

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Masalah sampah merupakan persoalan yang kompleks dan dihadapi oleh berbagai komunitas di Indonesia. Jenis sampah yang paling banyak dihasilkan setiap harinya berasal dari rumah tangga, terdiri atas sampah organik maupun anorganik (Yuwana & Adlan, 2021). Sampah organik rumah tangga meliputi sisa makanan serta limbah dari kebun atau halaman, sedangkan sampah anorganik mencakup benda-benda seperti botol plastik, kantong kresek, kemasan plastik, kaleng, styrofoam, dan material lain yang sulit terurai (Humairo et al., 2022). Berdasarkan data dari Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK), jumlah sampah yang dihasilkan Indonesia pada tahun 2020 mencapai sekitar 67,8 juta ton, dan diperkirakan akan meningkat menjadi 71,3 juta ton pada tahun 2025 (Widowati, 2023). Menurut Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional (SIPSN) KLHK tahun 2024, Jawa Tengah merupakan provinsi penyumbang sampah terbesar keempat di Indonesia, dengan total mencapai 2,5 juta ton. Jenis sampah terbanyak adalah sisa makanan, yaitu sebesar 43,16 persen, sedangkan jika dilihat dari asalnya, sebagian besar sampah, yakni 59,02 persen, berasal dari rumah tangga.

Gambar 1.1 Data Timbunan Sampah Indonesia Tahun 2024



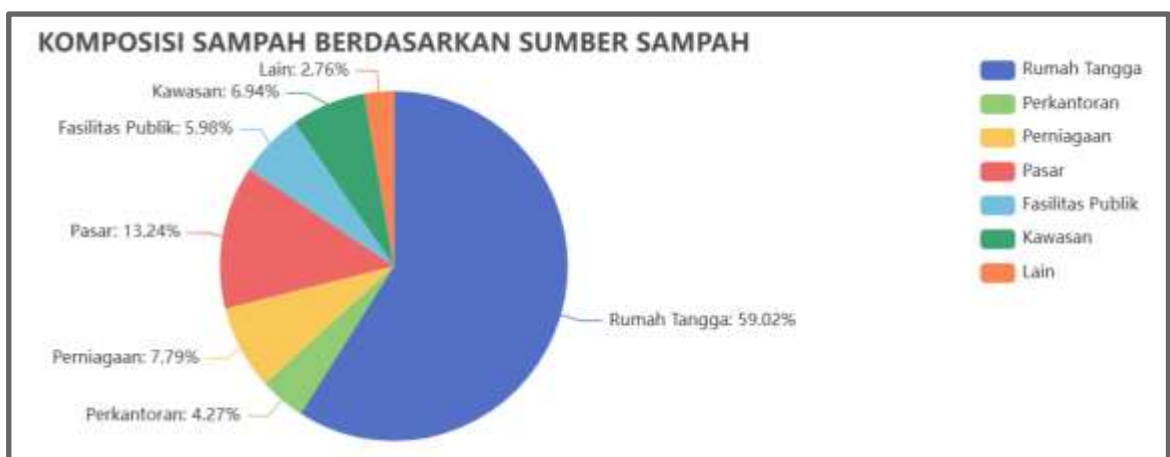
Sumber: SIPSN KLHK

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 yang terdapat di wilayah pesisir, yang merupakan hasil dari aktivitas manusia termasuk limbah organik, menjadi bagian dari persoalan lingkungan yang kompleks dan kerap terabaikan, meskipun jumlahnya terus meningkat (Kurniawan et al., 2022). Sampah pesisir ini umumnya berasal dari pemukiman di sekitar pantai, aktivitas pelayaran, limbah industri, hingga sampah yang terbawa melalui udara. Jenisnya pun bervariasi, mulai dari limbah plastik hingga sisa makanan dan limbah lainnya (Tangio et al., 2023).

Volume sampah di wilayah pesisir dan laut meningkat karena perilaku masyarakat pesisir yang masih membuang sampah langsung ke laut atau pantai, serta kebiasaan masyarakat di daerah non-pesisir yang membuang sampah ke sungai, yang kemudian terbawa hingga ke laut. Persepsi bahwa laut dan sungai adalah tempat pembuangan akhir, serta anggapan bahwa membuang sampah di sana tidak menimbulkan dampak besar terhadap lingkungan, menjadi faktor penyebab utamanya (Tuhumury & Kaliky, 2019).

