

Kampanye Gerakan Pungut Sampah oleh Pemkot Bandung

¹Nur Aini Karimah, ²Satya Indra Karsa

^{1,2}*Prodi Ilmu Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung,
Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116*

e-mail: ¹karimah93@gmail.com, ²indra@rocketmail.com

Abstract. Bandung has been rooted problem that many people are careless with hygiene and environmental sustainability. In this issue, Bandung City Government continued to try to change the bad habits of the public to be aware and keep their environment. Bandung City Government conducted a campaign of action to move the garbage in the area of Dago Car Free Day and the other way around Bandung, these action purpose to make people aware of the importance of taking out the trash in its place. The aim is to know the effect of the Government of Bandung in motion about garbage collection. Researchers observing by using descriptive method and technique of collecting data through interview process, documentation, and reference studies to support the results of the research. The informants are people who have an interest in managing the movement of garbage collection that dedicated by the Government of Bandung. The results of the research study find out (1) There are always some people who still throw garbage because there is no sense of concern, (2) Movement of Garbage Collection is one important moral to awareness in keeping the environment clean. This movement is one of the programs that help public awareness to make it easier to persuade about garbage collection movement and help raise people who do not care about this program.

Keywords: Environmental Sustainability, Waste, Bandung City Government, Department of Hygiene

Abstrak. Kota Bandung memiliki masalah yang sudah sangat mengakar yaitu banyaknya masyarakat yang acuh dengan kebersihan dan kelestarian lingkungan. Dalam masalah ini, Pemkot Bandung terus berusaha untuk merubah kebiasaan buruk masyarakat agar mampu sadar dan menjaga lingkungannya. Pemkot Bandung melakukan kampanye yaitu dengan gerakan aksi pungut sampah di kawasan Dago Car Free Day dan jalan lainnya di sekitar Bandung, untuk menyadarkan masyarakat bahwa pentingnya membuang sampah di tempatnya. Tujuan nya adalah untuk mengetahui efek yang diharapkan Pemerintah Kota Bandung dalam gerakan pungut sampah. Peneliti mengkaji permasalahan ini dengan menggunakan metode deskriptif dan menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara, dokumentasi, observasi kepada informan dan beberapa teori pelengkap. Informan penelitian ini ialah orang yang memiliki kepentingan dalam mengelola gerakan pungut sampah yang didedikasikan oleh Pemerintah Kota Bandung. Hasil kajian penelitian menemukan (1) adanya pihak yang selalu membuang sampah karena tidak ada rasa kepedulian (2) Gerakan Pungut Sampah merupakan salah satu gerakan moral untuk menumbuhkan kepedulian masyarakat dalam menjaga kebersihan lingkungan. Gerakan Pungut Sampah ini salah satu program yang membantu kepedulian masyarakat agar lebih mudah mempersuasi perihal gerakan pungut sampah dan membantu membangkitkan masyarakat yang belum peduli terhadap program ini

Kata Kunci: Kelestarian Lingkungan, Sampah, Pemkot Bandung, Dinas Kebersihan

A. Pendahuluan

Kelestarian lingkungan merupakan suatu hal yang didambakan oleh setiap individu maupun kelompok. Bandung merupakan daerah wisata, di mana selalu banyak pendatang baik lokal maupun nonlokal untuk menikmati udara sejuk, pemandangan, wisata belanja dan kuliner. Namun, Bandung memiliki masalah yang sudah sangat mengakar yaitu banyaknya masyarakat yang tak acuh dengan kebersihan dan kelestarian lingkungan. Membuang sampah sembarangan menjadi kebiasaan buruk masyarakat, meski Pemerintah Kota Bandung telah menyediakan tempat pembuangan sampah di setiap jalan bahkan saat ini telah dicanangkan pengadaan

tempat sampah di setiap kendaraan umum maupun pribadi. Dalam masalah ini, Pemkot Bandung terus berusaha untuk merubah kebiasaan buruk masyarakat agar mampu sadar dan menjaga lingkungannya. Pemkot Bandung melakukan kampanye yaitu dengan Gerakan Aksi Pungut Sampah di kawasan Dago *Car Free Day* dan jalan lainnya di sekitar Bandung, untuk menyadarkan masyarakat bahwa pentingnya membuang sampah di tempatnya. Membuang sampah pada tempatnya akan menimbulkan banyak dampak baik bagi lingkungan sekitar yang akan dirasakan bukan hanya oleh Pemkot Bandung, namun oleh masyarakat pribumi dan para pendatang.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: “**Bagaimana Kampanye Gerakan Aksi Pungut Sampah oleh Pemkot Bandung di Dago *Car Free Day***”. Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sbb.

