

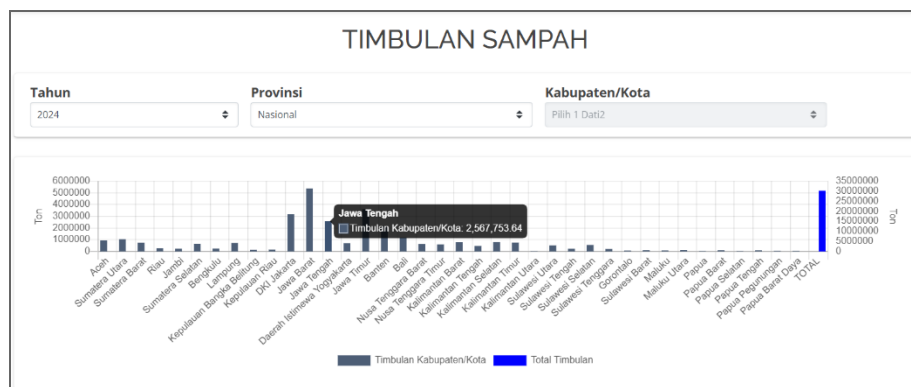
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

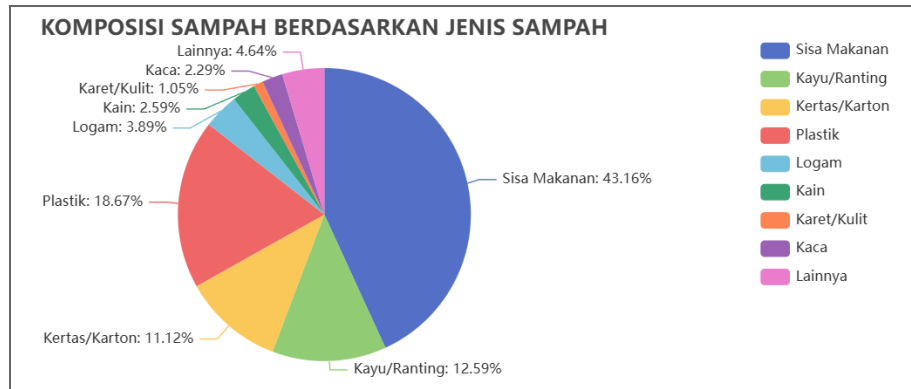
Isu mengenai sampah merupakan permasalahan kompleks yang banyak dihadapi oleh komunitas di Indonesia. Sampah rumah tangga baik organik maupun anorganik menjadi jenis sampah yang paling banyak dihasilkan setiap harinya (Yuwana & Adlan, 2021). Sampah anorganik meliputi botol plastik, kantong plastik, bungkus bekas, minuman kaleng, styrofoam, dan berbagai bahan lain yang sulit terurai, sementara sampah organik rumah tangga adalah sisa makanan serta limbah dari kebun atau halaman rumah (Humairo et al., 2022). Berdasarkan data dari Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK), pada tahun 2020 Indonesia menghasilkan sampah lebih dari 67,8 juta ton dan diproyeksikan akan meningkat menjadi 71,3 juta ton pada 2025 (Widowati, 2023). Dilansir dari Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional (SIPSN) milik KLHK peringkat keempat secara nasional dari penyumbang sampah ini adalah provinsi Jawa Tengah dengan total volume 2,5 juta ton sepanjang tahun 2024. Berdasarkan total jumlah tersebut, dominan sampah yang dihasilkan merupakan sisa makanan yakni sebesar 43,16 persen. Sementara itu, jika ditinjau berdasarkan sumbernya, rumah tangga menjadi kontributor terbesar dengan menyumbang 59,02 persen dari total volume sampah.

Gambar 1. 1 Data Timbunan Sampah Indonesia Tahun 2024



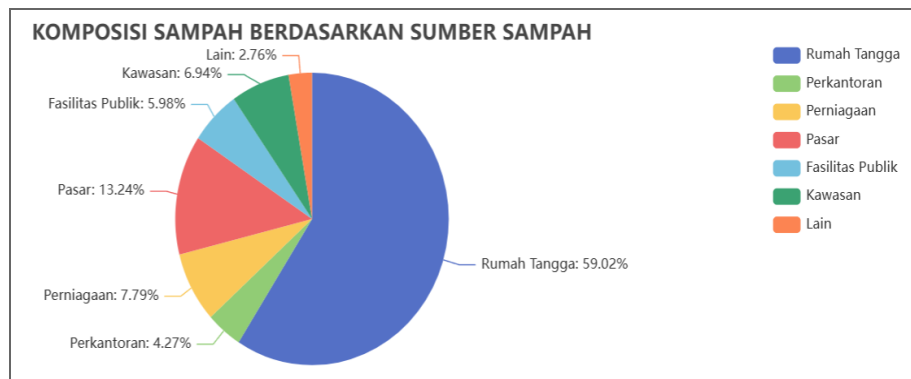
Sumber: SIPSN KLHK

Gambar 1. 2 Komposisi Sampah Jawa Tengah Tahun 2024 Berdasarkan Jenisnya



Sumber: SIPSN KLHK

Gambar 1. 3 Komposisi Sampah Jawa Tengah Tahun 2024 Berdasarkan Sumbernya



Sumber: SIPSN KLHK

Sampah di wilayah pesisir, termasuk sampah organik yang berasal dari aktivitas manusia, merupakan permasalahan lingkungan yang kompleks dan penting untuk diperhatikan sebab jumlahnya terus bertambah namun cenderung terabaikan (Kurniawan et al., 2022). Sampah pesisir ini berasal dari berbagai sumber, seperti pemukiman di sekitar pantai, transportasi laut, limbah industri, serta sampah yang terbawa dari udara. Jenis sampah ini juga sangat beragam, mulai dari plastik hingga sisa pengolahan makanan dan lainnya. (Tangio et al., 2023).

Kebiasaan membuang sampah ke laut atau pantai yang dilakukan oleh masyarakat pesisir, maupun pembuangan ke sungai oleh masyarakat non-pesisir yang akhirnya bermuara ke laut menyebabkan tingginya timbunan sampah di wilayah pesisir dan perairan. Kebiasaan ini timbul dan akibat persepsi bahwa laut dan sungai sebagai tempat pembuangan akhir, serta adanya keyakinan bahwa praktik pembuangan sampah ini tidak memberi dampak signifikan pada lingkungan

(Tuhumury & Kaliky, 2019). Padahal, keberadaan sampah laut (marine debris) dapat mengganggu keseimbangan ekosistem pesisir, menurunkan produktivitas ikan, serta merusak rantai makanan (Patuwo et al., 2020). Dalam jangka panjang, akumulasi sampah ini berpotensi merusak habitat laut, membahayakan kesehatan masyarakat pesisir, serta menimbulkan kerugian besar bagi sosial dan ekonomi (Kurniawan et al., 2022). Buruknya sistem pengelolaan sampah menjadi salah satu isu lingkungan utama yang dihadapi kawasan pesisir (Verzosa et al., 2024). Oleh sebab itu, penerapan pengelolaan sampah yang efektif dan berkelanjutan sangat penting demi menjaga kelestarian lingkungan.

Persoalan pengelolaan sampah ini juga menjadi tantangan di Kampung Nelayan Tambakrejo, salah satu wilayah dampingan WALHI Jawa Tengah yang berlokasi di pesisir utara Kota Semarang. Pada tahun 2018, warga kampung ini direlokasi dari kawasan Banjir Kanal Timur (BKT), Kelurahan Tambakrejo, ke hunian sementara berupa rumah deret yang terletak di RT 06 RW 16, Kelurahan Tanjung Mas, Semarang (Mustofa et al., 2021). Hingga kini, warga Kampung Nelayan Tambakrejo belum memperoleh sertifikat atas tanah dan bangunan tempat tinggal dari pemerintah, sehingga proses relokasi tersebut masih menyisakan persoalan (Latifah & Maulana, 2024). Kondisi ini berpotensi memunculkan permasalahan baru.

Watt (2022) menjelaskan bahwa proses relokasi dapat mengikis rasa kepemilikan komunitas terhadap lingkungan barunya. Rasa keterikatan yang rendah ini berkontribusi terhadap minimnya kepedulian terhadap kebersihan dan pengelolaan sampah (Amalia et al., 2020). Situasi serupa terjadi di Kampung Nelayan Tambakrejo, di mana masyarakat cenderung kurang peduli terhadap isu-isu lingkungan di tempat tinggal mereka saat ini. Hal ini disebabkan akibat tidak adanya rasa kepemilikan terhadap hunian sementara yang mereka tempati. Akhirnya, partisipasi dalam pengelolaan lingkungan, termasuk pengelolaan sampah, menjadi rendah (I. Alghofani, komunikasi pribadi, 10 Februari 2025a). Di sisi lain, aktivitas dan mata pencaharian warga turut menyumbang tingginya volume sampah yang dihasilkan. Kondisi inilah yang mendorong perlunya sistem pengelolaan sampah yang inovatif dan efisien di RT 06 RW 16 di Kampung Nelayan Tambakrejo. Di waktu yang sama, pengelolaan sampah sebenarnya

menjadi hal yang penting dilakukan karena sampah yang tidak terkelola dengan baik bisa mengeluarkan gas metana atau karbon dioksida yang berlebihan yang mengakibatkan terjadinya perubahan iklim (Aminah & Muliawati, 2021).

Gambar 1. 4 Sampah Organik dan Anorganik yang Tidak Terpilah dengan



Sumber: Dokumentasi Pribadi

Gambar 1. 5 Penumpukan Sampah Organik dan Anorganik di Tempat Pembuangan Sementara



Sumber: Dokumentasi Pribadi

Gambar 1. 6 Pencemaran Sungai oleh Sampah Rumah Tangga



Sumber: Dokumentasi Pribadi

Hasil survei yang melibatkan 84 warga warga Kampung Nelayan Tambakrejo menunjukkan bahwa mereka belum menjalankan pemilahan maupun pengelolaan sampah secara terpisah. Sampah yang ada selama ini biasanya dicampur dalam satu tempat dan kemudian dikumpulkan oleh petugas kebersihan setiap dua hari sekali untuk dibawa ke lahan kosong di sekitar RT 06, yang difungsikan sebagai Tempat Pembuangan Sementara (TPS). Kondisi ini menyebabkan penumpukan sampah di TPS menjadi tidak terkendali (Soniya & Suntiah, 2024). Di sisi lain, masih terdapat sebagian masyarakat yang membuang sampah langsung ke sungai, sehingga menimbulkan pencemaran pada perairan setempat.

Gambar 1. 7 Jumlah Sampah RT Warga Kampung Nelayan Tambakrejo per Hari



Sumber: Data Hasil Survei

Gambar 1. 8 Jumlah Sampah Organik Warga Kampung Nelayan Tambakrejo per Hari



Sumber: Data Hasil Survei

Gambar 1. 9 Jenis Sampah Rumah Tangga yang Paling Banyak Dihasilkan



Sumber: Data Hasil Survei

Survei terhadap warga di Kampung Nelayan Tambakrejo menunjukkan umumnya setiap keluarga menghasilkan sampah sebanyak kurang dari 1-3 kilogram per hari, atau setara dengan 1-3 kantong plastik kresek, bahkan beberapa keluarga menghasilkan lebih dari itu. Sekitar separuh dari total sampah tersebut adalah sampah organik. Mayoritas jenis sampah tersebut adalah sisa makanan, yakni 56 persen dari total sampah. Diikuti oleh sampah kemasan makanan sebesar 22,6 persen dan kantong plastik sebesar 6 persen. Sisanya merupakan kotoran ternak dan daun kering sebesar 4,8 persen. Jika dihitung secara bulanan, tiap keluarga bisa menghasilkan sampah sebanyak 30-90 kilogram, dengan sampah organik sekitar 15-45 kilogram. Dengan jumlah 106 Kartu Keluarga di Kampung Nelayan Tambakrejo, total sampah yang dihasilkan dalam sebulan diperkirakan mencapai sekitar 3 ton, dengan kurang lebih 1,5 ton di antaranya merupakan sampah organik.

Volume sampah yang tinggi ini tidak hanya menimbulkan persoalan kebersihan, tetapi juga risiko masalah kesehatan dan lingkungan. Penumpukan sampah yang tidak terkelola dengan baik di wilayah tempat tinggal warga menyebabkan bau tidak sedap serta mengancam timbulnya penyakit bagi masyarakat sekitar. Beberapa penyakit yang sering muncul akibat kondisi ini meliputi gatal-gatal, diare, dan Infeksi Saluran Pernapasan Akut (ISPA). Selain itu, ketika terjadi pasang air laut atau rob, sampah yang menumpuk dapat terbawa air dan menyumbat saluran air atau drainase (Soniya & Suntiah, 2024). Pada tahap berikutnya, pencampuran sampah organik dan anorganik yang dibuang ke Tempat Pembuangan Akhir (TPA) menyulitkan proses daur ulang dan berpotensi menimbulkan ledakan gas metana apabila terkena percikan api atau petir (Khansa et al., 2024).

Menanggapi situasi tersebut, Wahana Lingkungan Hidup Indonesia (WALHI) Jawa Tengah hadir sebagai organisasi nirlaba yang berkomitmen dalam mendorong perbaikan pengelolaan lingkungan, khususnya di wilayah Jawa Tengah. Salah satu wilayah yang menjadi perhatian adalah Kampung Nelayan Tambakrejo. Dalam beberapa tahun terakhir, WALHI Jawa Tengah aktif melakukan penelitian terhadap permasalahan lingkungan yang terjadi di kawasan ini. Tak hanya penelitian, pendekatan langsung kepada masyarakat, terutama kalangan pemuda, juga dilakukan guna membangun kesadaran mengenai sampah yang merupakan isu krusial bagi masyarakat pesisir. Sejumlah inisiatif telah dijalankan sebagai bentuk upaya konkret dalam mengatasi persoalan tersebut. Beberapa di antaranya adalah sosialisasi mengenai bahaya pembakaran sampah serta pelatihan pembuatan asbak dari limbah cangkang kerang, serta masih banyak lagi (I. Alghofani, komunikasi pribadi, 10 Februari 2025b).