Padahal, sampah laut (*marine debris*) berdampak negatif terhadap rantai makanan, produktivitas perikanan, serta kestabilan ekosistem pesisir (Patuwo et al., 2020). Dalam jangka panjang, limbah ini dapat merusak habitat laut, membahayakan kesehatan masyarakat di sekitar pesisir, dan menyebabkan kerugian sosial ekonomi yang signifikan (Kurniawan et al., 2022). Pengelolaan sampah yang tidak memadai di wilayah pesisir menjadi isu lingkungan yang mendesak (Verzosa et al., 2024), sehingga diperlukan sistem pengelolaan sampah yang efisien guna mendukung keberlanjutan ekosistem.

Masalah pengelolaan sampah juga menjadi tantangan serius di Kampung Nelayan Tambakrejo, wilayah pesisir yang terletak di wilayah utara Kota Semarang dan menjadi wilayah dampingan WALHI Jawa Tengah. Pada tahun 2018, warga kampung ini mengalami relokasi dari kawasan Banjir Kanal Timur (BKT) di Kelurahan Tambakrejo ke lokasi hunian sementara berupa rumah deret di RT 06 RW 16, Kelurahan Tanjung Mas (Mustofa et al., 2021). Perpindahan ini tidak hanya membawa perubahan secara fisik dan sosial, tetapi juga berdampak pada sistem pengelolaan sampah setempat. Lingkungan baru yang belum memiliki infrastruktur memadai untuk pengelolaan limbah menyebabkan munculnya tumpukan sampah, yang berpotensi mencemari kawasan pesisir dan memperburuk kondisi sanitasi warga.

Di samping permasalahan lingkungan, proses relokasi ini juga menimbulkan isu terkait kepemilikan lahan. Hingga kini, masyarakat belum memperoleh sertifikat legal atas tanah maupun bangunan tempat tinggal mereka, sehingga status hukum tempat tinggal mereka masih belum pasti (Latifah & Maulana, 2024). Situasi ini menciptakan tekanan sosial dan psikologis di tengah

warga, serta menghambat upaya jangka panjang dalam membangun sistem pengelolaan sampah yang terstruktur dan berkelanjutan.

Ketidakpastian hukum atas tempat tinggal membuat warga ragu. Tanpa dasar hukum yang kuat, berbagai inisiatif masyarakat untuk menciptakan lingkungan yang lebih bersih dan sehat menjadi terbatas. Akibatnya, relokasi yang diharapkan dapat memberikan kehidupan yang lebih baik justru menimbulkan tantangan baru, baik dalam aspek sosial, lingkungan, maupun tata kelola kawasan.

Watt (2022) menyatakan bahwa proses relokasi dapat menyebabkan hilangnya rasa memiliki dari sebuah komunitas terhadap lingkungan tempat tinggal barunya. Ketika rasa kepemilikan ini menurun, kepedulian terhadap pengelolaan lingkungan, termasuk sampah, juga ikut berkurang (Amalia et al., 2020). Situasi ini dapat diamati di Kampung Nelayan Tambakrejo, di mana masyarakat mengalami kesulitan untuk merasa terikat dengan lingkungan hunian sementara. Akibatnya, partisipasi warga dalam menjaga kebersihan lingkungan, khususnya dalam hal pengelolaan sampah, menjadi sangat rendah (I. Alghofani, komunikasi pribadi, 10 Februari 2025a).

Di sisi lain, aktivitas harian dan pekerjaan masyarakat pesisir di Kampung Nelayan Tambakrejo menyebabkan timbunan sampah yang cukup besar setiap harinya. Tanpa adanya sistem pengelolaan sampah yang baik, kondisi ini dapat memperburuk masalah lingkungan di wilayah tersebut. Oleh karena itu, RT 06 RW 16 menjadi area yang sangat membutuhkan sistem pengelolaan sampah yang inovatif dan efisien. Pengelolaan sampah yang buruk tidak hanya menimbulkan pencemaran lokal, tetapi juga berkontribusi terhadap emisi gas rumah kaca seperti metana dan karbon dioksida, yang mempercepat perubahan iklim (Aminah & Muliawati, 2021). Dengan demikian, penting bagi Kampung Nelayan Tambakrejo untuk mengembangkan solusi pengelolaan sampah yang mampu menjawab tantangan lingkungan sekaligus mendorong partisipasi masyarakat setempat.