1. Untuk mengetahui efek yang diharapkan oleh Pemerintah Kota Bandung dalam gerakan pungut sampah di Dago *Car Free Day*.
2. Untuk mengetahui Kelompok GPS melakukan persuasi kepada kelompok penerima dari kegiatan yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Bandung.
3. Untuk mengetahui capaian efek dari kegiatan gerakan pungut sampah yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Bandung.
4. Untuk mengetahui media komunikasi yang digunakan Pemerintah Kota Bandung dalam mendukung kampanye gerakan pungut sampah di Dago *Car Free Day*.

B. Landasan Teori

Kampanye merupakan suatu proses kegiatan komunikasi individu atau kelompok yang dilakukan secara terlembaga dan bertujuan untuk menciptakan suatu efek atau dampak tertentu. Komunikasi yang terencana ini bertujuan untuk menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu.

Setiap aktivitas kampanye komunikasi setidaknya harus mengandung empat hal yang dikemukakan oleh Antar Venus dalam bukunya (Venus, 2004:7):

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.

Pada penyampaian pesan kampanye, ada tiga hal penting yang harus diingat, yaitu isi pesan, struktur pesan, dan pesan kampanye dan respon khalayak (Venus 2004: 71):

1. Isi Pesan

Banyak hal yang terkait dengan isi pesan kampanye, seperti materi kampanye, pendekatan dalam menyampaikan kampanye, kreativitas, pesan negatif, dan sebagainya. Menurut penelitian, hal-hal seperti ilustrasi kejadian, visualisasi kejadian, fakta, dan kejadian bersejarah dalam sebuah pesan sangat mempengaruhi perubahan sikap orang yang menerima pesan tersebut. Pada sisi lain, pelaku kampanye juga harus melihat pesan dari pendekatan emosional, rasa takut, kreativitas, dan humor pada saat penyampaian pesan.

2. Struktur Pesan

Struktur pesan merujuk pada bagaimana unsur-unsur pesan diorganisasikan. Secara umum ada tiga aspek yang terkait langsung dengan pengorganisasian pesan kampanye yakni sisi pesan (*message sidedness*), susunan penyajian (*order of presentation*), dan pernyataan kesimpulan (*drawing conclusion*).

3. Pesan Kampanye dan Respon Khalayak

Respon khalayak terhadap pesan kampanye dipengaruhi oleh proses penerimaan dan pengelolaan pesan atau informasi yang dilakukan khalayak. Oleh karena itu, pesan harus memiliki kemampuan tertentu yang dapat mendorong khalayak untuk memberikan respon positif sesuai harapan pelaku kampanye. Beberapa aspek yang perlu mendapat perhatian misalnya penekanan terhadap apa yang akan dipersepsi orang, bagaimana pesan tersebut dapat menarik perhatian khalayak, serta bagaimana informasi dalam pesan itu disampaikan dan diingat oleh penerimanya.

Pfau dan Parrot yang dikutip oleh Venus (2004:29) menyebutkan bahwa “*campaigns are inherently persuasive communication activities*”. Meskipun inti dari kampanye adalah persuasi, namun tindakan persuasi dalam kampanye berbeda dengan tindakan persuasif perseorangan.

Kebijakan kegiatan Kampanye Gerakan Pungut Sampah di Pemerintah Kota Bandung ini dilakukan di Dago *Car Free Day* Bandung dengan menggunakan model Kampanye Nowak dan Warneryd. Kampanye yang dilakukan mengharapkan efek kepada kelompok penerima dan mendapatkan pencapaian efek kepada masyarakat yang bersangkutan.