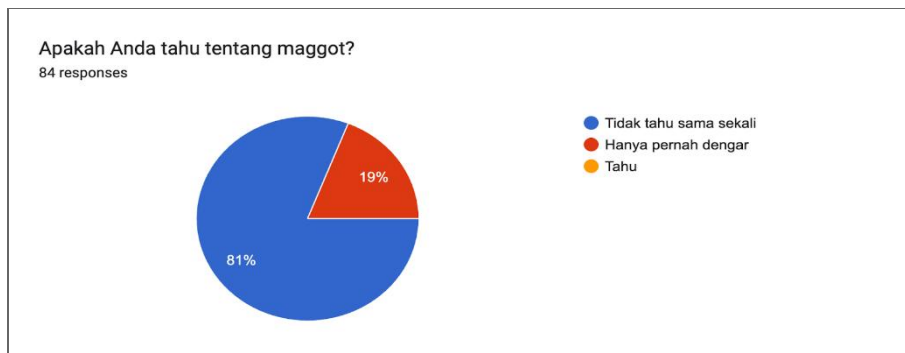
Meski demikian, berbagai kampanye dan kegiatan yang dilakukan WALHI Jawa Tengah belum sepenuhnya berhasil membentuk masyarakat yang sadar dan aktif dalam pengelolaan sampah. Keberadaan infrastruktur seperti tempat sampah terpilah untuk organik dan anorganik masih belum mampu mengubah kebiasaan warga dalam memilah sampah secara konsisten (Marzuki, komunikasi pribadi, 23 Maret 2025). Upaya pendekatan kreatif seperti pembuatan asbak dari cangkang kerang pun tidak berlanjut karena masyarakat kesulitan memasarkan produk yang

telah mereka hasilkan. Hal ini menunjukkan bahwa sejumlah praktik pengelolaan sampah yang pernah dicoba di Kampung Nelayan Tambakrejo belum berjalan secara efektif dan berkelanjutan.

Minimnya upaya pengelolaan sampah yang berjalan di kawasan Tambakrejo mendorong penulis bersama WALHI Jawa Tengah untuk mengembangkan sistem pengelolaan sampah organik, melalui pemanfaatan maggot atau larva dari lalat *black soldier fly* (BSF). Gagasan ini terinspirasi dari praktik salah satu warga di RT berbeda di Kelurahan Tanjung Mas, yaitu Pak Joko, yang telah lebih dulu menerapkan metode pengolahan sampah organik berbasis maggot dalam skala besar dan berhasil memperoleh keuntungan dari usaha tersebut.

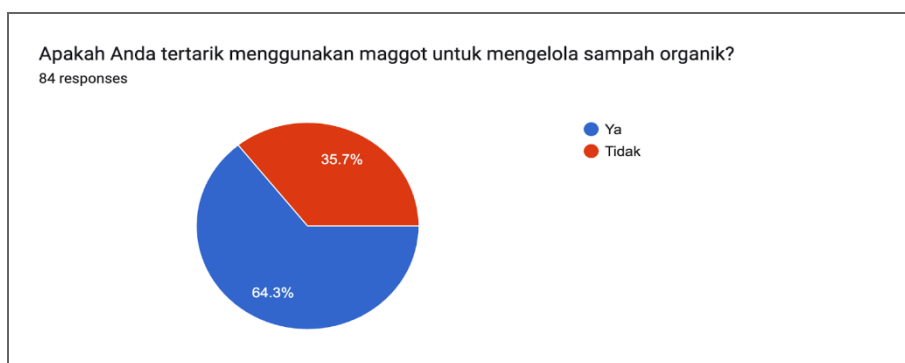
Maggot memiliki kemampuan untuk menguraikan sampah organik dengan mengkonsumsinya secara langsung. Proses penguraian ini berlangsung dengan cepat, tidak menimbulkan bau, serta menghasilkan kompos organik (Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Probolinggo, 2021). Dalam waktu 24 jam, maggot mampu mengonsumsi sampah organik sebanyak dua hingga lima kali berat tubuhnya. Dalam masa pemeliharaan selama 25 hari, larva ini dapat terus mengolah sampah hingga siap untuk dipanen. Maggot yang sudah mencapai tahap *prepupa* maupun yang berupa bangkai lalat BSF kaya akan protein dan dapat dimanfaatkan sebagai pakan tinggi protein untuk ternak atau ikan, sementara kotorannya bisa digunakan sebagai pupuk alami. Proses penguraian sampah ini aman bagi manusia karena BSF bukanlah lalat pembawa penyakit. Budidaya maggot pun bisa dijalankan dalam skala kecil di rumah tangga maupun dalam skala industri (Dinas Lingkungan Hidup Kota Semarang, 2023). Selain sebagai solusi ramah lingkungan untuk pengelolaan sampah organik, maggot juga memiliki potensi bisnis yang menguntungkan karena dapat menghasilkan nilai tambah ekonomi (Pratama & Prodjo, 2023).

Gambar 1. 10 Pengetahuan Warga terhadap Maggot



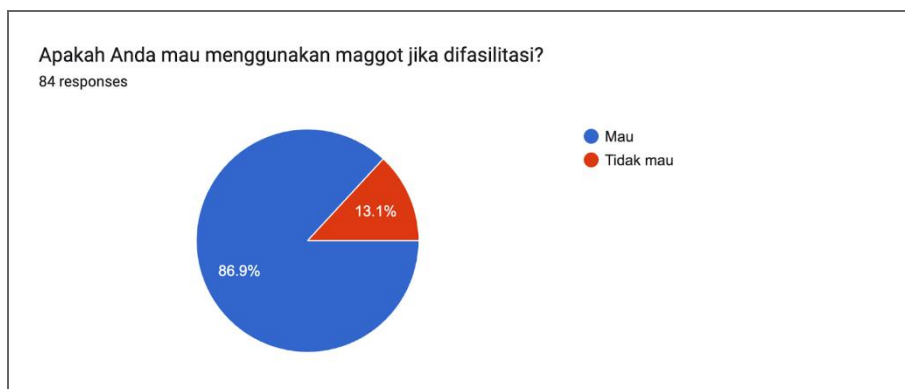
Sumber: Data Hasil Survei

Gambar 1. 11 Minat untuk Menggunakan Maggot untuk Mengelola Sampah Organik



Sumber: Data Hasil Survei

Gambar 1. 12 Ketersediaan untuk Menggunakan Maggot Jika Difasilitasi

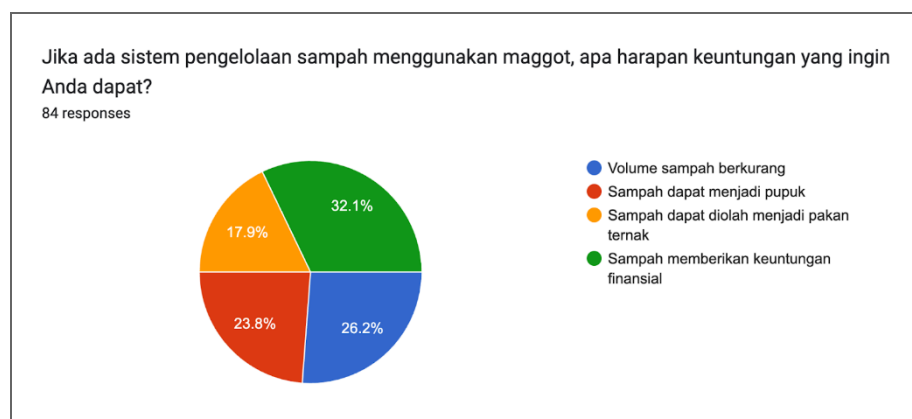


Sumber: Data Hasil Survei

Hasil survei menunjukkan bahwa sebanyak 81 persen responden belum pernah mengetahui maggot sebelumnya. Sementara itu, sebagian lainnya hanya sekadar pernah mendengar istilah maggot, tetapi belum memahami secara jelas apa itu maggot dan fungsinya sebagai pengurai sampah organik. Meski demikian,

mayoritas responden menunjukkan ketertarikan untuk mencoba menggunakan maggot sebagai metode pengelolaan sampah organik rumah tangga. Mereka juga bersedia untuk memilah sampah organik dan anorganik sebagai bagian dari langkah awal pengelolaan tersebut. Bahkan, terdapat beberapa orang yang menyatakan minat untuk turut serta dalam merawat maggot. Meskipun begitu masih ada sebagian kecil responden yang tidak berminat menggunakan maggot menyebutkan alasan utama mereka adalah keterbatasan waktu akibat kesibukan sehingga tidak sempat melakukan pemilahan sampah. Melalui survei ini juga ditemukan bahwa minat masyarakat untuk menggunakan maggot meningkat jika terdapat sarana pendukung. Sarana tersebut mencakup infrastruktur yang memadai serta adanya pihak yang mengelola sistem budidaya maggot secara langsung.

Gambar 1. 13 Harapan Keuntungan Penggunaan Maggot dalam Pengelolaan Sampah Organik

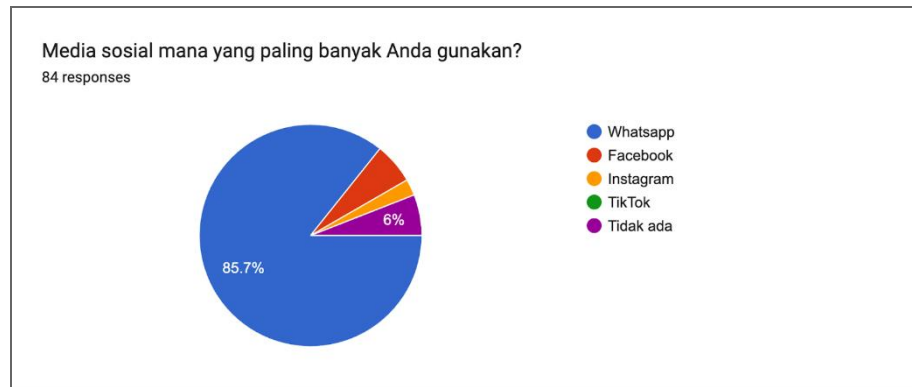


Sumber: Data Hasil Survei

Penerapan sistem ini dapat membawa berbagai manfaat, antara lain menguraikan sampah organik seperti sisa makanan dan daun kering, sehingga tidak bercampur dengan sampah anorganik dan mengurangi potensi pencemaran akibat sampah organik. Sistem ini juga berkontribusi dalam membangun kesadaran serta perilaku positif masyarakat untuk merawat lingkungan melalui pengelolaan sampah yang lebih terstruktur. Selain memberikan manfaat lingkungan, sistem ini juga berpotensi menghasilkan keuntungan ekonomi bagi masyarakat Tambakrejo, antara lain melalui pengurangan biaya untuk pakan ternak dan pupuk tanaman, serta peluang memperoleh pendapatan tambahan dari penjualan biomassa maggot yang kaya protein bagi para peternak maggot. Hal ini sejalan dengan aspirasi sebagian

besar warga yang menginginkan sistem pengelolaan sampah yang dapat memberi manfaat ekonomi, baik dalam bentuk produk untuk dijual maupun sebagai pupuk dan pakan yang dapat menekan pengeluaran. Sementara itu, sebagian warga lainnya tidak terlalu fokus pada aspek ekonomi, melainkan hanya menginginkan sistem ini berfungsi untuk mengurangi jumlah sampah di lingkungan mereka.

Gambar 1. 14 Penggunaan Media Sosial Warga Kampung Nelayan Tambakrejo



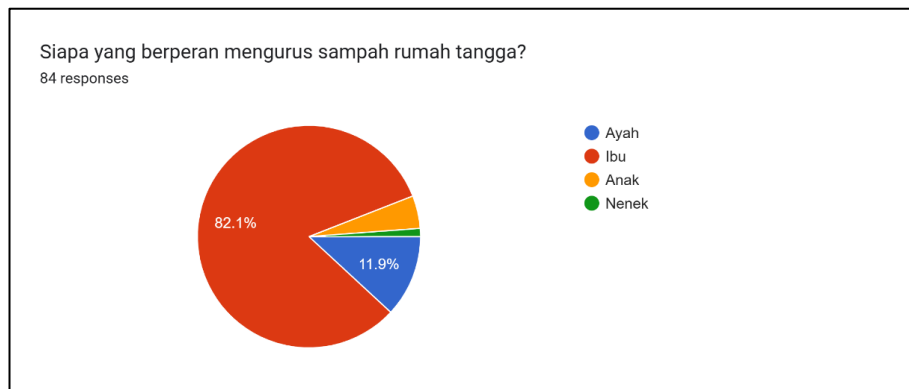
Sumber: Data Hasil Survei

Setelah mendapat data ini penulis merancang kampanye ini dengan menerapkan pendekatan *Integrated Marketing Communication* (IMC), yaitu dengan menggabungkan strategi kampanye secara *offline* dan *online*. Kegiatan *offline* dilakukan melalui *community empowerment*, sedangkan kegiatan *online* difokuskan pada penyebaran konten edukatif mengenai pengelolaan sampah berbasis maggot melalui grup WhatsApp yakni media sosial yang paling umum digunakan oleh warga Kampung Nelayan Tambakrejo. Penggunaan grup Whatsapp ini didasarkan pada data hasil survei dimana sebagian besar warga mengakui penggunaan aplikasi Whatsapp sebagai media komunikasi daring untuk saling terhubung. Menurut hasil survei dengan warga juga ditemukan bahwa setiap organisasi memiliki grup Whatsapp untuk berkomunikasi melalui daring.

Community empowerment menjadi strategi penting karena penyampaian isu lingkungan tidak akan berdampak tanpa adanya partisipasi aktif dari masyarakat. Keterlibatan publik membuka ruang kolaborasi antar semua pihak untuk menciptakan pendekatan yang lebih menyeluruh dan terintegrasi dalam menghadapi persoalan lingkungan serta mendukung pembangunan berkelanjutan (Ruppel & Houston, 2023). Keterlibatan dalam kegiatan lingkungan dapat

membentuk kesadaran, pemahaman, dan rasa kepemilikan terhadap isu yang dihadapi. Partisipasi publik juga dapat memberikan beragam perspektif yang akan memperkaya proses perumusan kebijakan dan pengambilan keputusan yang lebih tepat dan berkelanjutan. Oleh karena itu, *community empowerment* menjadi penting terlaksana untuk mendorong keterlibatan warga dalam praktik pengelolaan sampah, yang dapat dimulai dari diri sendiri maupun lingkungan sekitar. Sementara itu, kampanye daring melalui grup WhatsApp berfungsi sebagai media pendukung dalam memperkuat pesan-pesan dari program kampanye lingkungan ini.

Gambar 1. 15 Tokoh Yang Berperan Mengurus Sampah Rumah Tangga



Sumber: Data Hasil Survei

Community empowerment ini akan melibatkan ibu-ibu PKK sebagai salah satu target kampanye utama. Hal ini dikarenakan hasil survei menunjukkan bahwa ibu berperan sebagai pengelola sampah utama pada sebagian besar rumah di Kampung Nelayan Tambakrejo dengan persentase sebesar 82,1 persen. Pada beberapa rumah tangga, sampah dikelola oleh ayah dengan persentase sebesar 11,9 persen dari total responden. Oleh karena itu, dalam salah satu cara rangkaian *community empowerment* yang dilakukan juga menyasar pada bapak-bapak.