Gambar 1.4 Sampah Organik dan Anorganik yang Tidak Terpilah dengan Baik



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

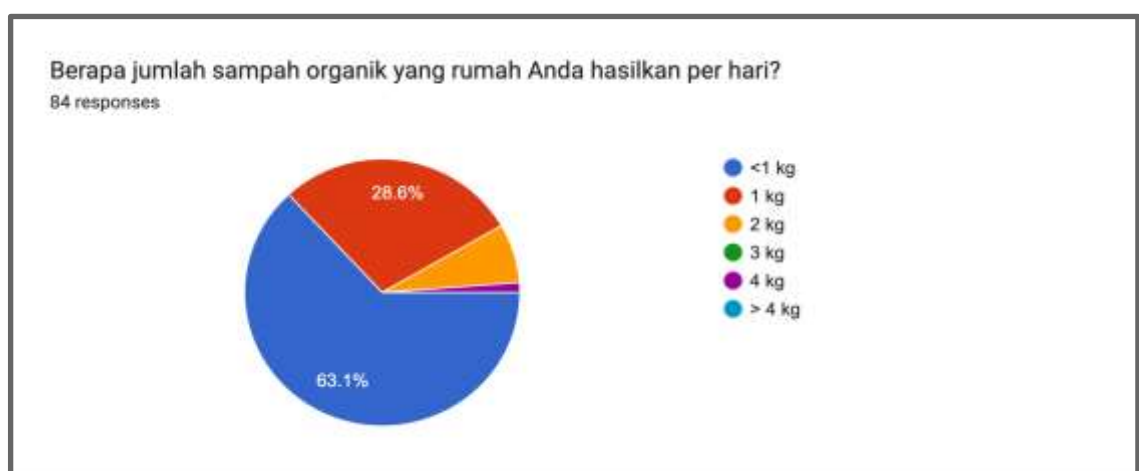
Hasil survei terhadap 84 warga Kampung Nelayan Tambakrejo menunjukkan bahwa mereka belum melakukan pemisahan atau pengelolaan sampah secara mandiri. Sampah rumah tangga masih dibuang secara bercampur ke dalam tempat sampah, kemudian dikumpulkan oleh petugas kebersihan setiap dua hari untuk dibawa ke lahan kosong di sekitar RT 06 yang difungsikan sebagai Tempat Pembuangan Sementara (TPS). Kondisi ini menyebabkan penumpukan sampah yang terus meningkat di TPS tersebut (Soniya & Suntiah, 2024). Sebagian warga juga masih membuang sampah langsung ke sungai, yang berdampak pada pencemaran lingkungan perairan di sekitar kampung.

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

Hasil survei terhadap sejumlah warga Kampung Nelayan Tambakrejo menunjukkan bahwa setiap harinya satu keluarga menghasilkan 1-3 kilogram sampah atau setara dengan 1-3 kantong plastik kresek, bahkan ada pula yang lebih. Dari keseluruhan sampah yang dihasilkan, sekitar setengahnya merupakan sampah organik. Namun, ada pula yang jumlah sampah organik per harinya mencapai 2-4 kilogram. Sampah yang paling banyak dihasilkan berjenis sisa makanan dengan persentase sebesar 56 persen. Angka ini diikuti oleh jenis sampah kemasan makanan sebesar 22,6 persen, kemudian kantong plastik sebesar 6 persen. Sisanya berjenis kotoran ternak dan daun kering sebesar 4,8 persen. Jika dikalkulasikan, dalam sebulan, jumlah sampah yang dihasilkan tiap keluarga bisa mencapai 30-90 kilogram, dengan jumlah sampah organik sebanyak 15-45 kilogram. Kampung Nelayan Tambakrejo memiliki 106 Kartu Keluarga sehingga dapat diasumsikan bahwa jumlah sampah yang dihasilkan kampung ini dalam sebulan bisa mencapai kurang lebih 3 ton dengan sampah organik berjumlah kurang lebih 1,5 ton.