Metode yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode penelitian deskriptif. Menurut Whitney (1960), metode deskriptif adalah pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat. Penelitian deskriptif mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat serta tata cara yang berlaku dalam masyarakat serta tata cara yang berlaku dalam masyarakat dan situasi-situasi tertentu, termasuk tentang hubungan, kegiatan-kegiatan, sikap-sikap, pandangan-pandangan, serta proses-proses yang sedang berlangsung dan pengaruh-pengaruh dari suatu fenomena. Metode deskriptif juga mempelajari norma-norma atau standar-standar, sehingga penelitian deskriptif ini disebut juga survey normatif. Dalam metode deskriptif, dapat diteliti masalah normatif bersama-sama dengan masalah status dan sekaligus membuat perbandingan-perbandingan antarfenomena. Studi demikian dinamakan secara umum sebagai studi atau penelitian deskriptif. Perspektif waktu yang dijangkau dalam penelitian deskriptif adalah waktu sekarang, atau sekurang-kurangnya jangka waktu yang masih terjangkau dalam ingatan responden. Sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Wawancara, Dokumentasi, dan Observasi.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Efek yang Diharapkan Pemerintah Kota Bandung dalam Gerakan Pungut Sampah di Dago *Car Free Day*.

Keberadaan Gerakan Pungut Sampah adalah program yang dibuat Pemerintah Kota Bandung, agar mengubah kebiasaan masyarakat yang dari rasa tidak peduli

menjadi rasa peduli. Gerakan ini biasanya hadir di *Car Free Day* namun pada praktiknya setiap individu yang sadar akan kebersihan lingkungan telah menjadi bagian dari Gerakan Pungut Sampah tersebut. Biasanya program ini dilakukan setiap 10-30 menit pada saat di *Car Free Day* agar masyarakat tertarik pada hati nurani yang membangkitkan untuk melakukannya, akan tetapi program Gerakan Pungut Sampah ini dilakukan di sekeliling Bandung pada hari Senin, Rabu dan Jumat. Program yang dilakukan ketika melakukan Gerakan Pungut Sampah yang dijadwalkan oleh Pemerintah Kota Bandung.

Jika masyarakat ingin memprogramkan Gerakan Pungut Sampah di luar jadwal yang sudah ada, pihak Gerakan Pungut Sampah ini akan membantu dan juga BPLH (Badan Pengelola Lingkungan Hidup). Kebersihan yang menjadi salah satu keindahan lingkungan harus turut serta didukung oleh lapisan masyarakat. Unsur masyarakat yang terlibat ini bisa dari orang-orang Gerakan Pungut Sampah ataupun ada beberapa pihak yang sudah berperan yaitu Pemerintah (Aparat Pemerintah Kota/PNS, TNI, POLRI, BUMN, BUMD), Unsur Pelajar/Lingkungan Pendidikan, Swasta (Kantor, Pusat Perdagangan, Hotel dan Restoran), Relawan (LPM, Ormas, OKP, relawan, individu yang ingin berpartisipasi, lembaga swadaya masyarakat, dan masih banyak yang membantu dalam program Gerakan Pungut Sampah ini. Seyogianya Gerakan Pungut Sampah ini sudah sewajarnya tertanam pada diri sendiri, untuk diaplikasikan apa yang ada dalam hati nurani diri kita. Pak Ridwan Kamil pun berusaha memperlakukan Gerakan ini seperti apa yang semestinya dilakukan pada diri kita masing-masing,

“Setiap Senin, Rabu, dan Jumat sebelum bekerja melakukan GPS. Di sepedah saya ada perlengkapan untuk GPS jadi pemimpin harus memberikan contoh.” (Hasil Wawancara dengan M. Ridwan Kamil, selaku Walikota Bandung, 30 September 2015).