Program kampanye ini akan menggunakan model pemasaran sosial dari Philip Kotler sebagai landasan dalam merancang konsep, strategi, dan taktik komunikasi untuk mendorong perubahan sosial, khususnya terkait praktik pengelolaan sampah organik dengan maggot di RT 06 RW 16 Kampung Nelayan Tambakrejo. Dengan melibatkan masyarakat secara aktif dalam pengelolaan sampah, kampanye ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran, mengubah

perilaku, serta menciptakan lingkungan yang lebih bersih dan sehat. Pendekatan ini juga bertujuan membangun kembali rasa kepemilikan masyarakat terhadap lingkungan mereka dengan menunjukkan manfaat nyata dari sistem pengelolaan sampah yang baik.

1.2 Rumusan Masalah

Dalam menghadapi tingginya volume sampah di pesisir Kampung Nelayan Tambakrejo, diperlukan adanya sistem pengelolaan sampah yang efektif. Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah memanfaatkan maggot, yaitu larva dari lalat Black Soldier Fly (BSF), sebagai agen pengurai sampah organik. Selain dibutuhkan sistem pengelolaan yang terstruktur, keterlibatan masyarakat juga berperan penting agar sistem dapat berjalan secara efektif dan berkelanjutan. Peran aktif masyarakat ini menjadi kunci dalam menjaga keberlanjutan lingkungan wilayah pesisir.

Namun sayangnya, hingga saat ini, warga Kampung Nelayan Tambakrejo belum menerapkan praktik pengelolaan sampah secara optimal, termasuk dalam hal pemanfaatan maggot yang sebenarnya sangat potensial dalam mengurangi timbunan sampah organik di wilayah pesisir. Keberadaan sampah organik dan anorganik yang masih tercampur, tumpukan sampah yang tidak tertangani di Tempat Pembuangan Sementara (TPS), serta tercemarnya aliran sungai akibat limbah, mencerminkan rendahnya kesadaran dan penerapan perilaku pengelolaan sampah di Kampung Nelayan Tambakrejo. Rendahnya pengetahuan masyarakat tentang manfaat penggunaan maggot, ditambah dengan anggapan bahwa maggot berbau tidak sedap dan menjijikkan, menjadi faktor utama metode ini belum diterapkan sebagai sistem pengelolaan sampah di Kampung Nelayan Tambakrejo. Meskipun demikian, hasil survei menunjukkan adanya ketertarikan warga untuk menggunakan sistem ini, asalkan tersedia sarana pendukung yang memadai, seperti infrastruktur dan pengelolaan yang jelas.

Berdasarkan situasi ini dapat dirumuskan permasalahan utama yang perlu diatasi, yaitu bagaimana merancang program kampanye pemasaran sosial yang efektif dan berkelanjutan untuk mendorong pengelolaan sampah organik berbasis maggot bagi masyarakat Kampung Nelayan Tambakrejo.

1.3 Analisa Situasi

1.3.1 SWOT

Analisis SWOT adalah kerangka berpikir sederhana yang digunakan untuk menilai posisi strategis suatu inisiatif dalam menyusun perencanaan yang tepat. Dalam pengelolaan sampah organik berbasis maggot, analisis ini menjadi penting karena mampu memberikan gambaran menyeluruh mengenai berbagai faktor yang dapat mempengaruhi tingkat keberhasilan program. Berikut adalah pemetaan SWOT terkait pengelolaan sampah organik dengan memanfaatkan maggot:

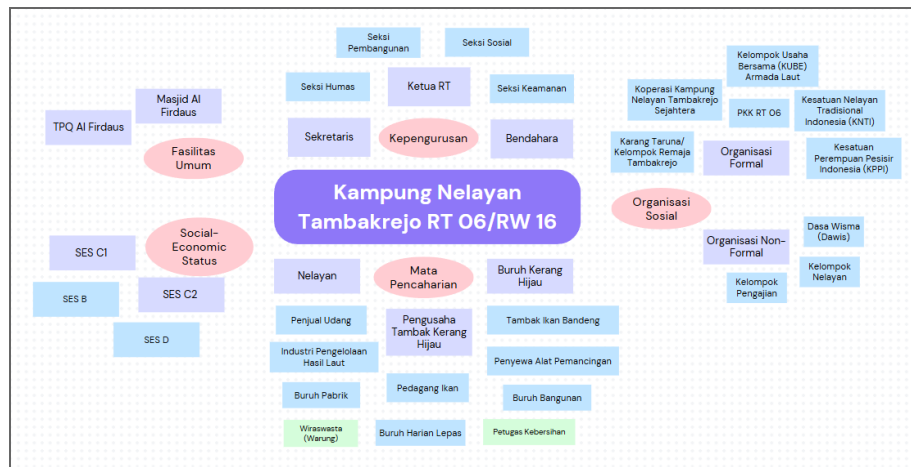
Tabel 1. 1 Analisis SWOT

<i>Strength</i>	Potensi mengurangi sampah organik: Maggot terbukti efisien dalam menguraikan sampah organik, yang menjadi salah satu masalah utama di daerah pesisir. Berkurangnya sampah organik berdampak pada penurunan polusi dan peningkatan kebersihan lingkungan secara signifikan.
	Sumber pakan ternak alternatif: Maggot mengandung protein tinggi sehingga dijadikan pakan ternak pengganti pakan komersial yang mahal. Hal ini dapat menstabilkan pengeluaran masyarakat, terutama di musim sulit ikan.
	Peningkatan kesadaran lingkungan: Implementasi program ini akan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya pengelolaan sampah. Dengan begitu, diharapkan akan terjadi perubahan sikap yang lebih peduli terhadap lingkungan dalam jangka panjang.
	Potensi tambahan penghasilan: Masyarakat dapat memanfaatkan penjualan maggot beserta hasil olahannya, seperti pupuk organik, sebagai sumber pendapatan tambahan. Maggot dapat menjadi solusi tepat yang cocok untuk mendukung kesejahteraan nelayan dengan pendapatan yang terbatas.
	Dukungan komunitas: Rasa kekeluargaan yang kuat di kalangan masyarakat nelayan menjadi modal utama untuk menjalankan dan mempertahankan program ini.
<i>Weakness</i>	Keterbatasan pengetahuan dan keterampilan: Banyak warga yang belum memahami cara budidaya maggot, sehingga dibutuhkan pelatihan serta pendampingan secara intensif agar mereka mampu menjalankan proses tersebut.
	Modal awal: Budidaya maggot memerlukan investasi awal dalam bentuk fasilitas seperti kandang dan alat pengelolaan sampah. Karena pendapatan masyarakat yang terbatas, pengadaan modal ini bisa menjadi kendala. Bantuan pendanaan dari WALHI Jawa Tengah, kerja sama dengan NGO terkait, atau sponsor/CSR dari perusahaan lokal dapat menjadi solusi.

	Sikap dan kebiasaan masyarakat: Beberapa warga mungkin enggan mengubah kebiasaan lama dalam membuang sampah. Proses perubahan sikap dan perilaku ini membutuhkan waktu dan usaha. Pemberian insentif serta motivasi dapat membantu mempercepat proses tersebut.
	Persepsi maggot menjijikan dan bau: Sebagian masyarakat melihat maggot sebagai belatung alat yang kotor dan menjijikkan. Selain itu, proses pembusukan sisa makanan yang belum sepenuhnya diuraikan maggot memang menimbulkan bau. Hal ini membuat warga enggan berinteraksi atau menempatkan maggot di sekitar tempat tinggal mereka. Untuk meminimalisir maggot ditempatkan di lokasi yang strategis dan jauh dari rumah warga, serta diberi tambahan serbuk kopi untuk membantu menyerap bau dapat.
<i>Opportunities</i>	Permintaan pasar: Kebutuhan terhadap pakan ternak alternatif dan pupuk organik terus meningkat, sehingga membuka peluang pasar yang cukup besar bagi produk berbasis maggot.
	Dukungan pemerintah: Pemerintah daerah berpotensi memberikan dukungan melalui pelatihan, pendanaan, maupun penyediaan infrastruktur. Program ini sejalan dengan upaya pemerintah dalam mengurangi sampah sekaligus meningkatkan kesejahteraan masyarakat.
	Mitra instansi lain: Bermitra dengan universitas, lembaga penelitian, organisasi non-pemerintah, serta CSR perusahaan dapat meningkatkan efektivitas program. Melalui kemitraan dapat diperoleh akses terhadap teknologi, sumber pendanaan, pengetahuan, dan jaringan yang lebih luas.
	Pengembangan produk turunan: Maggot dapat dikembangkan menjadi berbagai produk turunan seperti minyak maggot atau tepung maggot, yang memiliki nilai jual tinggi.
	Peningkatan kualitas lingkungan pesisir: Program ini berpotensi meningkatkan kondisi lingkungan di wilayah pesisir, yang sangat penting untuk menjaga keberlanjutan sumber penghidupan para nelayan.
<i>Threats</i>	Perubahan iklim dan cuaca ekstrem: Perubahan iklim dan cuaca yang ekstrem, seperti banjir rob, dapat menghambat budidaya maggot sekaligus merusak sarana budidaya. Oleh sebab itu, lokasi budidaya harus dirancang aman dari risiko bencana.
	Kurangnya konsistensi: Kesuksesan program ini sangat bergantung pada konsistensi dalam pelaksanaan. Pengalaman kegagalan program pengelolaan sampah sebelumnya menegaskan perlunya perencanaan <i>social marketing</i> yang matang.

1.3.2 Social Mapping

Gambar 1. 16 Kondisi Kampung Nelayan Tambakrejo RT 06 RW 16



Sumber: Data Hasil Survei

Kondisi kawasan Kampung Nelayan Tambakrejo dapat diidentifikasi melalui *social mapping*, yaitu pemetaan gambaran sosial ekonomi masyarakat di sebuah wilayah. Informasi ini menjadi dasar landasan dalam merancang kampanye, baik secara daring maupun luring, yang berkaitan dengan pengelolaan sampah oleh warga.

Kampung Nelayan Tambakrejo RT 06 RW 16, sebagai daerah target kampanye, memiliki struktur kepengurusan yang meliputi Ketua RT, Sekretaris, Bendahara, serta beberapa seksi seperti Seksi Humas, Seksi Pembangunan, Seksi Sosial, dan Seksi Keamanan. Selain pengurus inti, terdapat pula kelompok masyarakat yang fokus pada berbagai bidang sosial.

Kelompok masyarakat di Kampung Nelayan Tambakrejo terbagi menjadi dua kategori, yaitu formal dan non-formal. Organisasi formal mencakup Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) RT 06, Karang Taruna atau kelompok remaja Tambakrejo, Koperasi Kampung Nelayan Tambakrejo Sejahtera, Kelompok Usaha Bersama (KUB) Armada Laut, Kesatuan Nelayan Tradisional Indonesia (KNTI), serta Kesatuan Perempuan Pesisir Indonesia (KPPI). Sementara kelompok non-formal terdiri dari kelompok nelayan, kelompok pengajian, dan Dasa Wisma (Dawis), yang merupakan kelompok yang terdiri dari 10 ibu rumah tangga dari keluarga yang bertetangga dan juga berperan sebagai kader PKK. Dari sisi fasilitas umum,

RT 06 hanya memiliki dua fasilitas, yaitu Masjid Al Firdaus dan TPQ Al Firdaus.

Sebagian besar penduduk RT 06 RW 16 di Kampung Nelayan Tambakrejo bekerja sebagai nelayan. Selain itu, banyak juga warga yang bekerja sebagai pengusaha tambak kerang hijau atau buruh kerang hijau. Di luar dari ketiga pekerjaan tersebut, sebagian terlibat dalam berbagai sektor terkait perikanan dan kelautan, seperti penjual udang, pedagang ikan, pemilik tambak ikan bandeng, pelaku industri pengolahan hasil laut, hingga penyewa alat pancing. Sebagian kecil warga juga bekerja sebagai buruh pabrik, buruh bangunan, petugas kebersihan, atau menjalankan usaha mandiri seperti warung di sekitar kampung.

Status ekonomi warga RT 06 diklasifikasikan ke dalam empat kelompok SES (*Social-Economic Status*) berdasarkan pengeluaran rumah tangga setiap bulan (Sondari et al., 2019). Mayoritas masyarakat berada pada kelompok SES C1 dan SES C2. Kelompok SES C1 adalah masyarakat dengan pengeluaran bulanan antara Rp 1.500.000 hingga Rp 2.000.000, sedangkan SES C2 berada di rentang Rp 1.000.000 hingga Rp 1.500.000. Ada juga warga yang termasuk dalam SES B, dengan pengeluaran bulanan sekitar Rp 2.000.000 sampai Rp 3.000.000, serta SES D yang memiliki pengeluaran rumah tangga bulanan antara Rp 700.000 hingga Rp 1.000.000.

Gambar 1. 17 Kondisi Sampah di Kampung Nelayan Tambakrejo RT 06 RW 16



Sumber: Data Hasil Survei

Kondisi sampah di Kampung Nelayan Tambakrejo RT 06 RW 16 dapat diuraikan secara lebih detail berdasarkan jenisnya yaitu sampah organik dan anorganik. Sampah organik yang banyak dihasilkan meliputi sisa makanan, daun kering, dan cangkang kerang. Sementara itu, sampah anorganik yang paling banyak ditemukan adalah botol plastik serta kemasan makanan dan minuman. Selain jenis-jenis tersebut, terdapat pula sampah anorganik lain seperti sedotan, tisu, kantong plastik, karung, *styrofoam*, dan sendok plastik dalam jumlah yang lebih sedikit.

Sampah organik lain seperti kayu dan kulit juga mudah ditemukan di seputar wilayah kampung. Banyaknya warga yang memelihara ternak seperti ayam dan bebek juga menyebabkan kotoran ternak menjadi salah satu jenis sampah yang dihasilkan setiap hari. Berdasarkan pengamatan lapangan, terdapat pula beberapa jenis sampah lain yang jumlahnya tidak terlalu banyak dibandingkan dengan sampah utama, seperti puntung rokok, kardus, ranting, dan kemasan detergen.

Berbagai jenis sampah ini berasal dari berbagai sumber. Mayoritas berasal dari rumah tangga, nelayan, dan pengupas kerang, mengingat Kampung Nelayan Tambakrejo merupakan daerah pesisir yang sebagian besar penduduknya berprofesi sebagai nelayan. Selain itu, anak-anak, peternak, pelaku industri pengolahan hasil laut, serta pedagang hasil tangkapan laut juga turut berkontribusi menghasilkan sampah. Terakhir, sumber sampah lain di wilayah ini berasal dari fasilitas umum di RT 06, yaitu Masjid Al Firdaus dan TPQ Al Firdaus.