Volume sampah yang tinggi tidak hanya menimbulkan persoalan kebersihan, tetapi juga berdampak serius terhadap kesehatan dan lingkungan. Di Kampung Nelayan Tambakrejo, penumpukan sampah yang tidak dikelola dengan baik memicu bau menyengat dan membahayakan kesehatan warga sekitar. Beberapa penyakit yang sering muncul akibat kondisi ini antara lain iritasi kulit, diare, dan Infeksi Saluran Pernapasan Akut (ISPA). Selain itu, saat terjadi pasang air laut atau rob, sampah-sampah tersebut terbawa air dan menyumbat saluran drainase (Soniya & Suntiah, 2024). Terlebih, pencampuran antara sampah organik

dan anorganik yang akhirnya dibuang ke Tempat Pembuangan Akhir (TPA) dapat mempersulit proses pemilahan dan daur ulang. Kondisi ini juga meningkatkan risiko lingkungan, terutama jika sampah organik yang membusuk menghasilkan gas metana. Dalam situasi tertentu, gas ini bisa meledak apabila terkena percikan api atau sambaran petir (Khansa et al., 2024).

Melihat situasi yang terjadi, Wahana Lingkungan Hidup Indonesia (WALHI) Jawa Tengah sebagai organisasi nirlaba yang fokus pada isu-isu lingkungan di wilayah tersebut, turut ambil bagian dalam upaya mengatasi krisis ekologis di Kampung Tambakrejo, termasuk dalam hal pengelolaan sampah. Selama beberapa tahun terakhir, WALHI Jawa Tengah telah menjalankan berbagai kegiatan riset untuk mengidentifikasi permasalahan lingkungan di wilayah tersebut. Mereka juga menjalin komunikasi dan membangun hubungan dengan warga setempat, khususnya kalangan pemuda, guna menumbuhkan kesadaran akan pentingnya pengelolaan sampah yang berkelanjutan di wilayah pesisir.

Sebagai bagian dari langkah konkret, WALHI Jawa Tengah telah menginisiasi berbagai kegiatan edukatif dan partisipatif, seperti sosialisasi mengenai dampak negatif dari pembakaran sampah terhadap lingkungan dan kesehatan. Selain itu, mereka juga mengadakan lokakarya kreatif seperti pelatihan membuat asbak dari limbah cangkang kerang, yang bertujuan untuk mendorong pemanfaatan ulang sampah organik dan anorganik (I. Alghofani, komunikasi pribadi, 10 Februari 2025b). Upaya-upaya ini mencerminkan komitmen WALHI Jawa Tengah dalam menciptakan perubahan nyata melalui pendekatan berbasis komunitas.

Upaya kampanye lingkungan yang telah dilakukan oleh WALHI Jawa Tengah dalam rangka membentuk masyarakat yang peduli dan aktif dalam pengelolaan sampah masih belum menunjukkan hasil yang maksimal. Keberadaan fasilitas pendukung seperti tempat sampah terpisah untuk sampah organik dan anorganik belum berhasil mendorong kebiasaan memilah sampah di kalangan warga (Marzuki, komunikasi pribadi, 23 Maret 2025). Salah satu program yang sempat dijalankan, yakni pembuatan asbak dari cangkang kerang oleh masyarakat Tambakrejo, kini telah terhenti karena keterbatasan akses pasar untuk menjual

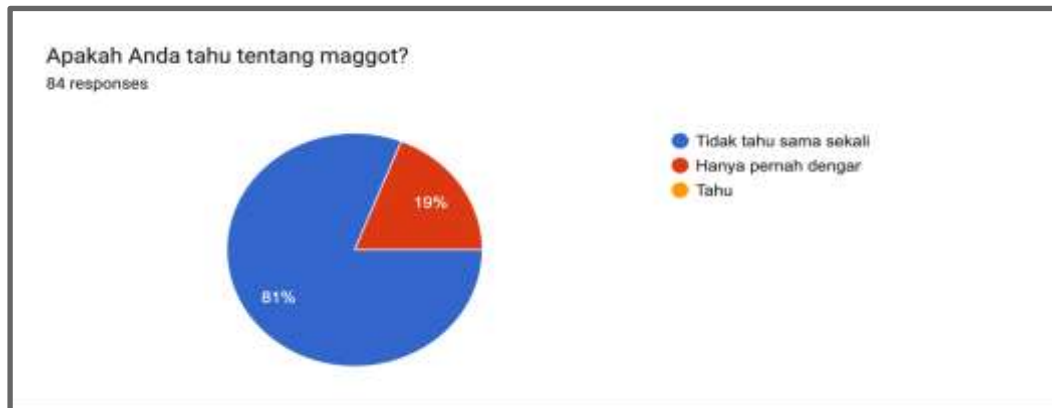
produk yang dihasilkan. Secara umum, berbagai inisiatif pengelolaan sampah yang pernah diterapkan belum mampu berjalan secara efektif dan berkesinambungan.