Dengan adanya contoh pemimpin yang menunjukkan kepedulian terhadap lingkungan, keberadaan program Gerakan Pungut Sampah ini diharapkan mengubah kebudayaan yang ada di masyarakat. Perubahan kebudayaan yang dimaksud berkaitan dengan kultur masyarakat yang biasanya pasif menjadi aktif untuk mencintai kebersihan di lingkungannya. Jika kesadaran individu sudah muncul maka masalah sampah satu poin sudah teratasi. Harapan mengubah kebudayaan ini juga mampu menular kepada remaja atau anak-anak sebab permasalahan ini bukan hanya saja soal campur tangan pemerintah.

Selain berbicara mengenai perubahan kebudayaan yang diharapkan Pak Ridwan Kamil pun mengharapkan,

“... Gerakan Pungut Sampah ini diharapkan sebagai satu gerakan moral untuk menumbuhkan kepedulian masyarakat dalam menjaga kebersihan lingkungan,” (Hasil Wawancara dengan M. Ridwan Kamil, selaku Walikota Bandung, 30 September 2015).

2. Kelompok Gerakan Pungut Sampah Melakukan Persuasi kepada Kelompok Penerima dari Kegiatan yang Dilakukan oleh Pemerintah Kota Bandung

Kegiatan persuasi perihal gerakan pungut sampah inipun gencar dilakukan melalui program diskusi-diskusi. Diskusi ini dilakukan setiap bulan dalam bentuk *road show* kepada *corporate* dan mendapatkan relasi. Semua elemen masyarakat bisa disebut sebagai komunikator dalam program ini. Salah satu cara penyampaian kreatif yang dilakukan baru-baru ini dilakukan dengan adanya PRabu (Pahlawan Urang

Bandung).

Simbol superhero kebersihan Kota Bandung dijadikan sebagai relawan yang akan menegakan perda K3¹. PRabu di sini berperan untuk mengingatkan masyarakat untuk menjaga kebersihan dan tidak membuang sampah sembarangan. (Hasil Wawancara dengan M. Ridwan Kamil, selaku Walikota Bandung, 30 September 2015).

Cara pemilihan dan menentukan komunikator pun dilakukan sesuai dengan kebutuhan, seperti membuat materi dan gambar-gambar dan melalui tim yang menentukan materi itu layak dikeluarkan atau tidak. Penyampai pesan kampanye pun dilakukan oleh beberapa orang yang secara khusus sudah mempunyai pembekalan, seperti *executive word* yang memiliki keahlian masing-masing yang berasal dari ITB dan HIPMI (Himpunan Pengusaha Muda Indonesia), ada juga tim prosedur dan ada juga tim queta. Pengenalan gerakan ini selain dibantu oleh media massa pun setiap bulan rutin dilakukan sosialisasi ke seluruh kecamatan di Kota Bandung.

3. Pencapaian Efek dari Kegiatan Gerakan Pungut Sampah yang Dilakukan oleh Pemerintah Kota Bandung

Intended effect (efek yang diharapkan). Efek yang hendak dicapai harus dirumuskan dengan jelas. Dengan demikian, penentuan elemen-elemen lainnya akan lebih mudah dilakukan. Kesalahan umum yang sering terjadi adalah terlalu ‘mengagung-agungkan’ potensi efek kampanye, sehingga efek yang ingin dicapai menjadi tidak jelas dan tegas. Efek yang diharapkan Pemerintah Kota Bandung dalam gerakan pungut sampah adalah dengannya memperbaiki kembali yang telah hilang. Hilang yang dimaksud adalah dengan memperkaya lingkungan hidup dengan baik dan benar sesuai dengan keikhlasan hati akan apa yang ada pada diri masing-masing.

