

# **Strategi Kampanye Lingkungan Bank Sampah Induk Surabaya (BSIS) dalam Menumbuhkan Kesadaran Pengelolaan Sampah Bernilai Jual di Masyarakat Surabaya**

<sup>1</sup>Kamal Ruchiyat, <sup>2</sup>Mohammad Insan Romadhan, <sup>3</sup>Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana,  
<sup>1,2,3</sup>Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
[kamalruchiyat77@gmail.com](mailto:kamalruchiyat77@gmail.com)

## ***Abstract***

*So far, the public's perception of the Surabaya Main Garbage Bank (BSIS) is a company engaged in waste sorting services, even though the Surabaya Main Garbage Bank (BSIS) is a non-profit organization that aims to help Surabaya's environment become cleaner through a waste sorting program. The information media of the Surabaya Main Garbage Bank (BSIS) that currently exist are also not sufficient in educating the public about the vision and mission and goals for which BSIS was actually founded. This study aims to determine the environmental campaign strategy of the Surabaya Main Garbage Bank (BSIS) which is located at Jalan Ngagel Timur Number 26, in raising awareness of waste management that sells value for the community in Surabaya. This study used qualitative research methods. Data collection techniques used are interviews, observation and documentation. The results of this study indicate that the BSIS PR Strategy through direct socialization and publication on social media is considered effective, because more and more people are aware of processing waste and participating in socialization about waste banks.*

**Keyword :** Campaign Strategy, Public Relations, Garbage Bank, Selling Value Waste

## **Abstrak**

Selama ini persepsi masyarakat terhadap Bank Sampah Induk Surabaya (BSIS) ini adalah perusahaan yang bergerak pada jasa pemilahan sampah, padahal Bank Sampah Induk Surabaya (BSIS) adalah organisasi non-profit yang bertujuan untuk membantu lingkungan Surabaya menjadi lebih bersih melalui program pemilahan sampah. Media informasi Bank Sampah Induk Surabaya (BSIS) yang ada saat ini juga belum cukup dalam memberikan edukasi pada masyarakat tentang visi dan misi serta tujuan yang sebenarnya didirikan BSIS ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi kampanye lingkungan Bank Sampah Induk Surabaya (BSIS) yang bertempat di Jalan Ngagel Timur Nomor 26, dalam menumbuhkan kesadaran pengolahan sampah bernilai jual di masyarakat Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Teknik pengambilan data yang digunakan adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Strategi PR BSIS melalui sosialisasi secara langsung serta publikasi di sosial media dianggap efektif, karena semakin banyaknya masyarakat yang sadar untuk mengolah sampah dan mengikuti sosialisasi tentang bank sampah.

**Kata kunci :** Strategi Kampanye, Public Relation, Bank Sampah, Sampah Bernilai Jual

## Pendahuluan

Meningkatnya aktivitas perkotaan seiring dengan laju pertumbuhan ekonomi masyarakat dan tingginya laju pertumbuhan penduduk akan semakin terasa dampaknya terhadap lingkungan. Penurunan kualitas lingkungan secara terus menerus menyudutkan masyarakat pada permasalahan lingkungan. Salah satu permasalahan lingkungan yang berkaitan erat dengan pelayanan publik di wilayah perkotaan adalah pengolahan sampah. Masalah sampah merupakan fenomena sosial yang perlu mendapat perhatian dari semua pihak, karena setiap manusia pasti memproduksi sampah.

Kota Surabaya sendiri masalah sampah masih belum semua kawasan perkotaan dan pemukiman padat terlayani dengan baik pengelolaan sampahnya. Pertambahan jumlah sampah yang tidak diimbangi dengan pengelolaan yang ramah lingkungan akan menyebabkan terjadinya kerusakan dan pencemaran lingkungan. Masalah lingkungan penting untuk dijaga, ini dapat dirasakan semua masyarakat ataupun penduduk sekitar baik itu yang datang dari luar atau masyarakat itu sendiri. Dengan pengelolaan sampah yang baik maka dapat menjaga kesehatan, kebersihan dan ramah lingkungan.

