempat-tempat umum adalah tempat yang dimungkinkan banyaknya orang berkumpul dan melakukan kegiatan. Tempat-tempat tersebut mempunyai potensi yang cukup besar dalam memproduksi sampah termasuk tempat perdagangan seperti pertokoan dan pasar. Jenis sampah yang dihasilkan umumnya berupa sisa-sisa makanan, sayuran busuk, sampah kering, abu, plastik, kertas, dan kaleng-kaleng serta sampah lainnya.

Berbagai macam sampah yang telah disebutkan di atas hanyalah sebagian kecil saja dari sumber-sumber sampah yang dapat ditemukan dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini menunjukkan bahwa kehidupan manusia tidak akan pernah lepas dari sampah. Terutama penumpukan sampah yang terjadi di tempat-tempat umum seperti di pasar-pasar.

Jenis-Jenis Sampah

Menurut Slamet (2002:22), berdasarkan bahan asalnya, sampah itu terbagi menjadi dua jenis, yaitu sampah organik dan anorganik, di negara yang sudah menerapkan pengelolaan sampah secara terpadu, tiap-tiap jenis sampah diterapkan sesuai dengan jenisnya.

Untuk mempermudah pengangkutan ke TPA (Tempat Pembuangan Sampah Akhir), sampah dipilah berdasarkan klasifikasinya sebagai berikut :

A. Berdasarkan sumbernya.

1. Sampah alam.
2. Sampah manusia.
3. Sampah konsumsi.
4. Sampah nuklir.
5. Sampah industri.
6. Sampah pertambangan.

B. Berdasarkan sifatnya.

1. Sampah organik, dapat diurai (*degradable*).
2. Sampah anorganik tidak terurai (*undegradable*).

C. Berdasarkan bentuknya.

1. Sampah Padat.
2. Sampah Cair.
3. Sampah alam.
4. Sampah manusia.
5. Sampah Konsumsi.
6. Limbah Radioaktif.

Definisi Konseptual

Strategi komunikasi Lembaga Swadaya Masyarakat Gerakan Memungut Sehelai Sampah (LSM GMSS) dalam mengkampanyekan larangan membuang sampah di Sungai Karang Mumus Samarinda adalah kegiatan yang direncanakan, yang diatur dan diharapkan dari lembaga sosial sebagai komunikator, berisi pesan, menggunakan media, kepada komunikan dan terdapat efek dalam menyebarkan informasi dan meningkatkan kesadaran, untuk meningkatkan kepedulian dan perubahan perilaku masyarakat, dalam bentuk lainnya untuk menyebarkan informasi dan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang larangan membuang sampah di Sungai Karang Mumus Kota Samarinda.

Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan penelitian deskriptif kualitatif.

Fokus Penelitian

Adapun fokus penelitian dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Strategi komunikasi Lembaga Swadaya Masyarakat Gerakan Memungut Sehelai Sampah (LSM GMSS) dalam mengkampanyekan larangan membuang sampah di Sungai Karang Mumus Samarinda.
 - a. Sumber.
 - b. Pesan.
 - c. Media.
 - d. Penerima.
 - e. Efek.
2. Faktor penghambat dan faktor pendukung strategi komunikasi Lembaga Swadaya Masyarakat Gerakan Memungut Sehelai Sampah (LSM GMSS) dalam mengkampanyekan larangan membuang sampah di Sungai Karang Mumus Samarinda.

Sumber Data

Sumber data ada dua jenis yaitu:

1. Sumber Data Primer

Data primer diperoleh secara langsung dari sumber asli, sebagai berikut :

- a. *Key informan* (Informasi Kunci) nya yaitu Ketua LSM GMSS.
- b. Informannya yaitu Anggota LSM GMSS.
- c. Informan lainnya yaitu masyarakat yang bertempat tinggal di daerah SKM.

2. Sumber Data Sekunder

Pada penelitian ini penulis memperoleh data melalui dokumen-dokumen yang berasal dari data yang dimiliki oleh kantor LSM GMSS Sungai Karang Mumus Kota Samarinda dan buku-buku ilmiah, hasil penelitian yang relevan dengan fokus penelitian.