Melihat rendahnya efektivitas pengelolaan sampah di Tambakrejo, Green Voice Indonesia bersama WALHI Jawa Tengah tergerak untuk mengembangkan sistem pengelolaan sampah organik berbasis maggot. Sistem ini dipilih karena potensinya dalam mengolah limbah organik rumah tangga secara efisien dan ramah lingkungan. Ide ini terinspirasi dari praktik salah satu warga di RT lain pada Kelurahan Tanjung Mas, bernama Pak Joko, yang telah berhasil mengembangkan budidaya maggot dalam skala besar. Tak hanya berhasil mengelola sampah organik, Pak Joko juga memperoleh manfaat ekonomi dari sistem tersebut, menjadikannya contoh nyata bahwa pengelolaan sampah dapat berjalan secara berkelanjutan sekaligus menguntungkan.

Maggot memiliki kemampuan untuk mengurai sampah organik melalui proses konsumsi secara langsung. Proses ini berlangsung dengan cepat, tidak menimbulkan bau menyengat, dan menghasilkan kompos organik sebagai produk sampingannya (Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Probolinggo, 2021). Dalam waktu 24 jam, maggot dapat mengonsumsi sampah organik sebanyak 2 hingga 5 kali dari berat tubuhnya. Selama sekitar 25 hari, larva ini terus memakan limbah hingga mencapai tahap siap panen. Maggot, terutama yang telah mencapai fase prepupa atau berupa bangkai lalat *black soldier fly* (BSF), sangat kaya protein dan dapat dimanfaatkan sebagai pakan untuk ikan, unggas, dan ternak lainnya. Selain itu, sisa kotoran dari maggot juga bermanfaat sebagai pupuk alami.

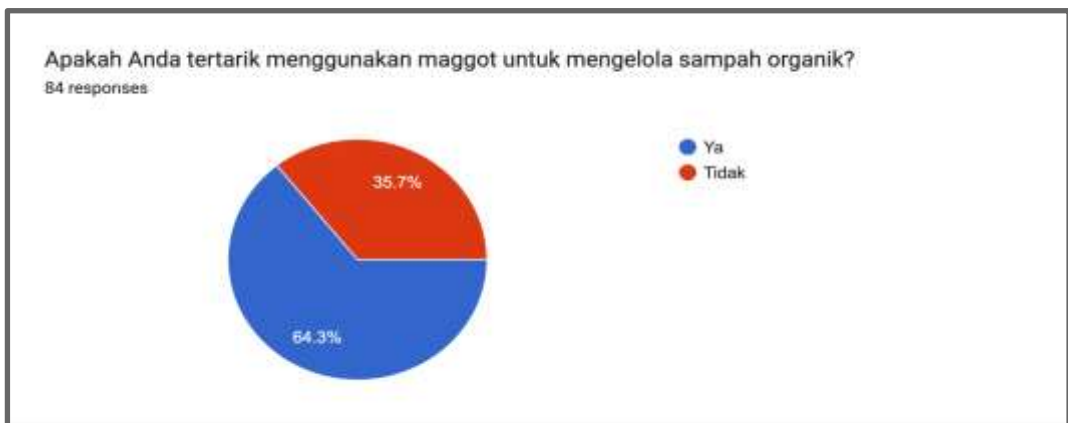
Proses daur ulang sampah organik dengan maggot tergolong aman bagi kesehatan manusia karena *black soldier fly* (BSF) bukanlah jenis lalat pembawa penyakit. Budidaya maggot pun dapat dilakukan baik di tingkat rumah tangga maupun secara massal dalam skala industri (Dinas Lingkungan Hidup Kota Semarang, 2023). Selain sebagai solusi ramah lingkungan dalam mengurangi volume sampah organik, budidaya maggot juga memiliki nilai ekonomi tinggi, sehingga membuka peluang usaha yang menjanjikan (Pratama & Prodjo, 2023).