Permasalahan sampah lain yang dihadapi oleh Kota Surabaya adalah masih banyak masyarakat yang memiliki kesadaran rendah mengenai sampah. Sampah dianggap sebagai barang yang bau, kotor dan menjijikkan (Permasalahan Sampah di Surabaya, 2018). Kesadaran rendah terhadap sampah menyebabkan beban sampah terus meningkat karena tidak dilakukannya pengelolaan sampah dan proses reduksi sampah. Prinsip yang diterapkan untuk mendukung pengelolaan dan proses reduksi sampah adalah paham akan keadaan lingkungan sehingga tidak menimbulkan dampak yang negatif terhadap lingkungan maupun kesehatan masyarakat dan justru menimbulkan dampak yang positif yakni memberikan manfaat lebih dalam ekonomi dan mengubah perilaku masyarakat. Implementasi dari prinsip pengelolaan sampah yang berwawasan lingkungan adalah konsep *reduce, reuse, recycle* atau 3R. Berdasarkan (Peraturan Lingkungan Hidup No 13 Tahun 2012, 2012) kegiatan 3R adalah segala aktivitas yang mampu mengurangi segala sesuatu yang dapat menimbulkan sampah, kegiatan penggunaan kembali sampah yang layak pakai untuk fungsi yang sama atau fungsi yang lain, dan kegiatan mengolah sampah untuk dijadikan produk baru. Kegiatan 3R melalui bank sampah sebagaimana dimaksud dilaksanakan terhadap sampah rumah tangga dan sampah sejenis sampah rumah tangga. Usaha yang dilakukan oleh Bank Sampah Induk Surabaya dalam menerapkan 3R sejak tahun 2012 ialah menjadikan atau mendaur ulang sampah anorganik menjadi barang yang lebih bernilai dan bekerjasama dengan pihak lain untuk menjual kembali sampah dan untuk sampah organik dijadikan kompos, dalam proses mendaur ulang sampah jika menghasilkan residu yang selanjutnya diangkut ke TPA.

Selama ini persepsi masyarakat terhadap Bank Sampah Induk Surabaya (BSIS) ini adalah perusahaan yang bergerak pada jasa pemilahan sampah, padahal Bank Sampah Induk Surabaya (BSIS) adalah organisasi non-profit yang bertujuan untuk membantu lingkungan Surabaya menjadi lebih bersih melalui program pemilahan sampah. Karena persepsi masyarakat yang salah ini, sering kali Bank Sampah Induk Surabaya (BSIS) mengalami kesulitan dalam melakukan sosialisasi kepada masyarakat. Media informasi Bank Sampah Induk Surabaya (BSIS) yang ada saat ini juga belum cukup dalam memberikan edukasi pada masyarakat tentang visi dan misi serta tujuan yang sebenarnya didirikan BSIS ini. Permasalahan ini berdampak pada efektivitas Bank Sampah Induk Surabaya (BSIS) dalam melakukan kampanye program-program yang ada, sehingga diperlukan sebuah media komunikasi yang sesuai dengan kebutuhan Bank Sampah Induk Surabaya (BSIS) untuk mengkomunikasikan brand mereka pada masyarakat Surabaya.

Pesan-pesan komunikasi yang dimuat dalam kampanye harus mampu menerjemahkan persoalan yang tampak pelik atau genting menjadi lebih dapat diterima oleh pirsawan bidikannya. Program kampanye memerlukan sinergi dengan bidang-bidang lain karena ia

tidak berdiri sendiri. Program kampanye menggabungkan beragam kepentingan agar tujuan yang diinginkan dapat tercapai. Untuk mencapai hal tersebut maka tata cara melakukan kampanye harus melibatkan berbagai disiplin keilmuan, karena kampanye dirancang sebagai sebuah kesatuan yang memiliki sendi, gagasan dan alur kerja yang jelas (Agustrijanto, 2019).

### **Metode Penelitian**

Peneliti menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi deskriptif analitis dipilih untuk mendapatkan jawaban mengenai pertanyaan yang muncul dalam penelitian. Nazir (1988) menyatakan metode deskriptif merupakan suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang.