Kampung Nelayan Tambakrejo memiliki terdapat dua jenis infrastruktur pendukung yang menunjang sistem pengelolaan sampah, yaitu tempat sampah rumah tangga dan Tempat Pembuangan Sementara (TPS). Sampah yang dihasilkan oleh warga setempat selama ini dikelola dengan berbagai cara. Umumnya, warga membuang sampah tanpa memilah terlebih dahulu. Sampah tersebut kemudian dikumpulkan oleh petugas kebersihan yang beroperasi secara rutin setiap dua hari dan diangkut ke TPS. Meski demikian, terdapat pula sebagian warga yang telah mulai memilah sampah organik dan anorganik. Sampah anorganik, khususnya plastik, biasanya

dijual kepada pengepul atau pendaaur ulang. Namun, masih ada sebagian kecil dari warga yang mengelola sampah dengan membakarnya.

Dalam upaya mewujudkan sistem pengelolaan sampah yang optimal di lingkungan RT 06, terdapat sejumlah tokoh lokal yang berpotensi menjadi mitra strategis bagi WALHI Jawa Tengah dan Green Voice Indonesia dalam menjalankan kampanye ini. Salah satu tokoh paling berpengaruh adalah Ketua RT, Rohmadi, yang memiliki posisi penting baik secara struktural maupun sosial karena juga dikenal sebagai pemuka agama yang dihormati di wilayah tersebut. Selain itu, Fadhilah, selaku Ibu RT dan Ketua PKK RT 06, juga memiliki peran signifikan, dalam mengkoordinasikan kegiatan rumah tangga dan keseharian warga, termasuk dalam hal pengelolaan sampah. Fadhilah dapat menggerakkan anggota PKK dan kelompok Dasa Wisma (DaWis) untuk turut serta dalam praktik pemilahan sampah. Selain struktur formal, tokoh agama lainnya seperti Sufhal juga memiliki potensi besar dalam mendukung kampanye. Para pemuka agama ini dapat menyisipkan pesan-pesan edukatif mengenai pentingnya pengelolaan sampah berbasis maggot ke dalam ceramah keagamaan, baik di masjid maupun dalam kegiatan pengajian, dengan mengaitkannya pada nilai-nilai yang terkandung dalam ayat-ayat suci Al-Qur'an.

Di Kampung Nelayan Tambakrejo, terdapat sejumlah individu yang dikenal sebagai aktivis dan pemerhati lingkungan yang juga memiliki kapabilitas mendorong partisipasi warga dalam kegiatan pemilahan dan pengelolaan sampah berbasis maggot. Tokoh aktivis yang cukup menonjol ini adalah Marzuki dan Syafiq. Selain itu, peran Karang Taruna juga signifikan, mengingat organisasi ini merepresentasikan generasi muda yang berpotensi menjadi agen perubahan serta panutan bagi pemuda lainnya dalam merawat lingkungan melalui pengolahan sampah. Dukungan dari perwakilan WALHI Jawa Tengah yang telah lama menjalin relasi dengan warga Kampung Nelayan Tambakrejo, serta pihak pemerintah daerah yang memiliki peran dalam pendirian permukiman ini, juga menjadi faktor pendukung penting dalam keberhasilan pelaksanaan kampanye.

Keberhasilan kampanye tidak dapat hanya bergantung pada tokoh lokal, melainkan juga membutuhkan dukungan luas dari berbagai elemen masyarakat. Oleh karena itu, kampanye ini perlu memperoleh dukungan dari Ibu RW serta organisasi sosial seperti KUBE Armada Laut mengingat berdasarkan hasil survei, kelompok ini memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi di kalangan warga dan berpotensi menjadi saluran efektif untuk menyebarkan pesan kampanye. Meskipun fokus utama organisasi ini bukan pada isu lingkungan, mereka tetap dapat memberikan kontribusi signifikan dengan menerapkan praktik kampanye dalam aktivitas sehari-hari serta menjadi contoh teladan bagi masyarakat melalui tindakan nyata dan penyebaran informasi secara langsung.

1.3.3 Analisis Kompetitor

Kampanye pengelolaan sampah organik berbasis maggot yang menyasar warga RT 06 RW 16 Kampung Nelayan Tambakrejo memiliki beberapa tantangan atau faktor yang dapat menghambat. Tantangan ini berpotensi mengganggu kelancaran kampanye sekaligus mengurangi efektivitas perubahan perilaku yang diharapkan dari kampanye ini yakni, adopsi sistem pengelolaan sampah organik menggunakan maggot. Faktor penghambat tersebut terbagi dalam dua kategori utama yakni pola perilaku dan tokoh masyarakat, dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 1. 2 Perilaku dan Tokoh Kompetitor Kampanye

Perilaku Kompetitor	
Membuang sampah sembarangan	Masih banyak ditemukan sampah yang dibuang secara tidak sesuai, terutama ke aliran sungai, yang berdampak pada pencemaran air. Kondisi ini mencerminkan rendahnya kesadaran dan kepedulian masyarakat terhadap upaya menjaga lingkungan di kampung.
Tidak Memilah Sampah	Kebiasaan warga yang membuang semua jenis sampah secara bersamaan tanpa memilah antara organik dan anorganik menunjukkan minimnya praktik pengelolaan sampah. Akibatnya, terjadi pencampuran dan penumpukan

	sampah yang sulit dikendalikan di Tempat Pembuangan Sementara (TPS).
Praktik pembakaran sampah	Sebagian warga masih melakukan pembakaran sampah sebagai cara untuk mengelola sekaligus mengusir nyamuk. Kebiasaan ini berisiko menimbulkan polusi udara serta menunjukkan belum optimalnya penerapan metode pengelolaan sampah yang ramah lingkungan.
Sampah sisa makanan langsung diberikan ke ternak	Beberapa warga yang memelihara hewan ternak memilih memanfaatkan limbah makanan rumah tangga sebagai pakan. Praktik ini dapat mengurangi ketertarikan mereka untuk mengalihkan sisa makanan tersebut ke sistem pengelolaan berbasis maggot.
Tokoh Komentator	
Warga dengan kesadaran lingkungan rendah	Minimnya kesadaran warga akan pentingnya menjaga kelestarian lingkungan dan pengelolaan sampah berpotensi pada rendahnya antusiasme mereka untuk memulai kebiasaan memilah sampah organik dan mengumpulkannya untuk diolah oleh maggot.
Warga dengan kesibukan tinggi	Berdasarkan survei, beberapa warga mengakui memiliki rutinitas harian yang padat dan melelahkan, yang membuat mereka merasa tidak punya waktu atau energi untuk memilah sampah.
Warga yang tinggal di sekitar infrastruktur maggot	Masyarakat yang rumahnya berdekatan infrastruktur maggot berpotensi merasa terganggu oleh aroma tidak sedap yang berasal dari sampah organik, yang dapat menolak keberadaan infrastruktur tersebut.

Dari berbagai perilaku masyarakat dan tokoh yang berpotensi faktor penghambat dalam pelaksanaan kampanye ini, terdapat sejumlah keuntungan maupun tantangan atau biaya yang perlu dikeluarkan oleh warga RT 06 RW 16 Kampung Nelayan Tambakrejo, baik ketika mereka memilih untuk menjalankan perilaku yang diharapkan dalam kampanye (desired behavior) maupun ketika tetap mempertahankan perilaku yang menjadi pesaing (competing behavior). Adapun keuntungan dan tantangan tersebut adalah:

Tabel 1. 3 Keuntungan dan Tantangan/Biaya Perilaku

Perilaku	Keuntungan	Tantangan/Biaya
<i>Desired Behavior</i>		
Memilah sampah organik rumah tangga	Mencegah tercampurnya sampah organik dan anorganik yang dapat menghasilkan gas metana berbahaya bagi lingkungan	Membutuhkan komitmen lebih untuk memilah sampah sesuai jenisnya Perlu menyediakan dua wadah berbeda untuk sampah organik dan anorganik
Mengelola sampah organik dengan maggot	Mengurangi jumlah sampah organik agar tidak menumpuk di TPS Kotoran maggot dapat dimanfaatkan sebagai pupuk berkualitas tinggi	Bau dari sisa sampah organik yang membusuk yang menjadi makanan maggot berpotensi mengganggu warga sekitar Diperlukan biaya tambahan untuk menyediakan fasilitas budidaya maggot yang memadai Perlu tenaga dan perhatian lebih dalam merawat maggot dibanding hanya membuang sampah
Memanen maggot	Maggot mengandung protein tinggi sehingga dapat dijadikan pakan ternak atau umpan pancing Maggot yang sudah dikeringkan dapat dijual ke peternak atau diolah menjadi produk bernilai seperti camilan dan minyak	Proses budidaya membutuhkan kesabaran dan ketelatenan merawat maggot hingga siap dipanen
<i>Competing Behavior</i>		
Membuang sampah tanpa memilah	Tidak memerlukan usaha atau waktu tambahan dalam membuang sampah	Campuran sampah dapat menimbulkan bau menyengat dan menghasilkan gas metana yang mudah terbakar saat terkena api atau petir

Membakar sampah	Mengurangi keberadaan nyamuk sehingga aktivitas warga lebih nyaman	Pembakaran menghasilkan asap yang mencemari udara dan berpotensi menyebabkan gangguan pernapasan
Memberi sisa makanan langsung ke ternak	Tidak perlu usaha dan mengeluarkan biaya tambahan untuk memberi makan ternak	Tidak semua sisa makanan dimakan ternak, sehingga bisa mengotori kandang dan lingkungan sekitar Penyebaran sisa makanan di kandang dapat menimbulkan bau di area permukiman

1.3.4 Analisis AIDA

Maggot merupakan solusi efisien untuk mengatasi persoalan pengelolaan sampah organik. Budidaya maggot dapat menjadi alternatif yang praktis, minim bau, dan memiliki nilai ekonomis. Melalui pemanfaatan maggot, masyarakat tidak hanya dapat mengurangi sampah organik, tetapi juga memperoleh manfaat finansial, misalnya melalui penjualan frass atau kotoran maggot sebagai pupuk. Selain itu, maggot juga berpotensi sebagai pakan ternak yang dapat dijual, membuka peluang usaha baru bagi warga. Untuk mendorong keberhasilan pengelolaan sampah organik berbasis maggot, pendekatan dapat dilakukan dengan menggunakan model AIDA.

Pada tahap pertama, yakni *Attention* (perhatian), diketahui bahwa sebagian warga mulai mengenal konsep penggunaan maggot, meskipun masih terbatas dan pemahaman yang kurang mendalam ini disertai dengan hambatan psikologis, seperti anggapan bahwa maggot berbau, menjijikkan, serta pengelolaan yang rumit. Sebab itu, pada tahap ini, penting untuk membangun kesadaran warga bahwa maggot justru sangat bermanfaat bagi lingkungan, karena kemampuannya mengurai sampah organik secara alami dan cepat. Tak hanya itu, budidaya maggot juga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui potensi ekonominya. Proses budidayanya pun tergolong mudah, tidak memerlukan biaya besar, serta tidak menyita banyak waktu. Untuk mencapai hal ini taktik yang digunakan adalah pengadaan *Workshop* dan *printed materials* berupa poster dan leaflet.

Dalam hal *Interest* (minat), sebagian warga yang sudah pernah mendengar tentang maggot belum menunjukkan ketertarikan sama sekali karena masih memiliki perspektif negatif terhadap maggot. Untuk mengatasi kekhawatiran ini, kampanye akan menonjolkan *key message* bahwa bau bukan berasal dari maggot, melainkan dari sampah organik yang menumpuk, dan hal tersebut bisa diatasi melalui kontrol jumlah sampah serta penggunaan ampas atau bubuk kopi untuk menyerap bau. Maggot juga bukan hewan yang kotor, karena berasal dari lalat BSF yang tidak membawa penyakit, dan proses budidayanya pun relatif mudah. Selain itu kampanye juga akan menekankan pada manfaat ekonomi dari maggot yakni dapat menjadi pakan ternak, umpan ikan, pupuk. Hal ini akan dicapai dengan melaksanakan taktik komunikasi berupa produksi konten daring yang akan dibagikan melalui Whatsapp kepada masyarakat, edukasi melalui organisasi masyarakat dengan mengikuti pertemuan Koperasi dan Karang Taruna.

Sementara itu, dari sisi *Desire* (Keinginan), warga belum memiliki keinginan untuk menerapkan sistem pengelolaan sampah berbasis maggot karena tidak adanya perhatian maupun minat. Untuk menumbuhkan keinginan ini, kampanye akan menggunakan taktik *Door-to-door* dan mengikuti pertemuan PKK yang mengajak dan mendampingi masyarakat untuk melakukan praktik langsung dengan membuang sampah pada infrastruktur yang tersedia.

Terakhir, untuk *Action* (aksi) dalam pengelolaan sampah menggunakan maggot belum terlaksana karena rendahnya tingkat perhatian, minat, dan keinginan dari masyarakat. Selain itu, belum tersedianya fasilitas pendukung juga menjadi hambatan dalam penerapan sistem ini. Untuk mendorong aksi nyata, perlu disediakan *augmented product* berupa infrastruktur maggot, dan modul panduan budidaya.

1.3.5 Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar merupakan salah satu komponen utama dalam analisis strategi kampanye. Proses ini mencakup pembagian audiens ke dalam segmentasi yang lebih kecil, mengevaluasi karakteristik tiap segmen berdasarkan sejumlah indikator, serta menentukan prioritas segmen yang akan

menjadi sasaran utama kegiatan. Berikut ini adalah hasil segmentasi pasar yang telah dilakukan:

Tabel 1. 4 Segmentasi Pasar

Variabel	Klasifikasi
Geografis Lokasi Kepadatan Iklim	Kampung Nelayang Tambakrejo, RT 06 RW 16, Kelurahan Tanjung Mas, Semarang Utara, Semarang <i>Rural urban fringe</i> Tropis, lembab
Demografis Usia Gender Ukuran keluarga Pengeluaran Pekerjaan Pendidikan Agama Suku Generasi	29 – 61 tahun Laki-laki, perempuan 4+ Rp 500.000 – Rp 900.000 Nelayan SMP Islam Jawa Generasi Y-X
Psikografis Kelas Sosial Gaya Hidup Kepribadian	SES C – D Tradisional, sederhana, komunal, bergantung pada alam, waktu luang terbatas Praktis, realistis, komunal, skeptis, tidak peduli isu lingkungan.
Behavioral Kesempatan Manfaat Status Pengguna Tingkat Pengguna Status Loyalitas Kesiapan Sikap ke Produk	<i>Regular occasion</i> Ekonomi, kenyamanan, kepraktisan <i>Non-user</i> (tidak ada) <i>Light-user</i> (rendah) <i>Medium</i> <i>Aware</i> <i>Indifferent</i> (acuh)

Setelah melakukan segmentasi pasar, ditentukan sasaran utama (*targeting*) kampanye berdasarkan karakteristik kelompok yang paling potensial yang dibagi menjadi target primer dan sekunder:

Tabel 1. 5 Target Pasar Kampanye

Target Primer	Anggota PKK sebagai pengelola sampah organik rumah tangga (P, 29-61, SES D).
Target Sekunder	Koperasi yang beranggotakan pengusaha tambak, peternak, dan pelaku usaha lainnya yang dapat memanfaatkan hasil budidaya maggot untuk dikelola (L/P, 29-61, SES C1-C2).
	Karang Taruna sebagai kelompok pemuda yang dapat berpotensi terlibat dalam pengelolaan infrastruktur maggot dan pengumpulan sampah organik rumah tangga (L/P, 16-35, SES C-D).
	Perangkat RT sebagai pengelola setempat memiliki otoritas untuk mendorong warga lainnya dalam mengelola sampah rumah tangga dengan mengadopsi sistem pengelolaan sampah berbasis maggot (L, 40-60, SES C-D).