Efek yang ada di sini terbagi menjadi tiga, yaitu komponen kognitif, komponen afektif dan komponen perilaku. Komponen kognitif berisi kepercayaan seseorang mengenai apa yang berlaku atau apa yang benar bagi objek sikap. Komponen kognitif ini bisa dicontohkan dengan Gerakan Pungut Sampah dan apa saja yang dipercayai seseorang mengenai lokalisasi tersebut. Salah satunya dengan kepercayaan, kepercayaan datang dari apa yang telah kita lihat atau apa yang telah kita ketahui. Berdasarkan apa yang kita lihat itu kemudian terbentuk suatu ide atau gagasan mengenai sifat atau karakteristik umum suatu subjek. Jika kepercayaan terbentuk, maka akan menjadi dasar pengetahuan seseorang mengenai apa yang dapat diharapkan dari objek tertentu. “Kepercayaanlah yang menyadarkan dan mengatur apa yang kita lihat dan kita temui dan kepercayaan dapat terus berkembang” (Azwar, 2013 : 24). Lalu komponen afektif menyangkut masalah emosional subjektif seseorang terhadap suatu objek sikap. “Reaksi emosional yang merupakan komponen afektif ini banyak dipengaruhi oleh kepercayaan atau apa yang kita percayai sebagai benar dan berlaku bagi objek termaksud” (Azwar, 2013 : 26). Komponen perilaku menunjukkan bagaimana perilaku atau kecenderungan berperilaku yang ada dalam diri seseorang berkaitan dengan objek sikap yang dihadapinya. Asumsi bahwa kepercayaan dan perasaan banyak mempengaruhi perilaku. Konsistensi antara kepercayaan sebagai komponen kognitif, perasaan sebagai komponen afektif, dengan tendensi perilaku

¹ Perda K3 itu adalah peraturan daerah Kota Bandung No. 11 tahun 2005 tentang perubahan atas peraturan daerah Kota Bandung No. 3 tahun 2005, tentang penyelenggaraan ketertiban, kebersihan dan keindahan.

sebagai komponen konatif seperti itulah yang menjadi landasan dalam usaha penyimpulan sikap yang dicerminkan oleh jawaban. (Azwar, 2013 : 27)

Dalam aspek kognitif efek yang diharapkan erat dengan ilmu yang kita punya. Salah satunya dengan mengajak berdasarkan dari hati yang disambungkan dengan kebaikan dan juga menciptakan lingkungan yang baik pada program Gerakan Pungut Sampah ini. Kampanye Gerakan Pungut Sampah diterapkan dengan cara mengajak masyarakat Kota Bandung untuk melakukan GPS setiap Senin, Rabu dan Jumat. Kegiatan tersebut masuk melalui himbauan-himbauan kepada sekolah-sekolah, kantor baik pemerintah maupun non pemerintah, serta dilakukan melalui media sosial seperti twitter, Facebook di mana masyarakat yang melakukan GPS meng *upload* foto kegiatan GPS mereka. Pemerintah Kota Bandung membuat kampanye media cetak dan video yang menarik agar masyarakat mau melakukan GPS.

Pandangan masyarakat sebelumnya dalam pengelolaan sampah adalah tanggung jawab pemerintah saja jadi mereka ketika membuang sampah tidak pada tempatnya, akan ada petugas kebersihan yang membersihkan. Perilaku seperti ini tidak akan menyelesaikan permasalahan sampah kota, dengan adanya program GPS, maka masyarakat menjadi bagian dalam solusi pengelolaan sampah Kota Bandung. Mengubah perilaku ini tidaklah mudah, perlu waktu dan konsistensi. Semakin lama pemahaman masyarakat akan pentingnya GPS akan semakin baik.

Manusia dipandang sama dengan makhluk hidup lainnya, yang demikian disebut pandangan yang immanen. Manusia tidak mementingkan dirinya sendiri, yang dipentingkan keserasian hubungan antara manusia dengan alam. Pandangan yang immanen tersebut sekarang telah berubah menjadi pandangan yang transenden, pandangan ini memandang manusia berada di luar alam, alam/lingkungan dipandang sebagai objek yang dapat dieksplotasikan semaksimal mungkin. Hakekat pengelolaan lingkungan bukan hanya mengatur lingkungannya, tetapi termasuk mengatur dan mengendalikan berbagai kegiatan manusia agar berlangsung dan berdampak dalam batas kemampuan dan keterbatasan lingkungan untuk mendukungnya. Manusia perlu secara rutin mengelola lingkungan hidup, agar dapat memanfaatkan lingkungan secara optimal (Darsono, 1995 : 41).