Gambar 1.10 Pengetahuan Warga terhadap Maggot

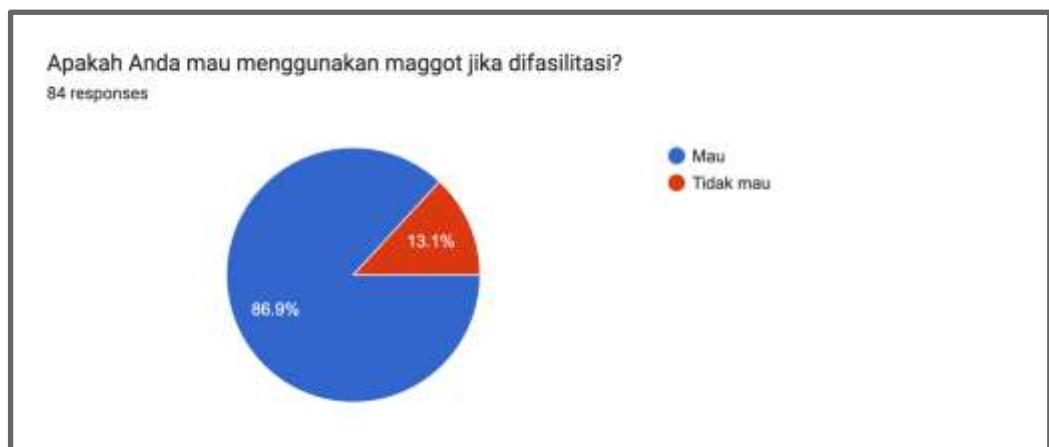


Sumber: Data Hasil Survei

Gambar 1.11 Minat untuk Menggunakan Maggot untuk Mengelola Sampah Organik



Gambar 1.12 Ketersediaan untuk Menggunakan Maggot Jika Difasilitasi



Sumber: Data Hasil Survei

Survei menunjukkan bahwa 81 persen dari responden tidak pernah tahu tentang maggot sama sekali, sementara lainnya hanya pernah mendengar soal maggot namun belum mengetahui dengan jelas apa itu maggot dan bagaimana maggot mengurai sampah organik. Meski demikian, sebagian besar dari mereka tertarik untuk menggunakan maggot dalam mengelola sampah organik hasil rumah tangga mereka. Dalam hal ini, mereka bersedia memilah sampah organik dan anorganik sebagai langkah awal pengelolaan sampah ini. Bahkan ada pula dari mereka yang telah tertarik untuk turut membantu mengurus maggot ini. Mereka yang tidak tertarik menggunakan maggot beralasan bahwa mereka tidak memiliki waktu untuk memilah sampah organik dan anorganik akibat kesibukan mereka bekerja. Kesediaan dan minat mereka semakin tinggi untuk memanfaatkan maggot sebagai agen pengurai sampah organik apabila ada fasilitas yang disediakan untuk melakukan hal ini. Fasilitas yang dimaksud adalah adanya infrastruktur dan pengelola maggot ini.

Gambar 1.13 Harapan Keuntungan Penggunaan Maggot dalam Pengelolaan Sampah Organik