Target primer dalam kampanye ini adalah ibu rumah tangga, seperti dalam data survei yang telah dipaparkan latar belakang menunjukkan bahwa 82,1% responden menyatakan ibu sebagai pihak yang paling berperan dalam pengelolaan sampah rumah tangga. Sementara itu, kelompok lain seperti pemuda (Karang Taruna), perangkat RT, dan koperasi diposisikan sebagai target sekunder karena peran mereka diharapkan menjadi pendukung keberhasilan program, baik sebagai calon pengelola dan pengolah maggot maupun sebagai penggerak partisipasi warga di tingkat komunitas. Capaian terhadap target ini akan diupayakan melalui serangkaian kegiatan yang dirancang dan dilaksanakan selama program berlangsung.

1.4 Tujuan

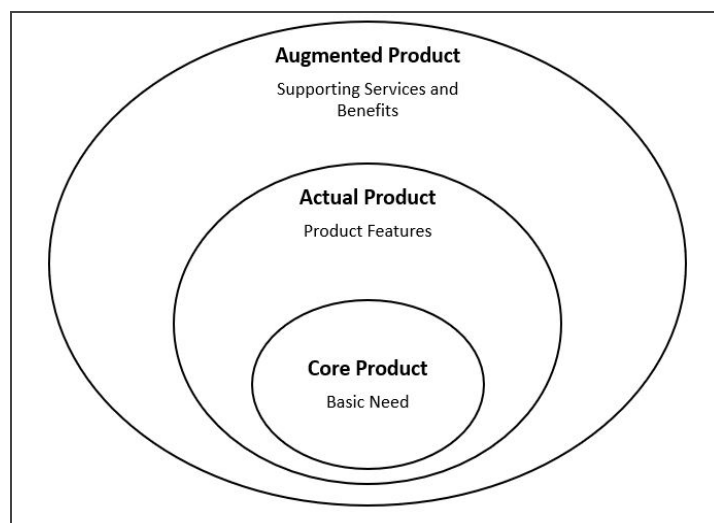
Kegiatan karya bidang ini bertujuan untuk meningkatkan keterlibatan 16 rumah warga Kampung Nelayan Tambak Rejo, RT 06 RW 16, Kelurahan Tanjung Mas, Kecamatan Semarang Utara dalam pengelolaan sampah organik dengan menggunakan maggot selama kurun waktu dua bulan.

1.5 Kerangka Konsep

Karya bidang ini didasarkan pada kerangka konsep pemasaran sosial Philip Kotler, yang menjelaskan bahwa dalam pemasaran sosial, produk yang ditawarkan tidak hanya berupa barang atau layanan secara fisik, tetapi juga mencakup perilaku

yang diharapkan serta manfaat yang menyertai perilaku itu (Kotler et al., 2002). Pada praktiknya, pemasaran sosial juga melibatkan penyediaan barang dan layanan nyata yang bertujuan untuk mendukung serta memfasilitasi perubahan perilaku pada audiens sasaran. Oleh karena itu, produk dalam konsep ini dipahami sebagai rangkaian manfaat kompleks, yang dirumuskan dan ditawarkan pada audiens untuk menjawab kebutuhan spesifik yang relevan dengan perilaku yang diharapkan.

Gambar 1. 18 Tiga Tingkat Produk Pemasaran Sosial



Sumber: Philip Kotler

Teori pemasaran tradisional mengemukakan bahwa produk dapat dibagi menjadi tiga tingkatan, yaitu *core product*, *actual product*, dan *augmented product*. Kerangka ini bermanfaat dalam perencanaan kegiatan pemasaran sosial, khususnya dalam merancang strategi produk yang efektif guna mendorong perubahan perilaku. Adapun pemetaan ketiga tingkatan produk tersebut dalam konteks kegiatan karya bidang ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1. 6 Pemetaan Produk

<i>Core Product</i>	<i>Actual Product</i>	<i>Augmented Product</i>
Kontribusi terhadap kebersihan lingkungan	Perilaku pengelolaan sampah organik dengan menggunakan maggot	Penyediaan maggot, infrastruktur (lokasi dan peralatan) yang akan dikelola, dan modul pembelajaran

Pada tingkat *core product* (produk inti), fokus utama produk yang ditawarkan terletak pada manfaat mendasar yang akan diperoleh oleh target audiens. Tingkat ini akan menjawab pertanyaan esensial seperti: “Apa manfaat yang didapat audiens bila mereka mengadopsi perilaku yang ditawarkan?”, “Kebutuhan apa yang akan terpenuhi bila mengubah perilaku?”, dan “Masalah apa yang dapat diselesaikan melalui perilaku ini?” Dengan demikian, *core product* mencerminkan nilai manfaat utama yang paling dirasakan oleh audiens ketika mereka melakukan perilaku yang diharapkan dan dianggap bernilai oleh mereka. Dalam kegiatan karya bidang ini, *core product* yang ditawarkan berupa kontribusi masyarakat Kampung Nelayan Tambakrejo terhadap kebersihan lingkungan. Melalui pengelolaan limbah organik menggunakan maggot, masyarakat dapat membantu mengurangi volume sampah yang dibuang ke tempat pembuangan akhir, menekan emisi gas rumah kaca, dan menciptakan lingkungan yang lebih bersih serta sehat.

Actual product mengacu pada perilaku konkret yang ingin dipromosikan kepada audiens sebagai langkah nyata untuk memperoleh manfaat yang telah dijelaskan dalam *core product*. Pada tahap ini, produk akan melibatkan unsur-unsur seperti identitas visual atau simbol yang mewakili perilaku tersebut, sehingga menjadi representasi dari perubahan yang diharapkan. Dalam kegiatan karya bidang ini, *actual product* berupa tindakan mengelola sampah organik dengan memanfaatkan maggot. Masyarakat Kampung Nelayan Tambakrejo diharapkan untuk memilah sampah organik dari sampah lainnya dan menerapkan sistem penguraian berbasis maggot. Target audiens akan dapat melihat sisa makanan akan dikonsumsi oleh maggot dan diubah menjadi kompos bernutrisi tinggi yang dapat dimanfaatkan untuk keperluan pertanian atau perkebunan.

Augmented product mencakup berbagai elemen tambahan yang disediakan untuk mendukung adopsi perilaku yang diinginkan. Meskipun terkadang hanya dianggap sebagai pelengkap, elemen-elemen ini memiliki peran penting dalam mengurangi hambatan perubahan, memastikan keberlanjutan perilaku, serta memberikan dukungan yang dibutuhkan audiens. Di samping itu, *augmented product* juga dapat memperkuat citra merek yang dapat meningkatkan perhatian target audiens, menambah daya tarik, dan penguatan (*recall*) pada target audiens.

Dalam konteks kegiatan karya bidang ini, *augmented product* yang ditawarkan adalah maggot sebagai agen pengurai dan infrastruktur pendukung seperti wadah atau tempat khusus yang dirancang untuk memfasilitasi pertumbuhan maggot dalam proses dekomposisi sampah organik.

1.6 Strategi Komunikasi

Guna meningkatkan keterlibatan masyarakat Kampung Nelayan Tambakrejo dalam pengelolaan sampah organik, Green Voice Indonesia bekerjasama dengan WALHI Jawa Tengah untuk merancang strategi kampanye yang berfokus pada pemanfaatan maggot dalam pengelolaan limbah organik. Strategi komunikasi ini dibuat berdasarkan *marketing mix* yang mencakup empat elemen utama: *product*, *price*, *place*, dan *promotion*. Penjabaran elemen *product* dalam kegiatan karya bidang ini dijelaskan sebagai berikut:

1.6.1 Product

Dalam pemasaran sosial, produk adalah apa yang akan dijual, perilaku yang ingin diterapkan oleh audiens, serta manfaat yang akan mereka peroleh dari perilaku tersebut (Kotler et al., 2002). Produk juga dapat meliputi *tangible objects* maupun fasilitas yang disediakan untuk mendukung perubahan perilaku. Dalam karya bidang ini, produk diklasifikasikan ke dalam tiga kategori yakni: *core product*, *actual product*, dan *augmented product*, dengan rincian sebagai berikut

1.6.1.1 Core Product

Core product dalam program ini adalah kontribusi masyarakat terhadap upaya menjaga kebersihan lingkungan. Melalui praktik pengelolaan sampah organik yang tepat, jumlah limbah yang berakhir di tempat pembuangan akhir (TPA) dapat berkurang, dan pada akhirnya turut mengurangi emisi gas rumah kaca, sehingga lingkungan menjadi bersih dan sehat.

1.6.1.2 Actual Product

Actual product dalam kegiatan ini berupa keterlibatan langsung warga Kampung Nelayan Tambakrejo dalam proses pengelolaan sampah organik menggunakan maggot. Masyarakat akan memilah

sampah organik dan memanfaatkan infrastruktur berbasis maggot untuk mengurai sisa makanan. Tidak hanya penguraian, maggot yang dihasilkan akan memiliki nilai tambah karena dapat dimanfaatkan sebagai pakan ternak.

1.6.1.3 Augmented Product

Augmented product dalam kampanye ini terdiri dari maggot sebagai agen pengurai sampah, infrastruktur pendukung yang dirancang untuk menunjang proses pertumbuhan maggot, dan modul pembelajaran sebagai *guideline* dalam budidaya maggot. Dalam hal ini Maggot berperan sebagai *tangible object* yang bermanfaat dalam mengurai limbah sebab kemampuannya untuk mengkonsumsi sampah dalam jumlah besar dan mengubahnya menjadi produk seperti pupuk atau bahan yang dapat digunakan kembali. Infrastruktur maggot berfungsi sebagai produk yang mendukung proses pertumbuhan maggot dalam proses penguraian limbah secara efektif. Terakhir, modul pembelajaran akan dirancang dan dibagikan pada masyarakat sebagai *guideline* dalam melaksanakan budidaya maggot.

1.6.2 Price

Harga produk dalam pemasaran sosial mencerminkan total biaya yang dirasakan oleh target audiens ketika mereka memutuskan untuk mengadopsi perilaku baru (Kotler et al., 2002). Harga tidak hanya merujuk pada nilai uang secara langsung, tetapi juga mencakup pengorbanan atau nilai yang harus ditukar oleh individu untuk memperoleh manfaat dari perilaku, produk, atau layanan yang ditawarkan. Oleh karena itu, penetapan harga yang tepat perlu mempertimbangkan berbagai bentuk biaya yang mungkin dihadapi oleh audiens, baik secara moneter maupun non moneter. Langkah awal dalam merancang strategi harga adalah mengidentifikasi seluruh pengeluaran yang mungkin timbul akibat perubahan perilaku. Harga ini kemudian dikategorikan sebagai *entry cost* (biaya masuk) dan *exit cost* (biaya keluar). Berikut adalah pemetaan harga dalam kegiatan karya bidang ini:

Tabel 1. 7 Penetapan Biaya Pemasaran Sosial

<i>Exit Cost</i>		<i>Entry Cost</i>	
Biaya Moneter	Biaya Non-Moneter	Biaya Moneter	Biaya Non- Moneter
Kehilangan efisiensi biaya akibat investasi awal pada sistem baru (pembelian infrastruktur maggot).	Melepaskan kebiasaan praktis untuk membuang semua jenis sampah sekaligus tanpa proses pemilahan. Mengubah kebiasaan rumah tangga atau komunitas yang telah terbentuk bertahun-tahun. Menghadapi ketidakpastian atau kekhawatiran terhadap efektivitas dan keberhasilan sistem baru.	Dibutuhkan biaya sebesar Rp 700.000 untuk pengadaan infrastruktur maggot (<i>augmented product</i>) guna mendukung masyarakat mengadopsi perilaku pengelolaan sampah organik dengan maggot (<i>actual product</i>)	Waktu yang dibutuhkan untuk mengikuti pelatihan dan <i>workshop</i>. Waktu yang diperlukan untuk menyiapkan lokasi dan peralatan budidaya maggot. Waktu untuk penyesuaian teknis pengelolaan sampah dengan kondisi lingkungan.

1.6.3 Place

Makna dari tempat pada konsep pemasaran sosial merujuk pada lokasi dan waktu di mana target audiens akan melakukan perilaku yang diharapkan (perubahan perilaku), memperoleh *tangible object*, serta menerima layanan yang relevan dengan kegiatan yang dilaksanakan (Kotler et al., 2002). Aspek ini bertujuan untuk mengembangkan strategi yang memungkinkan target audiens dapat dengan mudah melakukan perilaku tersebut.

Pelaksanaan kegiatan karya bidang ini akan berlokasi di Kampung Nelayan Tambakrejo, khususnya di RT 06 RW 16, tepatnya di area lapangan parkir Blok D. Tempat ini dipilih karena menjadi area bagi target audiens (warga Kampung Nelayan Tambakrejo) melakukan praktik pengelolaan sampah organik menggunakan maggot.