Dengan adanya gerakan-gerakan di sekitar mereka dan memberi manfaat seperti Gerakan Pungut Sampah yang harus dilakukan dengan tidak ada lagi sampah, tetapi penegakan hukum yang masih lemah karena dibiarkan orang yang buah sampah, selain itu manfaat karena selain Gerakan Pungut Sampah ada juga *urban farming* dan manfaatnya untuk masyarakat.

“Diharapkan apabila Gerakan Pungut Sampah dilakukan secara berulang-ulang, secara tidak langsung itu akan menjadi kebutuhan walau itu belum terbukti secara massif” (Hasil Wawancara dengan Hani Sumarno, 24 Agustus 2015).

Namun dari segi penegakan hukum harus lebih dikuatkan agar gerakan GPS (Gerakan Pungut Sampah) memberi manfaat bagi sekitar.

“... pemahaman bahwa semua kebaikan akan kembali pada diri mereka sendiri walau kecil tapi efeknya kerasa, ada juga pembiasaan yang dilakukan oleh semua lapisan masyarakat yang dibentuk dengan tujuan menanggulangi sampah.”

(Hasil Wawancara dengan Atalia Prartya, selaku Ketua TP PKK Kota Bandung, 30 September 2015).

Sampah yang ditimbulkan oleh masyarakat Kota Bandung mencapai 1800 ton perhari, sampai saat ini belum semuanya bisa ditangani oleh PD Kebersihan. Tugas PD Kebersihan adalah mengumpulkan, mengangkut dan membuang sampah ke TPA

juga ditambah dengan membersihkan jalan-jalan protokol.

Jadi, dengan terlibatnya masyarakat dalam program ini sangat membantu dalam menjaga kebersihan kota. Seperti yang disebutkan sebelumnya pengelolaan sampah bukan hanya tugas pemerintah saja, tetapi semua warga Kota memiliki peran yang sama. (Hasil Wawancara dengan M. Ridwan Kamil, selaku Walikota Bandung, 30 September 2015).

Persoalan masyarakat mampu menjaga dan melestarikan kewajibannya, bisa dilihat dari keterlibatan dan konsistensi masyarakat yang melakukan Gerakan Pungut Sampah. Salah satu aspek untuk merubah perilaku masyarakat Kota Bandung dalam mengelola sampah memerlukan waktu yang tidak singkat dan harus terus diingatkan kembali agar mereka terus melakukan program Gerakan Pungut Sampah seminggu 3 (tiga) kali. Namun upaya ini harus lebih intensif lagi.

Masyarakat setidaknya dengan melakukan Gerakan GPS ini merupakan langkah awal masyarakat sadar untuk mengelola sampah, ke depannya masyarakat harus bisa terlibat dalam program reduce, refuse dan recycle. Jadi GPS adalah langkah awal masyarakat dalam membantu Pemerintah dalam mengelola sampah di lingkungannya (Hasil Wawancara dengan M. Ridwan Kamil, selaku Walikota Bandung, 30 September 2015).

Dengan adanya Gerakan Pungut Sampah ini respon masyarakat selalu ada tindak yang didapat dari reaksi sebelum dan sesudah adanya GPS ini. Respon masyarakat sebelum dan sesudah melakukan dengan adanya program GPS ini tentunya ada yang merasa cuek, dahulu ketika ada seseorang memungut sampah di jalan maka akan dipandang sebelah mata, sesuatu yang “aneh” atau kurang kerjaan. Dengan adanya gerakan ini bisa dilihat sendiri masyarakat tidak merasa harus malu dalam memungut sampah, bangga dan akan mengingatkan kepada orang-orang yang membuang sampah sembarangan.

Untuk pertama kali ada yang tidak peduli, namun ketika sudah berjalan, setiap orang sudah saling mengingatkan kepada orang-orang yang buang sampah sembarangan, karena tidak terlalu sering walikota mengawasi (Hasil Wawancara dengan Atalia Prartya, selaku Ketua TP PKK Kota Bandung, 30 September 2015).