Tehnik Pengumpulan Data

Adapun metode pengumpulan datanya yaitu dengan menggunakan :

1. Penelitian Lapangan (*Field Work Research*), darinya penulis langsung mengadakan penelitian kelapangan dengan mempergunakan beberapa cara yaitu :
 - a. *Observasi*.
 - b. Penelitian dokumen (*Document research*).
 - c. Wawancara (*Interview*).

Tehnik Analisis Data

Tehnik analisis data kualitatif terdiri dari 3 komponen, antara lain:

1. Kondensasi data.
2. Penyajian data.
3. Kesimpulan/verifikasi.

Hasil Penelitian

Gambaran Umum Penelitian

Penulis melakukan penelitian yang dilaksanakan di wilayah Sungai Karang Mumus lokasi Lembaga Swadaya Masyarakat Gerakan Memungut Sehelai Sampah Sungai Karang Mumus (LSM GMSS SKM) melakukan kegiatannya dan keterangan mengenai strategi Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) dalam mengkampanyekan larangan membuang sampah di Sungai Karang Mumus Samarinda.

Kota Samarinda

Kota Samarinda memiliki luas wilayah sebesar 718 Km². Seiring dengan pelaksanaan Undang-undang Nomor 22 Tahun 1999 Samarinda ditetapkan sebagai kota, dilakukan pemekaran administrasi pemerintahan, sehingga saat ini terbagi menjadi 6 Kecamatan dan 53 Kelurahan. Kota Samarinda sebagai Ibu Kota Provinsi Kalimantan Timur yang bergerak dibidang perdagangan dan jasa

Strategi LSM Mengkampanyekan Larangan Membuang Sampah (Ventarika) ini memiliki Visi mewujudkan Kota Samarinda sebagai kota jasa, industri, perdagangan, dan pemukiman yang berwawasan lingkungan.

Lembaga Swadaya Masyarakat Gerakan Memungut Sehelai Sampah Sungai Karang Mumus (LSM GMSS SKM)

LSM GMSS SKM berazas Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945 (seribu sembilan ratus empat puluh lima). Maksud dan tujuan dari pendirian LSM GMSS SKM ini adalah ikut serta membantu Pemerintah kota Samarinda dalam membangun kesadaran masyarakat untuk menjaga kebersihan daerah aliran Sungai Karang Mumus dari sampah buangan rumah tangga dan aliran air limbah rumah tangga sehingga dapat mewujudkan kota Samarinda menjadi kota yang teduh, rapi, indah dan nyaman. LSM GMSS SKM berfungsi sebagai wadah berhimpun bagi segenap tokoh masyarakat untuk memunculkan ide-ide segar dan cemerlang serta kreatif sebagai bentuk partisipasinya dalam membangun kesadaran masyarakat untuk menjaga kebersihan dan daerah aliran Sungai Karang Mumus.

Pembahasan

Dengan hasil perolehan data primer mengenai strategi komunikasi Lembaga Swadaya Masyarakat Gerakan Memungut Sehelai Sampah Sungai Karang Mumus (LSM GMSS SKM) dalam mengkampanyekan larangan membuang sampah di Sungai Karang Mumus Samarinda yang dikaji dari aspek-aspek sumber, pesan, media, penerima, efek, faktor penghambat dan faktor pendukung strategi komunikasi Lembaga Swadaya Masyarakat Gerakan Memungut Sehelai Sampah Sungai Karang Mumus (LSM GMSS SKM) dalam mengkampanyekan larangan membuang sampah di Sungai Karang Mumus Samarinda. Dengan hasil perolehan data primer akan dibahas yang terdiri dari indikator-indikator dan akan dijelaskan satu persatu sebagai berikut :

Strategi Komunikasi Lembaga Swadaya Masyarakat Gerakan Memungut Sehelai Sampah Sungai Karang Mumus (LSM GMSS SKM) Dalam Mengkampanyekan Larangan Membuang Sampah Di Sungai Karang Mumus Samarinda