1.6.4 Promotion

1.6.4.1 Key Message

Sebagai upaya meningkatkan partisipasi warga Kampung Nelayan Tambakrejo dalam pengelolaan sampah organik dengan maggot, kampanye ini mengusung pesan utama: “Bersama Maggot, Sampah Hilang, Hati Tenang.” Model Perubahan Transtheoretical yang merujuk pada konsep *stages of change* (Kotler et al., 2002), menggambarkan serangkaian tahap yang dilewati individu saat melakukan perubahan perilaku. Berdasarkan kerangka tersebut, dibuatlah sejumlah strategi pesan untuk membantu audiens berpindah dari satu tahap ke tahap berikutnya, sebagai berikut:

Tabel 1. 8 Tahapan Perubahan dan Pengembangan Pesan

Pra-kontemplasi	Pada tahap awal ini, individu belum memiliki kesadaran atau niat untuk berubah. Tujuan utama komunikasi tahap ini adalah meningkatkan pemahaman mengenai dampak negatif dari kebiasaan lama, seperti membuang sampah sembarangan, serta memperkenalkan alternatif solusi berupa pengelolaan sampah dengan maggot.
	Pesan: "Tahukah Anda bahwa sampah organik yang dibuang sembarangan bisa merusak lingkungan? Dengan bantuan maggot, sampah itu bisa diubah menjadi sesuatu yang berguna dan membawa berkah. Yuk pikirkan kembali, sampah hilang, hati jadi tenang!"
Kontemplasi	Pada tahap ini, audiens mulai mempertimbangkan untuk melakukan perubahan perilaku, meskipun belum bertindak. Komunikasi diarahkan untuk mendorong mereka mencoba langsung proses pengelolaan sampah dengan maggot dan mengenal berbagai peluang yang dapat muncul dari perubahan perilaku ini
	Pesan: "Yuk, mulai kelola sampah organik anda dengan maggot! Maggot akan memakan sampah organik anda dan mengubahnya menjadi pakan ternak yang bernilai tinggi. Selain membuat lingkungan bersih, anda akan merasa tenang karena sampah menjadi bermanfaat.
Persiapan	Pada fase ini, audiens telah menunjukkan kesiapan untuk memulai dan membutuhkan arahan serta dukungan untuk mempermudah proses adopsi perilaku baru. Tim kampanye akan menyediakan

	informasi praktis terkait langkah awal dalam mengelola sampah menggunakan maggot, termasuk bagaimana menciptakan lingkungan yang mendukung perubahan perilaku ini.
	Pesan: “Kami siap membantu Anda dengan panduan lengkap untuk memulai pengelolaan sampah organik menggunakan maggot di rumah atau komunitas. Mari mulai dari langkah kecil sampah hilang, hati tenang!”
Aksi	Pada tahap ini, target audiens telah mulai mengubah perilakunya dan sedang menjalani proses adaptasi. Dukungan berkelanjutan dibutuhkan untuk memperkuat kebiasaan baru serta mengatasi hambatan yang mungkin muncul.
	Pesan: “Tetap semangat dalam mengelola sampah! Dengan keterampilan yang tepat, anda dapat memaksimalkan manfaat dari maggot. Apabila menghadapi tantangan, kami siap membantu anda dengan berbagai tips dan dukungan. Bersama Maggot, Sampah Hilang, Hati Tenang! Maggot yahud!”

1.6.4.2 Media Channel

Pemilihan media memiliki peranan penting dalam mengoptimalkan jalannya kampanye dan perlu melalui pertimbangan yang matang dengan berbagai alternatif. Penentuan media dilakukan dengan memperhatikan sejumlah faktor, seperti tujuan kampanye, target komunikasi, karakteristik serta keunggulan dan kekurangan tiap media, profil audiens sasaran serta ketersediaan anggaran dan pendanaan (Kotler et al., 2002). Adapun media yang kami pilih adalah sebagai berikut:

Tabel 1. 9 Saluran Media Optimalisasi Kampanye

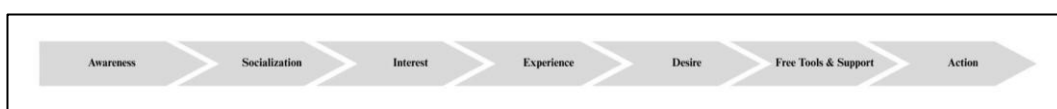
<i>Advertising</i>	Media iklan yang digunakan adalah <i>out of home</i> media dalam bentuk spanduk. Spanduk ini akan dipasang pada infrastruktur maggot guna menarik perhatian warga Kampung Nelayan Tambakrejo.
<i>Public Relations</i>	Media public relations yang diterapkan berupa konten edukatif dan informatif yang disebarakan melalui grup WhatsApp di berbagai organisasi masyarakat. Konten ini akan berisi edukasi dan informasi terkait pengelolaan sampah menggunakan maggot.

<i>Printed Materials</i>	Media <i>printed materials</i> yang akan dipakai adalah brosur, selebaran, poster, dan modul pembelajaran. Semua materi cetak ini akan mencakup edukasi dan informasi mengenai pengelolaan sampah dengan maggot.
<i>Personal Selling</i>	Media <i>personal selling</i> akan dilakukan melalui <i>face-to-face meeting</i> , presentasi, dan <i>workshop</i> . <i>Face-to-face meeting</i> dilakukan dengan mengikuti agenda rapat organisasi masyarakat setempat, menggunakan presentasi, serta edukasi <i>Door-to-door</i> ke rumah warga. Sedangkan kegiatan <i>Workshop</i> akan mengundang seluruh lapisan masyarakat untuk edukasi lebih mendalam dan praktik nyata dalam pengelolaan sampah berbasis maggot
<i>Special Promotional Items</i>	Salah satu <i>promotional items</i> dalam kegiatan promosi program adalah penyediaan infrastruktur pengolahan maggot sebagai sarana utama pengelolaan sampah.

1.7 Taktik Komunikasi

Kampanye optimalisasi pengelolaan sampah menggunakan maggot dirancang untuk menciptakan dampak yang berkelanjutan di Kampung Nelayan Tambakrejo dengan menggabungkan pendekatan luring dan daring. Melalui kombinasi kedua metode ini, kampanye bertujuan untuk menjangkau audiens yang lebih luas, memfasilitasi komunikasi yang lebih intens, dan meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam program pengelolaan sampah organik.

Gambar 1. 19 Taktik Komunikasi Berdasarkan Tahap AIDA



Sumber: Dokumentasi Pribadi

Dalam pelaksanaan kampanye ini, taktik komunikasi yang digunakan mengacu pada pendekatan model AIDA (*attention, interest, desire, action*), yang bertujuan untuk membangun keterlibatan masyarakat secara bertahap, mulai dari peningkatan kesadaran hingga aksi nyata. Pada tahap awal, untuk membangun *attention* dan menumbuhkan *interest*, dilakukan serangkaian kegiatan sosialisasi yang dirancang untuk menarik perhatian publik terhadap isu pengelolaan sampah organik. Kegiatan tersebut mencakup edukasi kepada masyarakat dengan cara penyelenggaraan diskusi dengan organisasi masyarakat, pemanfaatan konten digital

sebagai media penyebaran informasi, serta penyelenggaraan *workshop* mengenai pemanfaatan maggot dalam pengelolaan sampah organik. *Workshop* ini bertujuan untuk memberikan pemahaman awal serta menjelaskan potensi dari penggunaan maggot untuk mengelola sampah organik, sehingga akan muncul minat untuk menerapkannya di lingkungan mereka.

Tahap selanjutnya adalah mengubah ketertarikan menjadi keinginan (*desire*) untuk mengaplikasikan ilmu yang telah didapat, di mana pendekatan yang digunakan bersifat partisipatif dan berbasis pengalaman. Kampanye *Door-to-door* menjadi salah satu metode utama dalam fase ini. Melalui pendekatan personal dari rumah ke rumah, masyarakat mendapatkan penguatan informasi yang telah disampaikan sebelumnya dan diajak untuk secara langsung mempraktikkan pemilahan sampah organik. Kegiatan ini disertai dengan pengambilan sampah organik oleh tim Green Voice Indonesia, sebagai bagian dari upaya membangun keterlibatan langsung oleh masyarakat. Tim Green Voice Indonesia juga bekerja sama dengan warga yang bersedia membantu dalam pengumpulan sampah organik dan melakukan budidaya maggot ini.

Untuk menggerakkan audiens dari tahap keinginan (*desire*) menuju tindakan nyata (*action*), taktik yang diterapkan mencakup penyediaan fasilitas, baik dalam bentuk *free tools* maupun *free service*. *Free tools* merujuk pada penyediaan peralatan yang diperlukan dalam proses pengelolaan sampah organik menggunakan maggot, termasuk infrastruktur dasar yang menunjang budidaya maggot beserta modul pembelajaran tentang pengelolaan sampah organik berbasis maggot. Sementara itu, *free service* mencakup layanan pendampingan teknis dan kegiatan monitoring yang diberikan kepada masyarakat, guna memastikan proses pengelolaan sampah berjalan dengan baik. Adapun taktik yang dilakukan selama kampanye secara lebih terperinci antara lain sebagai berikut:

1.7.1 Taktik Komunikasi Luring

1.7.1.1 Penempatan Infrastruktur Maggot

Saat ini, infrastruktur maggot yang sebelumnya ada di Kampung Nelayan Tambakrejo sudah tidak terawat dan terbengkalai. Oleh karena itu, diperlukan pembangunan infrastruktur maggot yang

baru untuk memastikan pengelolaan sampah dapat berjalan dengan lebih efektif. Untuk itu, diperlukan empat unit infrastruktur baru yang mampu menampung sampah organik dari empat blok rumah yang ada di Kampung Nelayan Tambakrejo, guna mendukung sistem pengelolaan sampah yang lebih efisien dan ramah lingkungan. Infrastruktur baru akan mulai ditempatkan pada tanggal 21 April 2025, tepatnya pada Lapangan Blok D, RT 06 RW 16, Kampung Nelayan Tambakrejo. Untuk melaksanakan taktik komunikasi tersebut, dibutuhkan biaya sebesar Rp 2.800.000 yang akan digunakan untuk pembelian infrastruktur maggot baru serta pembuatan spanduk sebagai penanda tempat infrastruktur maggot tersebut ditempatkan.

1.7.1.2 Pemetaan Kerja Sama dengan *Stakeholder*

Dalam kampanye pengelolaan sampah berbasis maggot, kemitraan dengan *stakeholder* menjadi langkah strategis untuk memperkuat dampak dan kredibilitas program. *Stakeholder* memiliki jaringan, keahlian, serta sumber daya yang dapat mendukung keberlanjutan inisiatif ini. Melalui kemitraan yang saling menguntungkan, kampanye dapat lebih efektif dalam membangun infrastruktur, meningkatkan kapasitas masyarakat, serta memperluas jangkauan edukasi dan advokasi. Berikut *stakeholder* potensial yang akan diajak bekerja-sama:

Tabel 1. 10 Pemetaan Kerja Sama Stakeholder

Envera	Envera merupakan sebuah lembaga yang fokus pada konsultasi lingkungan. Organisasi ini memiliki keahlian khusus dalam pengelolaan sampah dan telah aktif melakukan edukasi mengenai pengelolaan sampah dengan menggunakan maggot. Kerja sama dapat terjalin dengan mengundang Envera sebagai salah satu pemateri dalam kegiatan <i>workshop</i> yang diselenggarakan.
Aliansi Zero Waste	Aliansi Zero Waste merupakan sebuah lembaga yang mengusung kampanye tentang konsep <i>zero waste</i> , dengan fokus pada pengelolaan sampah yang berkelanjutan dan pemahaman mendalam mengenai siklus hidup material. Lembaga ini berkomitmen untuk mengurangi limbah dengan cara yang lebih holistik, termasuk

	mengoptimalkan penggunaan kembali dan mendaur ulang bahan-bahan yang ada. Kerja sama dapat dijalin dengan mengundang Aliansi Zero Waste untuk menyediakan infrastruktur maggot yang akan membantu dalam pengelolaan sampah organik.
Sampan Indonesia	Sampan Indonesia merupakan sebuah lembaga yang berfokus pada pengelolaan sumber daya alam secara berkelanjutan. Lembaga ini memiliki berbagai proyek yang bertujuan untuk menjaga dan memanfaatkan sumber daya alam secara bijaksana, salah satunya adalah proyek budidaya maggot untuk mendukung pengelolaan sampah organik dan pelestarian lingkungan. Kerja sama dapat dijalin dengan melibatkan Sampan Indonesia sebagai pemberi dukungan finansial, yang akan membantu dalam menyediakan dana dan sumber daya yang diperlukan untuk pengembangan infrastruktur serta pelaksanaan program budidaya maggot secara lebih luas dan efektif.
Dompot Dhuafa	Dompot Dhuafa merupakan lembaga filantropi dan kemanusiaan yang bergerak untuk pemberdayaan masyarakat dan kemanusiaan. Dompot Dhuafa memiliki program yang berfokus pada lingkungan. Kerja sama dapat dijalin dengan melibatkan Dompot Dhuafa sebagai pemateri dalam kegiatan <i>workshop</i> yang diselenggarakan, serta pemberi dukungan finansial, yang akan membantu dalam menyediakan dana dan sumber daya yang diperlukan untuk pengembangan infrastruktur serta pelaksanaan program budidaya maggot secara lebih luas dan efektif.
Koalisi Rakyat Untuk Keadilan Perikanan (KIARA)	KIARA atau Koalisi Rakyat untuk Keadilan Perikanan merupakan organisasi non-pemerintah yang memiliki fokus dan perhatian terhadap isu kelautan dan perikanan. KIARA berkomitmen untuk memperjuangkan dan memperkuat pengelolaan sumber daya pesisir dan laut sebagai bentuk kedaulatan masyarakat yang tinggal secara turun temurun di wilayah pesisir dan pulau-pulau kecil agar memperoleh pengakuan, perlindungan dan kesejahteraan hidup yang layak dari Pemerintah Republik Indonesia. Kerja sama dapat dijalin dengan melibatkan KIARA dalam mengadvokasikan kegiatan pengelolaan sampah menggunakan maggot untuk setiap rumah tangga, serta pemberi dukungan finansial, yang akan membantu dalam menyediakan dana dan sumber daya yang diperlukan untuk pengembangan infrastruktur serta pelaksanaan program budidaya maggot secara lebih luas dan efektif.

1.7.1.3 *Workshop* “Sampah Jadi Cuan”

Kegiatan ini berupa pelatihan dan talkshow yang akan diselenggarakan bersama Envera, suatu *Stakeholder* dalam bidang konsultan lingkungan, serta Pak Joko, seorang pegiat lingkungan yang merupakan praktisi di bidang pengelolaan sampah organik menggunakan maggot. Kegiatan ini ditujukan untuk seluruh masyarakat Kampung Nelayan Tambakrejo RT 06 RW 16, termasuk ibu rumah tangga, bapak-bapak nelayan, peternak, dan anggota Karang Taruna. Materi yang akan disampaikan meliputi pentingnya memilah sampah rumah tangga, cara mengelola sampah organik, serta proses budidaya maggot dan manfaatnya. Selain itu, peserta akan diperkenalkan pada potensi bisnis yang dapat dihasilkan dari pengelolaan sampah berbasis maggot. Kegiatan ini juga akan menghadirkan testimoni dan cerita pengalaman sukses dari praktisi yang telah berhasil dalam bidang ini. *Workshop* “Sampah Jadi Cuan” akan dilaksanakan dengan detail sebagai berikut:

Tabel 1. 11 Rencana Kegiatan Workshop “Sampah Jadi Cuan”

Tanggal	Sabtu, 12 April 2025
Tempat	TPQ Al-Firdaus, Kampung Nelayan Tambakrejo
Pemateri	Envera, <i>Environment Consultant</i> Joko, Pebisnis dan Pengelola Maggot
Tujuan	1. Meningkatkan pemahaman masyarakat tentang pentingnya memilah sampah rumah tangga dan pengelolaan sampah organik. 2. Memberikan keterampilan praktis kepada masyarakat mengenai cara efektif mengelola sampah organik dan proses budidaya maggot. 3. Mengenalkan potensi bisnis yang dapat berkembang dari pengelolaan sampah organik berbasis maggot guna meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat setempat.
<i>Key Message</i>	Tahap Pra-kontemplasi 1. Sampah organik bisa menjadi masalah yang besar, tetapi juga bisa menjadi solusi. 2. Semua orang berperan dalam menjaga lingkungan.