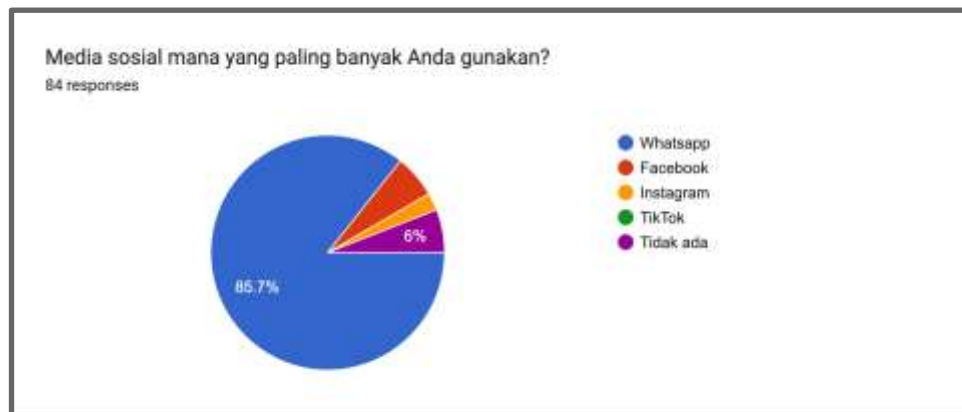
Sumber: Data Hasil Survei

Penerapan sistem ini berpotensi memberikan berbagai manfaat positif, terutama dalam mengurai sampah organik seperti sisa makanan dan dedaunan, sehingga tidak tercampur dengan sampah anorganik dan dapat mencegah terjadinya pencemaran lingkungan akibat limbah organik. Selain manfaat ekologis, sistem ini juga berkontribusi dalam membentuk kesadaran dan perilaku masyarakat untuk

lebih peduli terhadap lingkungan melalui pengelolaan sampah yang lebih terstruktur dan berkelanjutan.

Selain itu, sistem ini juga membawa dampak ekonomi bagi warga Tambakrejo, seperti penghematan biaya pakan ternak dan pupuk tanaman, serta potensi penghasilan tambahan dari penjualan maggot yang kaya akan protein. Keuntungan-keuntungan ini sejalan dengan harapan sebagian besar warga yang menginginkan sistem pengelolaan sampah tidak hanya berdampak lingkungan, tetapi juga mampu memberikan nilai ekonomis, baik melalui penjualan hasil budidaya maupun untuk kebutuhan pribadi seperti pakan dan pupuk. Sementara itu, ada pula warga yang tidak mengejar manfaat finansial, melainkan lebih menginginkan pengurangan volume sampah di lingkungan mereka sebagai hasil utama dari sistem ini.

Gambar 1.14 Penggunaan Media Sosial Warga Kampung Nelayan Tambakrejo



Sumber: Data Hasil Survei

Penulis berencana merancang kegiatan kampanye ini dengan pendekatan Integrated Marketing Communication (IMC), yakni menggabungkan strategi kampanye secara luring (*offline*) dan daring (*online*). Kampanye luring akan dijalankan melalui pendekatan pemberdayaan masyarakat (*community empowerment*), sementara kampanye daring akan difokuskan pada penyebaran materi edukatif mengenai pengelolaan sampah menggunakan maggot melalui grup WhatsApp, yang merupakan platform komunikasi paling umum digunakan oleh warga Kampung Nelayan Tambakrejo.

Pemberdayaan masyarakat dipilih karena menyuarakan isu lingkungan tanpa melibatkan publik tidak akan memberikan dampak yang signifikan. Partisipasi masyarakat memungkinkan terciptanya kolaborasi lintas sektor yang lebih menyeluruh dalam mendukung aksi-aksi lingkungan dan upaya pembangunan berkelanjutan (Ruppel & Houston, 2023). Keterlibatan ini memperkuat pemahaman, kesadaran, serta rasa kepemilikan terhadap isu lingkungan. Selain itu, partisipasi publik mendorong munculnya beragam perspektif yang penting dalam perumusan kebijakan dan pengambilan keputusan yang lebih efektif. Karena itu, pendekatan *community empowerment* menjadi kunci dalam mendorong keterlibatan aktif warga untuk memulai perubahan dari diri sendiri dan lingkungan terdekat. Kampanye daring di grup WhatsApp berfungsi sebagai alat pendukung untuk memperluas jangkauan pesan kampanye.

Kampanye ini juga akan menerapkan model *social marketing* dari Philip Kotler, yang bertujuan merancang konsep, strategi, dan taktik untuk mendorong perubahan perilaku masyarakat, dalam hal ini, pengelolaan sampah organik berbasis maggot di RT 06 RW 16 Tambakrejo. Melibatkan warga secara langsung dalam proses pengelolaan sampah diharapkan dapat meningkatkan kesadaran, mendorong perubahan kebiasaan, dan menciptakan lingkungan yang lebih bersih dan sehat. Dengan pendekatan ini, masyarakat diharapkan tidak hanya memperoleh manfaat lingkungan secara langsung, tetapi juga kembali membangun rasa kepemilikan terhadap ruang hidup mereka.