Sumber

Strategi komunikasi LSM GMSS di Sungai Karang Mumus Samarinda mengkampanyekan larangan membuang sampah dan melakukan aksi memungut sehelai sampah di Sungai Karang Mumus. LSM GMSS sebagai sumber menghabiskan kebiasaan, menghilangkan budaya masyarakat yang menjadikan sungai Karang Mumus tempat sampah, dan melalui *event-event* pada hari libur, atau hari besar, maupun hari Valentine yang menarik simpati banyak masyarakat yang ikut memungut sampah dan ikut serta membantu. LSM GMSS SKM juga mendekati masyarakat, dengan memberi pemahaman tentang menjaga lingkungan dan bahaya membuang sampah di sungai. Sebelum kegiatan LSM GMSS SKM dimulai, masyarakat Sungai Karang Mumus diberitahukan melalui ketua RT

masing-masing. LSM GMSS SKM dapat himbuan untuk ikut serta dalam kegiatan LSM GMSS SKM.

Pesan

Strategi komunikasi LSM GMSS dengan menyampaikan pesan kepada masyarakat tentang budaya. Masyarakat harus berbudi luhur terhadap air. LSM GMSS dalam menyampaikan pesan larangan membuang sampah di SKM kepada masyarakat pada hari-hari tertentu seperti hari-hari libur, acara valentine dan mengajak memungut sampah bersama. Pesan yang disampaikan berupa ajakan, edukasi dan merubah pola pikir dan perilaku masyarakat tentang kepedulian terhadap lingkungan. Pesan yang disampaikan kepada bertujuan untuk mengajak masyarakat, memberi pemahaman terhadap lingkungan Sungai Karang Mumus, melalui kampanye atau sosialisasi. Agar tersampainya pesan yang disampaikan oleh LSM GMSS SKM kepada masyarakat melalui kampanye dan sosialisasi secara langsung maupun melalui media sosial.

Media

Dalam komunikasi massa, media adalah alat yang dapat menghubungkan antara sumber dan penerima yang sifatnya terbuka, dimana setiap orang dapat melihat, membaca dan mendengarnya. Media dalam komunikasi massa dapat dibedakan kedalam dua kategori, yakni media cetak dan media elektronik. Media cetak seperti halnya surat kabar, majalah, buku, *leaflet*, brosur, stiker, buletin, *hand out*, poster, spanduk, dan sebagainya. Sedangkan media elektronik antara lain: radio, film, televisi, *video recording*, komputer, *electronic board*, *audio cassette* dan sebagainya.

Media yang biasa dipakai LSM GMSS SKM adalah media sosial facebook dan website fanpage LSM GMSS SKM. Semua anggota LSM GMSS SKM mempunyai akun facebook masing-masing, melalui media facebook, anggota LSM GMSS SKM bisa memposting apa saja yang digunakan untuk berkampanye dan mengajak masyarakat untuk menjaga Sungai Karang Mumus. Melalui media sosial facebook berperan aktif dalam strategi komunikasi LSM GMSS SKM dalam mengkampanyekan larangan membuang sampah di Sungai Karang Mumus. Banyak masyarakat yang mengapresiasi gerakan tersebut, dapat dilihat dari komentar dan menyukai postingan kegiatan-kegiatan LSM GMSS SKM tersebut.

Penerima

Masyarakat sangat diharapkan LSM GMSS Sungai Karang Mumus dapat menerima pesan mengenai larangan membuang sampah di Sungai Karang Mumus secara baik, sangat memahami, memiliki kesadaran dan memiliki kepeduliannya terhadap lingkungan Sungai Karang Mumus. Tujuan LSM GMSS membantu pemerintah untuk menyadarkan masyarakat agar menjaga lingkungan daerah aliran Sungai Karang Mumus. Penerima pesan larangan membuang sampah di Sungai Karang Mumus adalah masyarakat. Karena masyarakat yang menjadi penyebab utama perusakan aliran Sungai Karang Mumus. Masyarakat lah yang

Strategi LSM Mengkampanyekan Larangan Membuang Sampah (Ventarika) menjadi sasaran utama penerima pesan penting ini. Karena semua kegiatan yang dilakukan untuk kepentingan semua masyarakat di Samarinda. Agar masyarakat bersama-sama menjaga dan membersihkan Sungai Karang Mumus.