4. Media Komunikasi yang Digunakan Pemerintah Kota Bandung dalam Mendukung Kampanye Gerakan Pungut Sampah di Dago Car Free Day

Media adalah salah satu unsur utama yang sangat berperan penting di dunia, bahkan di Bandung sendiri pun media sangat berperan penting dan dibutuhkan oleh masyarakat. Karena media mendedikasikan kebutuhan keingintahuan masyarakat setiap harinya, akan tetapi media juga melakukan kampanye dalam menyampaikan pesan yang dibutuhkan masyarakat. Media memiliki efek yang sangat penting oleh Pemerintah. Pemerintah Kota Bandung tentu mendukung kampanye Gerakan Pungut Sampah.

Media yang dilakukan Pemerintah Kota Bandung dalam pembentukan program Gerakan Pungut Sampah ini, dengan cara media sosial. Karena media luar bisa dibbilang cukup mahal dan juga kurang diminati oleh kelompok penerima. Pemerintah juga lebih banyak melakukan kepada kegiatan, kegiatan yang dilakukan ini

dilaksanakan secara *continue*. Akan tetapi semua aspek pemerintah yang dilakukan oleh Gerakan Pungut Sampah ini *terupdate* di *youtube* berupa video animasi, akan tetapi video tersebut belum bisa dibilang efektif atau tidak.

Untuk yang pertama kita menggunakan reklame yang dipasang di berbagai tempat, adapun media H.U (Pikiran Rakyat) menjadi rekan media, radio dengan talkshow dan ada pula event-event yang kita promosikan lewat radio (Hasil Wawancara dengan Hani Sumarno, 24 Agustus 2015).

Dalam promosi program GPS ini terhadap media yang paling penting terutama Pak Ridwan Kamil selaku Walikota. Pak Walikota yang dikenal aktif di media sosial sangat banyak mempunyai *follower*, adapula kelompok yang tidak pernah berhenti melakukan GPS dari situlah bisa membantu program GPS tersebut. Pemerintah juga didukung oleh komunitas yang bergerak di bidang lingkungan, yang tergabung dalam wadah Bandung *Clean Action*. Masing-masing memiliki peran yang sangat penting untuk promosi dari program GPS ini. Awal dari pemerintah kota mengeluarkan surat edaran pelaksanaan GPS di mulai dari SKPD (Satuan Kerja Perangkat Daerah), RW (Rukun Warga), (Rukun Tetangga) dan masyarakat. Kemudian oleh komunitas dilakukan publikasi untuk semua lapisan.

Dinas Kebersihan berperan cukup penting dengan adanya direksi di dinas, terkait berasal dari aktivis. Mereka melakukan kampanye melalui radio dan televisi, tapi yang penting mereka menerima informasi dari masyarakat. Jadi informasi didapatkan dan kinerja mereka diperbaharui (Hasil Wawancara dengan Atalia Prartya, selaku Ketua TP PKK Kota Bandung, 30 September 2015)

Media sangat berperan dan dapat mengubah kehidupan menjadi lebih mudah, media yang paling efektif dalam menggerakkan masyarakat adalah media sosial. Kota Bandung termasuk dalam kota yang paling aktif dalam menggunakan media sosial setelah Ibu Kota Jakarta. Dalam mensosialisasikan program GPS kepada masyarakat menggunakan media sosial seperti *Facebook*, *Instagram* dan *Twitter*.

Media yang sering digunakan adalah media sosial, karena itu bisa mengubah dunia. Karena dengan kemudahannya kita bisa mendapatkan banyak followers yang gabung dengan GPS (Hasil Wawancara dengan Hani Sumarno, 24 Agustus 2015).

Bentuk komunikasi yang dilakukan oleh pihak GPS dalam merundingkan suatu permasalahan terhadap pihak Dinas Kebersihan agar pelaksanaan GPS berjalan melalui media sosial *twitter*. Tim khusus lebih jauh mengisolasi masalah yang terjadi agar tidak meluas dan menyebar dengan pengamatan di 4 (empat) wilayah yaitu, Bandung Barat, Bandung Timur, Bandung Utara, dan Bandung Selatan. Itu semua melakukan GPS dan jika ada masalah, Dinas Kebersihan harus aktif dan memberikan respon cepat agar GPS tidak terbuang dan disimpan di mana-mana. Pada perjalanan bentuk pelaporan *top down* dan *bottom up* dilakukan oleh tim khusus GPS untuk itu *twitteri* kita coba tampung dan untuk lapor Dinas Kebersihan berkaskan.