### **Hasil Dan Pembahasan**

Bank Sampah Indah Surabaya merupakan implementasi kewirausahaan lingkungan yang dijalankan oleh Yayasan Bina Bhakti Lingkungan. Program ini adalah bentuk kesinambungan dari program edukasi dan kelompok usaha Bank Sampah Unit di masyarakat.

Bentuk kegiatan yang dilaksanakan oleh Bank Sampah Induk Surabaya meliputi kegiatan edukasi pengolahan sampah dengan prinsip 3R (*reduce, reuse & recycle*) dan kegiatan layanan pengolahan sampah dengan prinsip ekonomi sirkular sesuai dengan Peraturan Menteri Lingkungan Hidup dan Kehutanan RI Nomor 14 Tahun 2021 tentang Pengelolaan Sampah Pada Bank Sampah.

Di dalam memahami permasalahan, masalah yang dialami oleh BSIS pada mulanya di awal BSIS ini didirikan, dimana masyarakat masih belum memiliki pola pikir kesadaran akan mengolah sampah dan tidak adanya kemauan untuk mendapatkan edukasi perihal sampah. Hal ini berdasarkan dari hasil wawancara dengan Bu Nurul selaku Humas BSIS.

Tidak tercapainya target dalam memberikan edukasi tentang pemilahan dan pengolahan sampah yang dilakukan oleh Bank Sampah Induk Surabaya disebabkan oleh kurangnya kesadaran dan minat masyarakat untuk mulai mengelola sampah. Setelah melakukan wawancara dengan Bu Nurul selaku Humas BSIS, menjabarkan bahwasanya *public relation* yang dilakukan adalah dengan tetap melakukan edukasi secara *online* maupun *offline*. Dimana dengan cara *online* BSIS menggunakan media sosial *Facebook, Instagram*. Hal ini berdasarkan yang disampaikan dari hasil wawancara oleh Bu Nurul selaku Humas BSIS.

Setelah menemukan masalah dan perbaikan dari identifikasi masalah yang dijabarkan, Bank Sampah Induk Surabaya juga telah menyusun beberapa strategi untuk menangani masalah terkait ini. Di dalam perencanaan program, diperlukan adanya pemikiran strategis untuk bisa memprediksi ataupun menentukan tujuan di waktu yang akan datang yang diharapkan di dalam hal ini PR memiliki pemikiran yang lebih strategis yakni BSIS dapat berkebang jauh lebih baik lagi.

Perencanaan strategi yang ada dalam PR akan melibatkan pembuatan keputusan tentang tujuan serta sasaran program, mengidentifikasi publik menentukan kebijakan atau aturan untuk pemandu pemilihan strategi dan menentukan strategi. Harus ada kaitan erat antara tujuan program keseluruhan, sasaran yang ditentukan untuk masing-masing publik dan, strategi yang dipilih oleh Sari (2022). Di dalam pelaksanaannya, BSIS memutuskan untuk berfokus pada tujuan mengedukasi masyarakat tentang mengolah sampah. Tujuan itu sejalan dengan Hal ini berdasarkan dari hasil wawancara dengan Bu Nurul yang telah dilakukan oleh peneliti.

Pada bagian aksi serta komunikasi, *public relation* memerlukan strategi komunikasi yang tepat guna menunjang program aksi yang dilakukan seperti bekerja sama secara tidak langsung dengan media untuk meliput kegiatan sosialisasi yang dilakukan sehingga menarik

publik dan seluruh target sasaran, seperti yang dijelaskan pada hasil wawancara dengan Bu Nurul selaku Humas BSIS.

Kontinuitas dan konsistensi di dalam program mengedukasi masyarakat tentang pengolahan sampah cukup untuk terus menerus memberikan persuasi kepada calon nasabah BSIS. Seperti memposting semua kegiatan di sosial media BSIS lengkap dengan berbagai keterangan di dalamnya. Di dalam kontinuitas dan konsistensi untuk melaksanakan program edukasi yang direncanakan tentu akan menghasilkan hasil yang efektif untuk terus menarik calon nasabah BSIS.