Efek

Masyarakat sudah menyadari sungai yang dimiliki, harus masyarakat jaga. Karena Sungai Karang Mumus sangat penting bagi kehidupan makhluk hidup. Strategi yang digunakan LSM GMSS, agar penerima menerima pesan larangan membuang sampah di Sungai Karang Mumus secara baik dan dipahami, dimulai dengan perlahan. LSM GMSS tidak bisa memaksakan apa yang menjadi tujuan LSM GMSS. LSM GMSS harus bersama-sama dengan masyarakat. Sehingga masyarakat lain memiliki rasa malu untuk membuang sampah di sungai Karang Mumus. Masyarakat sangat mengapresiasi LSM GMSS.

Faktor Penghambat Strategi Komunikasi Lembaga Swadaya Masyarakat Gerakan Memungut Sehelai Sampah (LSM GMSS) Dalam Mengkampanyekan Larangan Membuang Sampah Di Sungai Karang Mumus Samarinda.

Faktor penghambat strategi komunikasi Lembaga Swadaya Masyarakat Gerakan Memungut Sehelai Sampah Sungai Karang Mumus (LSM GMSS SKM) dalam mengkampanyekan larangan membuang sampah di Sungai Karang Mumus Samarinda adalah hal-hal yang menghambat strategi komunikasi LSM GMSS SKM dalam mengkampanyekan larangan membuang sampah di Sungai Karang Mumus Samarinda, yang menjadi faktor penghambat yaitu jumlah masyarakat yang tidak mau ikut serta membantu.

Faktor Pendukung Strategi Komunikasi Lembaga Swadaya Masyarakat Gerakan Memungut Sehelai Sampah (LSM GMSS) Dalam Mengkampanyekan Larangan Membuang Sampah Di Sungai Karang Mumus Samarinda.

Faktor pendukungnya yaitu Gerakan Memungut Sehelai Sampah Sungai Karang Mumus terkampanye dengan sendirinya melalui postingan-postingan yang dilakukan Ketua LSM GMSS Sungai Karang Mumus, LSM GMSS Sungai Karang Mumus didukung oleh Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) wilayah Samarinda selalu memuat berita-berita tentang GMSS Sungai Karang Mumus tanpa diminta melalui sosial media maupun surat kabar dan masyarakat menerima dan bersedia kerjasama untuk bersama-sama menjaga lingkungan.

Penutup

Kesimpulan

Dari hasil penelitian, penyajian data dan pembahasan, maka dapat dikemukakan beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Strategi Komunikasi Lembaga Swadaya Masyarakat Gerakan Memungut Sehelai Sampah Sungai Karang Mumus (LSM GMSS SKM) Dalam Mengkampanyekan Larangan Membuang Sampah Di Sungai Karang Mumus Samarinda