	3. Maggot dapat membantu mengurangi sampah dan menjadi solusi ekonomi (pendapatan alternatif). 4. Mengelola sampah organik itu mudah, semua orang dapat melakukannya.
	Tahap Kontemplasi 1. Maggot menjadi solusi praktis untuk sampah rumah tangga. 2. Mulai dari rumah sendiri, pengelolaan sampah dapat menjadi peluang bisnis.
Produk	Modul pembelajaran dan materi presentasi

1.7.1.4 Pemilihan Local Hero dan *Key Opinion Leader*

Taktik komunikasi pada kampanye ini fokus pada pendekatan berbasis komunitas dengan membentuk *Local Heroes* sebagai agen perubahan masyarakat, serta *Key Opinion Leader* sebagai tokoh yang dapat mempengaruhi masyarakat lainnya dalam merubah perilaku.

Local Heroes terdiri dari dua individu yang memiliki peran untuk menjadi penggerak yang mendorong partisipasi warga, penyebar informasi yang mengedukasi komunitas terkait manfaat maggot, serta menjadi pengelola infrastruktur maggot, mulai dari pembuangan sampah organik hingga penjualan ulang maggot untuk pakan ternak ayam dan lainnya. *Local Heroes* nantinya akan mendapatkan insentif sebesar Rp 300.000 untuk mengelola infrastruktur maggot pada Kampung Nelayan Tambakrejo selama lima minggu.

Sedangkan *Key Opinion Leader* merupakan aktor pada Kampung Nelayan Tambakrejo yang dipercayai masyarakat. *Key Opinion Leader* tersebut memiliki tugas untuk menyebarkan informasi terkait pengelolaan sampah organik menggunakan maggot dan menjadi penggerak masyarakat untuk memanfaatkan infrastruktur maggot yang disediakan. Setelah melakukan survei, terdapat beberapa tokoh masyarakat yang potensial untuk diajak bekerja sama:

Tabel 1. 12 Pemetaan Kerjasama *Key Opinion Leader* dan *Local Heroes*

Rohmadi	Ketua RT 06 Kampung Nelayan Tambakrejo
Fadhilah	Ketua PKK RT 06 Kampung Nelayan Tambakrejo
Marzuki	Aktivis Lingkungan Kampung Nelayan Tambakrejo
Syafiq	Ketua Kelompok Usaha Bersama
Sufhal	Pemuka Agama Kampung Nelayan Tambakrejo
Iqbal	<i>Experienced Volunteer</i> Kampung Nelayan Tambakrejo
Silvani	Environment Consultant Envera

Pemilihan *Local Heroes* dan *Key Opinion Leader* sendiri akan dilakukan melalui beberapa tahapan. Pertama, dilakukan identifikasi dan survei awal dengan observasi langsung ke masyarakat Kampung Nelayan Tambakrejo, pengumpulan data dari tokoh masyarakat dan komunitas setempat, serta wawancara dengan individu yang berpotensi menjadi *Local Heroes* dan *Key Opinion Leader*. Selanjutnya *Local Heroes* akan dipilih berdasarkan komitmen dalam menggerakkan masyarakat, dan kapasitas dalam mengelola infrastruktur maggot. Sementara itu, *Key Opinion Leader* akan dipilih berdasarkan pengaruh sosial, kemampuan menyebarkan informasi, dan keterlibatan dalam kegiatan komunitas. Terakhir, sebagai bentuk komitmen dan tanggung jawab setiap pihak yang terpilih akan menandatangani surat perjanjian kerja sama. Dokumen ini dapat dilihat di Lampiran 3 dan 4.

1.7.1.5 Edukasi pada Agenda Kegiatan Organisasi Masyarakat

Berpartisipasi dalam kegiatan komunitas setempat seperti pengurus RT, kelompok pengajian, PKK, Karang Taruna, Kelompok Nelayan Tradisional, dan Dasa Wisma, untuk menjangkau target audiens yang lebih spesifik secara langsung, membuka ruang diskusi kelompok yang interaktif guna meningkatkan pemahaman, membangun kepercayaan, dan mendorong keterlibatan aktif dalam pengelolaan sampah berbasis maggot. Pada setiap rapat bulanan

organisasi masyarakat, Green Voice Indonesia dapat berkolaborasi dengan organisasi tersebut untuk menyampaikan materi edukasi dan mendorong masyarakat agar mulai mengelola sampah organik mereka menggunakan infrastruktur maggot yang disediakan. Kegiatan edukasi ini dapat memberikan pemahaman kepada organisasi masyarakat dari sisi sosial, yaitu kebersihan lingkungan, dan sisi ekonomis, yaitu penghasilan tambahan, sehingga memotivasi mereka untuk giat melakukan pemilahan sampah dan mengelolanya dengan menggunakan maggot. Dikarenakan jadwal rapat bulanan tiap organisasi masyarakat tidak tetap, koordinasi yang lebih intensif dengan perwakilan setiap organisasi diperlukan agar kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik.

Selain organisasi formal masyarakat, edukasi juga dapat dimasukkan pada kegiatan non-formal seperti pengajian. Dalam hal ini, Green Voice Indonesia akan berkolaborasi dengan KOL yaitu tokoh agama untuk memasukkan edukasi mengenai pengelolaan sampah menggunakan maggot ini dalam ceramah yang mereka sampaikan. Edukasi ini akan mengkombinasikan segi sosial, yaitu kebersihan lingkungan, dengan segi religius, yakni bahwa kebersihan adalah sebagian dari iman dan bahwa sesuatu yang berlebihan dan menjadi sia-sia (sisa makanan) merupakan mubazir.

Setiap organisasi masyarakat akan memiliki *key message* yang berbeda untuk disampaikan. Pesan utama perlu disesuaikan dengan berbagai karakteristik pada masing-masing organisasi berhubung setiap organisasi masyarakat memiliki kegiatan serta perilaku terhadap lingkungan yang berbeda-beda. *Key message* pada setiap agenda kegiatan pertemuan adalah sebagai berikut:

Tabel 1. 13 Key Message Agenda Pertemuan Organisasi Masyarakat

Pengurus RT	Pesan Utama: “Kelola Sampah, Jaga Alam Bersama!” Lingkungan tempat tinggal merupakan milik bersama sehingga kebersihannya juga merupakan tanggung jawab seluruh warga. Perangkat RT memiliki peran penting dalam merangkul dan mempersuasi warga untuk mengupayakan hal ini. Salah satu
-------------	---

	langkah konkret yang bisa dilakukan adalah dengan mengelola sampah organik menggunakan maggot. Selain itu, dengan contoh langsung dari pengurus RT, warga akan termotivasi untuk mengikuti langkah yang sama dalam menjaga kebersihan dan kelestarian lingkungan.
Kelompok Pengajian	Pesan Utama: “Ubah Limbah Jadi Berkah!” Dalam ajaran Islam, menjaga kebersihan adalah bagian dari iman. Selain itu, membuang sesuatu yang berlebihan secara sia-sia adalah tindakan mubazir. Salah satu cara untuk melaksanakan amanah ini adalah dengan mengelola sampah organik secara bertanggung jawab. Maggot dapat menjadi solusi yang sederhana untuk mengurangi sampah rumah tangga dan menjaga keberlanjutan lingkungan.
PKK dan Dasa Wisma	Pesan Utama: “Ibu Cerdas, Sampah Tuntas!” Kontribusi dalam pengelolaan sampah organik menggunakan maggot dapat dilakukan dengan dimulai dari memilah sampah organik di rumah. Ini tidak hanya mengurangi sampah, tetapi juga dapat menjadi solusi ramah lingkungan yang mendukung kesejahteraan keluarga dan lingkungan sekitar. Kelompok ibu-ibu sebagai pengelola sampah utama dalam rumah tangga dapat melakukan aksi ini dalam mendukung kebersihan lingkungan.
Karang Taruna	Pesan Utama: “Sampah Diolah, Masa Depan Cerah!” Sebagai generasi muda yang memiliki peran besar dalam membangun lingkungan, hendaknya karang taruna menjadi pelopor dalam pengelolaan sampah organik di komunitas kita. Penggunaan maggot untuk mengelola sampah adalah langkah kecil yang besar manfaatnya bagi lingkungan kita.
Kelompok Nelayan	Pesan Utama: “Bersih dari Darat, Sehat sampai Laut!” Sebagai nelayan yang menggantungkan hidup pada sumber daya alam, menjaga kelestarian lingkungan adalah hal yang sangat penting. Pengelolaan sampah organik dengan maggot dapat mengurangi dampak negatif sampah di laut dan pesisir. Partisipasi dalam pengelolaan sampah berbasis maggot dapat dimulai dari mengajak keluarga memilah sampah hingga turut membantu merawat maggot. Dengan ini, para nelayan turut menjaga ekosistem laut dan memastikan sumber daya alam tetap terjaga untuk generasi mendatang.

1.7.1.6 Edukasi secara *Door-to-door*

Melakukan sosialisasi pengelolaan sampah organik dengan menggunakan maggot melalui pendekatan langsung, membuka ruang diskusi personal untuk memahami kondisi, minat, serta tantangan yang dihadapi masyarakat. Kegiatan ini juga akan mencakup pelaksanaan survei guna mengidentifikasi kebutuhan spesifik warga sekaligus membangun hubungan yang lebih akrab dan memperkuat keterlibatan masyarakat. Nantinya, Green Voice Indonesia beserta WALHI Jawa Tengah tidak hanya melakukan edukasi pada setiap rumah, tapi juga akan turut membantu dan mendorong dalam pembuangan sampah organik pada infrastruktur maggot yang telah disediakan secara langsung. Detail jadwal kunjungan sebagai berikut:

Tabel 1. 14 Jadwal Kunjungan *Door-to-door*

Selasa, 15 April 2025	Blok D (4 Rumah/Kartu Keluarga)
Jumat, 25 April 2025	Blok B (2 Rumah/Kartu Keluarga)
Senin, 28 April 2025	Blok C (2 Rumah/Kartu Keluarga)
Sabtu, 3 Mei 2025	Blok D (3 Rumah/Kartu Keluarga)
Senin, 5 Mei 2025	Blok B (2 Rumah/Kartu Keluarga)
Kamis, 8 Mei 2025	Blok A (2 Rumah/Kartu Keluarga)

Printed materials berupa *leaflet* akan digunakan untuk membantu masyarakat memahami materi secara visual. Materi yang akan disampaikan sebagai berikut:

Tabel 1. 15 Materi Edukasi Kunjungan *Door-to-door*

Pengenalan Maggot	Menjelaskan bagaimana maggot mengolah sampah organik dan dampaknya terhadap lingkungan.
Penggunaan Infrastruktur	Menunjukkan jenis sampah yang bisa dan tidak bisa diberikan ke maggot dan cara membuang sampah organik dengan benar.

Praktik Pembuangan Sampah	Mengajak warga untuk langsung membuang sampah organik ke maggot dan melihat bagaimana pengelolaan yang terjadi.
Diskusi dan Tanya Jawab	Berdiskusi dan menjawab pertanyaan seputar pengelolaan sampah organik dan penggunaan infrastruktur.
Penutupan dan Ajakan	Memberikan selebaran dan mengajak warga ikut serta.

1.7.1.7 Edukasi dengan Printed Materials

Kegiatan kampanye ini akan membutuhkan *printed materials* dalam bentuk brosur, selebaran, poster, serta modul pembelajaran guna meningkatkan pemahaman serta keterlibatan masyarakat. Dengan penyampaian informasi yang ringkas, menarik, dan dapat dilihat oleh masyarakat Kampung Nelayan Tambakrejo, taktik ini dapat membantu dalam menyampaikan pesan kampanye secara efektif dan mendorong aksi nyata dalam pengelolaan sampah organik.

1.7.1.8 Monitoring Pengelolaan Sampah dan Infrastruktur Maggot

Pemantauan akan dilakukan setiap hari dengan bekerja sama dengan *Local Heroes*, yang akan memberikan informasi langsung melalui grup WhatsApp mengenai pelaksanaan pengelolaan sampah secara rutin oleh masing-masing rumah tangga. Selain itu, tim Green Voice Indonesia dan WALHI Jawa Tengah juga akan terlibat dalam pemantauan kegiatan kampanye secara berkala setiap dua kali dalam satu minggu.

1.7.2 Taktik Komunikasi Daring

1.7.2.1 Pembuatan Broadcast Konten

Selain menggunakan pendekatan komunikasi secara luring, pendekatan komunikasi daring juga sangat penting untuk mengoptimalkan kampanye. Tim Green Voice Indonesia akan membuat konten daring yang akan dibagikan kepada *Local Heroes* dan *Key Opinion Leader* untuk kemudian diteruskan melalui grup WhatsApp ke seluruh warga Kampung Nelayan Tambakrejo. Langkah ini dilakukan

untuk memperluas jangkauan informasi kepada masyarakat terkait pengelolaan sampah organik menggunakan maggot

1.8 Action Plan

Rencana aksi mencakup pembagian tanggung jawab antar anggota kelompok, jadwal atau *timeline* kegiatan (mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi), serta sumber daya yang diperlukan. Dalam berjalannya kegiatan, anggota Green Voice Indonesia membagi tugas dengan detail sebagai berikut:

Tabel 1. 16 Pembagian Tugas Anggota Green Voice Indonesia

Nama	Peran	Deskripsi Pekerjaan
Paksi Lalang Sambegana	Partnership Account Executive	1. Bertanggung jawab untuk mengelola hubungan dengan WALHI Jawa Tengah. 2. Menjalin dan mengelola kemitraan dengan <i>Stakeholder</i>, CSR, dan instansi terkait. 3. Mengelola perjanjian proposal pendanaan dan proyek bersama dengan pihak eksternal.
Kezia Natasha Estherlita	Marketing Communication Manager	1. Membuat rancangan strategi komunikasi dan taktik untuk keseluruhan kampanye. 2. Mengadakan seluruh kegiatan luring, baik kegiatan <i>workshop</i>, diskusi dengan organisasi masyarakat, edukasi secara <i>Door-to-door</i>, dan lainnya. 3. Membuat <i>key message development</i> untuk kegiatan daring agar informasi yang disampaikan dapat dikembangkan oleh <i>copywriter</i>.
Gisella Previaan Laoh	Creative and Copywriter Manager	1. Mengembangkan konten edukatif dan kampanye seperti video <i>tutorial</i>, infografis, leaflet/poster, dan materi promosi. 2. Menulis dan menyusun narasi persuasif yang informatif dan inspiratif untuk menggerakkan aksi. 3. Memastikan konsistensi <i>visual brand</i> dalam semua aset komunikasi yang sesuai dengan tujuan kampanye.
Maria Clara Dewi Arumdapta	<i>Community Manager</i>	1. Membangun dan mengelola hubungan dengan komunitas sasaran melalui komunikasi yang efektif. 2. Merekrut dan membina <i>Local Heroes</i> serta <i>Key Opinion Leaders</i> untuk mendukung kampanye. 3. Memonitor respons komunitas dan menyusun strategi komunikasi untuk meningkatkan partisipasi masyarakat.