Media sosial yang mendukung kampanye dalam program Gerakan Pungut Sampah di antaranya *twitter*, *instagram*, *line*, *youtube*, *tumblr*, dan *whatsapp*. Akan tetapi media sosial ini disesuaikan dengan perkembangan dari beberapa aspek faktor pengguna.

“Media yang paling berpengaruh dalam kontruksi dalam penyebaran adanya GPS ini adalah Kompas, NET, dan Trans” (Hasil Wawancara dengan Hani Sumarno, 24 Agustus 2015).

Program Gerakan Pungut Sampah ini bekerja sama dengan media elektronik salah satunya dengan net tv, trans tv, adapula media cetak seperti Koran *kompas*. Di

beberapa kegiatan yang dilakukan dari konser di Bandung, biasanya terjadi program Gerakan Pungut Sampah seperti konser tiga jari.

D. Kesimpulan dan Saran

1. Gerakan Pungut Sampah merupakan salah satu gerakan moral untuk menumbuhkan kepedulian masyarakat dalam menjaga kebersihan lingkungan. Gerakan Pungut Sampah ini salah satu yang membantu mempersuasi perihal gerakan pungut sampah dan membangkitkan masyarakat agar gencar melakukan program ini, dan GPS ini melakukan program melalui diskusi-diskusi. Diskusi ini dilakukan setiap bulan dalam bentuk *road show* kepada *corporate* dan mendapatkan relasi.
2. Penyampai pesan kampanye dilakukan oleh beberapa orang yang secara khusus sudah mempunyai pembekalan, seperti *executive word* yang memiliki keahlian masing-masing yang berasal dari ITB dan HIPMI (Himpunan Pengusaha Muda Indonesia), ada juga tim prosedur dan ada juga tim queta.
3. Dalam aspek kognitif efek yang diharapkan erat dengan ilmu yang kita punya. Salah satunya dengan mengajak berdasarkan dari hati yang disambungkan dengan kebaikan dan juga menciptakan lingkungan yang baik pada program Gerakan Pungut Sampah ini. Tujuan dari pengelolaan yaitu tercapainya keselarasan hubungan antara manusia dengan lingkungan hidup sebagai tujuan membangun manusia Indonesia seutuhnya, hal ini sesuai dengan apa yang dimanfaatkan oleh Pancasila. Pemanfaatan sumberdaya secara bijaksana harus terkendali sesuai dengan tujuan yang kedua pengelolaan lingkungan hidup. Terwujudnya manusia sebagai Pembina lingkungan diharapkan dengan segera, sehingga manusia mampu melestarikan kemampuan lingkungan yang serasi dan seimbang.
4. Dampak yang dirasakan ketika program Gerakan Pungut Sampah berjalan tidak langsung sampai kepada masyarakat namun secara bertahap. Mengurus warga Bandung yang dibilang cukup banyak itu tidak mudah, tetapi terbayang jika ada masalah sampah dan tidak ada penggerakan, maka sulit untuk digerakkan Gerakan Pungut Sampah ini. Karena pada pelaksanaannya berdampak terhadap kesehatan dan keindahan lingkungan, bila program ini terus dijalankan oleh masyarakat, maka mereka akan semakin percaya manfaat Gerakan Pungut Sampah.

DAFTAR PUSTAKA

Azwar, Saifuddin. 2013. *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta :

Pustaka Pelajar.

Darsono, Valentinus. 1995. *Pengantar Ilmu Lingkungan*. Edisi Revisi. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Venus, Antar. 2012. *Manajemen Kampanye: Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Azwar, Saifuddin. 2013. *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.

Darsono, Valentinus. 1995. *Pengantar Ilmu Lingkungan*. Edisi Revisi. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Venus, Antar. 2012. *Manajemen Kampanye: Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.