- a. LSM GMSS sebagai sumber menghabiskan kebiasaan, menghilangkan budaya masyarakat yang menjadikan sungai Karang Mumus tempat sampah, dan melalui *event-event* pada hari libur, atau hari besar, maupun hari Valentine yang menarik simpati banyak masyarakat yang ikut memungut sampah dan ikut serta membantu. LSM GMSS SKM juga mendekati masyarakat, dengan memberi pemahaman tentang menjaga lingkungan dan bahaya membuang sampah di sungai.
 - b. LSM GMSS menyampaikan pesan larangan membuang sampah di SKM kepada masyarakat pada hari-hari tertentu seperti hari-hari libur, acara valentine dan mengajak memungut sampah bersama. Pesan yang disampaikan berupa ajakan, edukasi dan merubah pola pikir dan perilaku masyarakat tentang kepedulian terhadap lingkungan. Pesan yang disampaikan kepada bertujuan untuk mengajak masyarakat, memberi pemahaman terhadap lingkungan Sungai Karang Mumus, melalui kampanye atau sosialisasi.
 - c. Media yang biasa dipakai LSM GMSS SKM adalah media sosial facebook dan website fanpage LSM GMSS SKM. Semua anggota LSM GMSS SKM mempunyai akun facebook masing-masing, melalui media facebook, anggota LSM GMSS SKM bisa memposting apa saja yang digunakan untuk berkampanye dan mengajak masyarakat untuk menjaga Sungai Karang Mumus. Banyak masyarakat yang mengapresiasi gerakan tersebut, dapat dilihat dari komentar dan menyukai postingan kegiatan-kegiatan LSM GMSS SKM tersebut. Kegiatan mereka LSM GMSS juga diliput oleh media seperti di Tribun, Kaltim Post, TV One, SCTV, Radio dan lainnya.
 - d. Masyarakat menerima pesan mengenai larangan membuang sampah di Sungai Karang Mumus secara baik, sangat memahami, memiliki kesadaran dan memiliki kepeduliannya terhadap lingkungan Sungai Karang Mumus. Tujuan LSM GMSS membantu pemerintah untuk menyadarkan masyarakat agar menjaga lingkungan daerah aliran Sungai Karang Mumus.
 - e. Strategi yang digunakan LSM GMSS, agar penerima menerima pesan larangan membuang sampah di Sungai Karang Mumus secara baik dan dipahami, dimulai dengan perlahan. LSM GMSS tidak bisa memaksakan apa yang menjadi tujuan LSM GMSS. LSM GMSS harus bersama-sama dengan masyarakat. Sehingga masyarakat lain memiliki rasa malu untuk membuang sampah di sungai Karang Mumus. Masyarakat sangat mengapresiasi LSM GMSS.
2. Faktor penghambat strategi komunikasi Lembaga Swadaya Masyarakat Gerakan Memungut Sehelai Sampah Sungai Karang Mumus (LSM GMSS SKM) dalam mengkampanyekan larangan membuang sampah di Sungai Karang Mumus Samarinda adalah jumlah masyarakat yang ikut serta hanya sedikit, sedangkan masyarakat lain tidak mau ikut serta dalam membantu.
 3. Faktor pendukungnya yaitu GMSS Sungai Karang Mumus terkampanye dengan sendirinya melalui postingan-postingan yang dilakukan Ketua LSM GMSS Sungai Karang Mumus, LSM GMSS Sungai Karang Mumus didukung

Strategi LSM Mengkampanyekan Larangan Membuang Sampah (Ventarika) oleh Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) wilayah Samarinda selalu memuat berita-berita tentang GMSS Sungai Karang Mumus tanpa diminta melalui sosial media maupun surat kabar dan masyarakat menerima dan bersedia kerjasama untuk bersama-sama menjaga lingkungan.

Saran

Adapun saran-saran yang akan penulis kemukakan adalah sebagai berikut :

1. Sebaiknya situs resmi atau website LSM GMSS SKM diapresiasi oleh anggota lain dan anggota membantu untuk mengupdate kegiatan apa saja yang akan dilakukan maupun yang sudah dilakukan.
2. Sebaiknya LSM GMSS SKM, menjadikan masyarakat sebagai anggota tetap LSM GMSS SKM agar mereka merasa mempunyai posisi yang penting di dalam LSM tersebut. Sehingga rasa tanggungjawabnya semakin baik dan mau sama-sama membantu menjaga lingkungan seperti yang ada pada visi misi LSM GMSS SKM ini.

Daftar Pustaka

- Cangara, Hafied. 2009. *Komunikasi Politik: Konsep, Teori dan Strategi*. Jakarta : Rajawali Pers
- Effendy, Onong Uchjana. 2007. *Dinamika Komunikasi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Hadiwinata, Bob Sugeng. 2003. *Politics of NGOs in Indonesia Developing Democracy and Managing a Movement*. Bandung : Universitas Padjajaran.
- Hasan, Alwi. 2005. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta : Departemen Pendidikan Nasional Balai Pustaka.
- Narwoko, J. Dwi & Bagong Suryanto. 2007. *Sosiologi Teks Pengantar dan Terapan*. Jakarta : Kencana.
- West, R dan Lynn H. Turner. 2009. *Pengantar Teori Komunikasi : Analisis dan Aplikasi*. Jakarta : Salemba Humanika.

Peraturan:

Undang-undang Nomor 18 Tahun 2008 tentang Pengelolaan Sampah.