Pengevaluasian program publikasi dan juga sosialisasi secara langsung telah berhasil menyampaikan maksud dan tujuan atas dibentuknya BSIS sebagai lembaga yang berfokus pada pengolahan sampah. Adanya antusias masyarakat tentang pengolahan sampah dan juga bank sampah dibuktikan dengan banyaknya permintaan atau undangan untuk melakukan sosialisasi di berbagai lembaga ataupun perkumpulan masyarakat. Hal ini sesuai dengan apa yang diharapkan oleh BSIS, yaitu masyarakat akan lebih memiliki kesadaran untuk mengolah sampah. Salah satu strategi yang dilakukan oleh BSIS ialah dengan melakukan publikasi melalui berbagai macam media, seperti media sosial Instagram dan Facebook serta melalui kerja sama dengan media massa.

Berikut hasil temuan data yang diperoleh peneliti strategi *public relations* BSIS dalam mengedukasi masyarakat tentang pengolahan sampah, yaitu strategi operasional, pendekatan persuasif dan edukatif, pendekatan tanggung jawab sosial PR dan pendekatan kerjasama.

## Penutup

Bersumber dari hasil penelitian yang telah peneliti lakukan, dapat disimpulkan bahwa strategi PR yang dijalankan BSIS untuk mengedukasi pengolahan sampah dan memperkenalkan bank sampah adalah dengan menyusun dan menjalankan strategi PR. Program yang dilaksanakan strategi operasional merupakan program yang dilakukan dengan pendekatan kepada masyarakat. Selanjutnya, di dalam pendekatan persuasif dan edukatif PR BSIS melakukan publikasi dan komunikasi di media sosial dengan semua kegiatan yang telah dilakukan. Selain itu, pendekatan tanggung jawab sosial PR yang dilakukan BSIS berupa mempekerjakan masyarakat yang memiliki pendidikan rendah. Dan yang terakhir adalah pendekatan kerjasama, pihak BSIS melakukan kerjasama yang baik dengan PLN dan juga kerja sama secara tidak langsung dengan media.

Strategi PR BSIS melalui sosialisasi secara langsung serta publikasi di media sosial dianggap efektif berdasarkan hasil data wawancara yang dijabarkan sebelumnya, bahwa semakin banyaknya masyarakat yang sadar untuk mengolah sampah dan mengikuti sosialisasi tentang bank sampah. Dapat disimpulkan bahwa peran PR dari BSIS dengan pihak ini sangat penting dan memiliki dampak yang baik bagi BSIS dalam melaksanakan programnya. Berdasarkan dari hasil serta pembahasan yang telah peneliti jabarkan mengenai strategi PR BSIS, adapun saran yang dapat peneliti berikan sebagai berikut.

1. Bagi BSIS

Dalam pelaksanaan program PR, BSIS sudah sangat baik karena memberikan *impact* yang baik bagi perusahaan. Pesan yang ingin peneliti sampaikan adalah BSIS perlu berani membuka diri untuk alat pengolah sampah yang belum dimiliki agar pengolahan sampah lebih baik lagi kedepannya, serta untuk aplikasi yang digunakan dari sponsor pemerintah diharapkan akan dijalankan dengan sebaik-baiknya.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan penelitian ini dapat digunakan menjadi bahan referensi serta sedikit membantu dalam pembahasan strategi *public relations*.

## **Daftar Pustaka**

Irmayana, S. (2018). *Analisis Strategi Kampanye Badan Lingkungan Hidup (BLH) Balikpapan dalam Program We Love Cities 2015*. Universitas Islam Indonesia.

Permasalahan Sampah di Surabaya, (2018).

Peraturan Lingkungan Hidup No 13 Tahun 2012, (2012).

Meidiana, C. (2019). Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Untuk Menjadi Nasabah Bank Sampah Unit Gubeng Jaya Mandiri Kecamatan Gubeng Kota Surabaya. *Planning for Urban Region Environment*.