Selain itu, terdapat juga *timeline* kegiatan secara menyeluruh yang akan dilakukan oleh Green Voice Indonesia dalam melaksanakan optimalisasi kampanye

ini. Secara garis besar, dibutuhkan waktu dari bulan Februari hingga bulan Mei untuk melakukan rangkaian kegiatan karya bidang ini dengan detail sebagai berikut:

Tabel 1. 17 *Timeline Kegiatan Green Voice Indonesia*

Deskripsi Kegiatan	Februari				Maret				April				Mei			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Proposal Kegiatan Kampanye																
Diskusi dengan Pihak WALHI																
Analisis Target Audiens																
Perencanaan Peletakan Infrastruktur																
Perencanaan Kampanye Luring																
Perencanaan Kampanye Daring																
Penyusunan Anggaran Kegiatan																
Finalisasi Konsep Kegiatan																
Peletakan Infrastruktur Baru																
Pembuatan Konten Kampanye																
<i>Workshop</i> dan Training																
Pemilihan KOL dan <i>Local Heroes</i>																
Edukasi <i>Door-to-door</i>																
Monitoring Kampanye																
Evaluasi Akhir Kampanye																

Untuk melaksanakan seluruh rangkaian optimalisasi kampanye, dibutuhkan anggaran sebesar Rp 5.547.300 yang akan didapatkan melalui klien, yakni WALHI Indonesia, serta kerja sama dalam bentuk *sponsorship* dengan beberapa *Stakeholder* lainnya. Anggaran biaya yang dibutuhkan dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 1. 18 Rencana Anggaran Kegiatan

Anggaran Kegiatan			
Deskripsi	Harga	Kuantitas	Total
Infrastruktur Maggot (Unit)	Rp 700.000	2	Rp 1.400.000
Infrastruktur Maggot (Box)	Rp 350.000	2	Rp 700.000
Insentif Pengelola Infrastruktur Maggot (<i>Local Hero</i>)	Rp 300.000	2	Rp 600.000
Banner Kampanye	Rp 50.000	1	Rp 50.000
Leaflet Pembelajaran Kegiatan <i>Door-to-door</i>	Rp 2.325	40	Rp 93.000
Konsumsi Kegiatan Agenda Organisasi Masyarakat	Rp 35.000	3	Rp 105.000
Poster Edukasi	Rp 1.500	20	Rp 30.000
Modul Edukasi <i>Workshop</i>	Rp 28.000	30	Rp 840.000
Pembicara <i>Workshop</i>	Rp 200.000	2	Rp 400.000
Konsumsi <i>Workshop</i>	Rp 15.000	50	Rp 750.000
Hadiah Kuis <i>Workshop</i>	Rp 25.000	3	Rp 75.000
Dana Darurat (10%)			Rp 504.300
Total			Rp 5.547.300

1.9 Kontrol dan Evaluasi

Untuk menjamin efektivitas kampanye pengelolaan sampah organik berbasis maggot yang diinisiasi oleh Green Voice Indonesia bersama WALHI Jawa Tengah, dibutuhkan sistem pemantauan dan evaluasi yang tersusun secara sistematis. Proses evaluasi ini berfokus pada peningkatan partisipasi masyarakat dalam pengelolaan sampah organik melalui pendekatan komunikasi yang mendorong keterlibatan aktif. Keberhasilan program diukur melalui beberapa indikator, antara lain jumlah masyarakat yang terpapar pesan kampanye, jumlah infrastruktur maggot, serta jumlah kepala keluarga yang turut serta dalam kegiatan pengelolaan sampah.

Selain itu, evaluasi juga mencakup pencapaian *key performance indicator* (KPI) dari setiap anggota tim. Proses evaluasi dilakukan dengan memanfaatkan metode seperti survei, dokumentasi kegiatan, dan analisis *feedback* dari komunitas dan peserta. Dengan adanya sistem kontrol dan evaluasi yang terstruktur, diharapkan kampanye ini dapat terus berkembang, memberikan dampak positif

jangka panjang bagi lingkungan dan masyarakat, serta menjadi model praktik berkelanjutan dalam pengelolaan sampah berbasis maggot. Tabel di bawah ini akan menyajikan rincian matriks kontrol dan evaluasi, baik secara keseluruhan maupun untuk setiap anggota Green Voice Indonesia.

Tabel 1. 19 Monitoring Suplai Sampah Organik pada Infrastruktur Maggot

Waktu	Suplier	Suplai Sampah Organik	
Minggu 1	2 KK	7 kg Sampah Organik	Unit 1
Minggu 2	4 KK	14 kg Sampah Organik	Unit 1
Minggu 3	7 KK	24,5 kg Sampah Organik	Unit 1
Minggu 4	10 KK	35 kg Sampah Organik	Unit 2
Minggu 5	13 KK	45,5 kg Sampah Organik	Unit 2
Minggu 6	16 KK	56 kg Sampah Organik	Unit 2

*Catatan: Sampah organik rata-rata tiap keluarga per hari 0,5 kg dan kapasitas 1 infrastruktur menampung 50-60 kg.

Tabel 1. 20 Matriks Kontrol & Evaluasi Tim

Aspek Evaluasi	Indikator Keberhasilan	Target
Peningkatan keterlibatan masyarakat dalam pengelolaan sampah organik melalui strategi komunikasi partisipatif	Penempatan Infrastruktur Maggot	2 Unit
	Audiens Terpapar Kampanye	50 Rumah
	Jumlah Suplier Sampah Organik	16 Rumah
	KOL & <i>Local Heroes</i> Kampanye	4 Orang Warga

Tabel 1. 21 Matriks Kontrol Anggota

Nama & NIM	Peran	Tanggung Jawab	Jam
Paksi Lalang Sambegana 14040121130121	Partnership Account Executive	Mengenali kebutuhan dan harapan klien terhadap pelaksanaan kegiatan	6
		Mengidentifikasi kebutuhan dan harapan klien terhadap pelaksanaan kegiatan	12
		Menyusun dan menegosiasikan perjanjian kerja sama, memastikan kesesuaian antara nilai organisasi dengan tujuan kegiatan	15
		Menyusun proposal kerja sama dan pendanaan yang disesuaikan untuk masing-masing <i>stakeholder</i> potensial	10
		Mengelola hubungan dengan <i>stakeholder</i> , dari tahap pendekatan awal hingga pelaksanaan kerja sama, serta menjaga komunikasi berkelanjutan	16
		Merencanakan dan menjamin ketersediaan infrastruktur kegiatan yang diperlukan, termasuk lokasi, peralatan, dan logistik pendukung	12
		Membuat anggaran kegiatan secara menyeluruh dan mendistribusikan sumber daya keuangan dengan efisien agar kebutuhan kegiatan terpenuhi.	8
		Memastikan keberlangsungan pendanaan dengan memantau pendapatan dan pengeluaran sepanjang proses kegiatan dan kampanye	8
		Melakukan analisis dan evaluasi pasca-kegiatan, termasuk dampak kerja sama dengan <i>stakeholder</i> dan efektivitas penggunaan infrastruktur.	16
		Memberikan laporan lengkap mengenai kerja sama, hasil kegiatan, dan pemanfaatan anggaran kepada WALHI	17

		Jawa Tengah sebagai dasar evaluasi dan pengembangan kerja sama di masa mendatang.	
Total			120
Kezia Natasha Estherlita 14040121130074	Marketing Communication	Menyusun dan mengelola campaign calendar yang terintegrasi antara kampanye online dan offline.	8
		Merancang dan menjalankan lima agenda kegiatan secara luring, yakni <i>workshop</i> , <i>Door-to-door</i> , pertemuan kelompok PKK, pertemuan Karang Taruna, serta pertemuan pengurus Koperasi.	20
		Menyusun dan mengembangkan <i>key message</i> untuk kampanye daring, khususnya konten WhatsApp.	12
		Mengelola seluruh saluran komunikasi pemasaran, memastikan materi promosi online dan offline sejalan dengan tujuan kampanye.	6
		Berkoordinasi dengan tim internal kampanye dan mitra eksternal untuk memastikan semua agenda offline berjalan lancar dan efektif.	6
		Melakukan riset audiens untuk memahami preferensi dan mengintegrasikannya ke dalam strategi kampanye yang disusun.	10
		Membuat rancangan konten mingguan dan bulanan yang mencakup pesan kunci, jadwal distribusi, serta media yang digunakan.	15
		Memantau dan mengevaluasi proses kampanye daring dan luring untuk memastikan pesan tersampaikan dan berdampak positif.	15

		Memimpin <i>brainstorming</i> internal untuk mengembangkan konsep kampanye yang relevan, sekaligus memastikan implementasinya sesuai rencana.	14
		Mengkoordinir produksi materi kampanye, mulai dari desain, copywriting, hingga distribusi konten untuk saluran online dan offline.	14
Total			120
Gisella Previaan Laoh 14040121130091	Creative & Copywriter	Mengembangkan dan menyusun <i>campaign style guideline</i> yang mencakup identitas visual, palet warna, tipografi, dan elemen grafis utama untuk memastikan keseragaman kampanye.	8
		Mendesain dan menulis <i>copywriting</i> konten luring, seperti poster, <i>leaflet</i> , spanduk, modul pembelajaran, dan materi promosi lainnya agar pesan tersampaikan secara visual.	16
		Membuat desain serta <i>copywriting</i> untuk konten daring, seperti <i>e-flyer</i> , infografis, dan video.	20
		Memproduksi konten video dari tahap pengambilan gambar hingga pengeditan.	22
		Bekerjasama dengan <i>Marketing Communication</i> untuk memastikan desain dan pesan kampanye sesuai dengan strategi komunikasi yang telah ditetapkan.	6
		Menyesuaikan <i>copywriting</i> dengan <i>key message</i> yang telah disusun, dan mengembangkannya untuk konten yang dihasilkan.	6
		Menyusun alur revisi konten secara terstruktur, memastikan desain dan	4

		<i>copywriting</i> akhir sesuai standar <i>campaign style guideline</i> .	
		Mengoptimalkan penggunaan visual dan teks dalam setiap materi komunikasi untuk meningkatkan daya tarik dan efektivitas penyampaian pesan.	8
		Mengelola dokumen desain, font, dan materi pendukung lainnya untuk menjaga konsistensi dan kemudahan akses bagi anggota Green Voice Indonesia.	10
		Memberikan ide-ide kreatif untuk kampanye pemasaran atau aktivitas promosi yang mendukung pencapaian target kampanye.	20
Total			120
Maria Clara Dewi A. 140401230101	<i>Community Manager</i>	Membuat dan mengelola grup WhatsApp khusus bersama pengelola maggot, untuk memfasilitasi diskusi dan koordinasi antar anggota.	10
		Memastikan grup WhatsApp aktif dengan melakukan diskusi rutin dan merespon pertanyaan anggota.	10
		Mencari dan menjalin kerja sama dengan 2 <i>Key Opinion Leaders</i> (KOL) untuk membantu menyebarkan konten terkait maggot secara lebih luas.	10
		Mengidentifikasi dan merekrut <i>Local Heroes</i> yang berpotensi menjadi penggerak komunitas dan bertanggung jawab dalam pengelolaan infrastruktur budidaya maggot.	12
		Memastikan <i>Local Heroes</i> memiliki peran yang jelas dan memberikan kontribusi positif terhadap pengelolaan maggot di komunitas.	16

		Mengolah data dan memastikan setidaknya 50 audiens terpapar kampanye pengelolaan maggot melalui berbagai kanal komunikasi.	20
		Memantau interaksi dan respon audiens di grup WhatsApp, dan kegiatan luring untuk memastikan pesan kampanye tersampaikan dengan baik.	12
		Mengupayakan partisipasi aktif masyarakat dalam program kampanye, serta memotivasi mereka untuk berkontribusi.	16
		Mengurus administrasi, perizinan, serta legalitas seluruh rangkaian kampanye kepada tokoh masyarakat terkait (perangkat RT dan RW).	10
		Menanggapi kritik dan saran dari masyarakat mengenai kegiatan kampanye, serta menindaklanjuti masukan tersebut untuk meningkatkan efektivitas program.	4
Total			120

Tabel 1.22 Matriks Evaluasi Anggota

Nama dan Peran	Indikator Keberhasilan	Target
Paksi Lalang Sambegana Partnership Account Executive	Menjalin Kemitraan dengan <i>Stakeholder</i>	2 Institusi
	Infrastruktur Maggot	2 Infrastruktur Maggot
	Pendanaan Kegiatan	Rp 5.547.300
Kezia Natasha Estherlita Marketing Communication	Pembuatan <i>Campaign Calendar</i>	<i>Timeline</i> Kampanye
	Agenda Kampanye Luring	5 Agenda Kegiatan Luring
	<i>Key Message</i> Kampanye Daring	15 Konten
Gisella Previan Laoh Creative & Copywriter	Pembuatan <i>Visual Brand Guideline</i>	1 Campaign Style <i>Guideline</i>
	Jumlah Konten Luring Terproduksi	5 Konten (Banner, Modul, <i>Leaflet</i> , Poster)
	Jumlah Konten Daring Terproduksi	15 Konten <i>Broadcast</i>
Maria Clara Dewi Arumdapta <i>Community Manager</i>	Pembuatan Grup WhatsApp	1 Grup WhatsApp
	Audiens Kampanye	50 Partisipan
	Jumlah KOL & <i>Local Heroes</i>	2 KOL & 2 <i>Local Heroes</i>