1.2.Rumusan Masalah

Pengelolaan sampah yang efisien merupakan langkah strategis dalam mengatasi permasalahan sampah di wilayah pesisir, khususnya di Kampung Nelayan Tambakrejo yang mengalami beban limbah cukup tinggi. Salah satu metode yang dapat diterapkan adalah penggunaan maggot, yaitu larva dari lalat *black soldier fly* (), untuk menguraikan limbah organik secara alami. Namun, keberadaan sistem pengelolaan yang baik saja tidak cukup. Dibutuhkan keterlibatan aktif masyarakat agar proses pengelolaan dapat berjalan secara optimal dan berkesinambungan. Partisipasi publik menjadi kunci utama dalam menjaga

kelestarian lingkungan pesisir dan memastikan keberlanjutan program pengelolaan sampah yang diterapkan.

Namun demikian, masyarakat Kampung Nelayan Tambakrejo hingga kini belum menerapkan sistem pengelolaan sampah yang memadai, termasuk dalam hal pemanfaatan maggot yang sebenarnya memiliki potensi besar untuk mengurangi jumlah sampah organik di wilayah pesisir. Sampah organik dan anorganik masih tercampur tanpa proses pemilahan, pengelolaannya belum terstruktur, dan penumpukan di Tempat Pembuangan Sementara (TPS) pun terus terjadi. Kondisi ini diperparah dengan pencemaran sungai akibat pembuangan sampah yang tidak terkendali, mencerminkan rendahnya kesadaran serta praktik pengelolaan sampah di kawasan tersebut.

Kurangnya pemahaman warga mengenai manfaat maggot sebagai pengurai sampah organik, ditambah dengan persepsi negatif bahwa maggot berbau tidak sedap dan menjijikkan, menjadi hambatan utama dalam penerapan metode ini. Padahal, berdasarkan temuan dari survei yang dilakukan, sebagian besar masyarakat menunjukkan ketertarikan untuk mencoba sistem pengelolaan berbasis maggot, asalkan tersedia fasilitas penunjang seperti infrastruktur yang memadai dan adanya pihak yang mengelola prosesnya.

Berdasarkan kondisi yang terjadi pada Kampung Nelayan Tambakrejo, dapat dirumuskan masalah yang perlu ditangani, yaitu bagaimana merancang program kampanye pemasaran sosial pengelolaan sampah organik berbasis maggot yang efektif dan berkelanjutan untuk Kampung Nelayan Tambakrejo.

1.3. Analisa Situasi

1.3.1. SWOT

Analisis SWOT merupakan alat analisis yang sederhana namun efektif untuk menilai posisi strategis suatu program atau inisiatif dalam rangka menyusun perencanaan yang tepat. Pendekatan ini sangat berguna untuk memperoleh pemahaman menyeluruh terkait berbagai aspek yang dapat mempengaruhi keberhasilan implementasi pengelolaan sampah

organik menggunakan maggot. Berikut ini adalah uraian analisis SWOT dalam konteks pengelolaan sampah organik berbasis maggot:

Tabel 1.1 Analisis *SWOT*

<i>Strength</i>	Pengurangan sampah organik: Maggot sangat efektif dalam mengurai sampah organik, yang merupakan kesalahan besar di wilayah pesisir. Pengurangan sampah organik dapat mengurangi polusi dan meningkatkan kebersihan lingkungan.
	Pemanfaatan regulasi dalam pengelolaan sampah organik: Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2008 tentang Pengelolaan Sampah menjadi dasar hukum yang mendorong pelaksanaan pengelolaan sampah organik di tingkat rumah tangga, sehingga memperkuat legitimasi dan arah gerak program di masyarakat.
<i>Weakness</i>	Potensi pengurangan sampah organik: Maggot sangat efektif dalam mengurai sampah organik, yang merupakan kesalahan besar di wilayah pesisir. Pengurangan sampah organik dapat mengurangi polusi dan meningkatkan kebersihan lingkungan.
	Kemampuan internal dalam pengelolaan limbah organik: Beberapa tokoh masyarakat di Kampung Nelayan Tambakrejo, seperti Mas Marzuki (aktivis lingkungan), Ibu Fadhilah (penjual pupuk tanaman), dan Mas Syafiq (pengelola sampah organik mandiri), menunjukkan adanya kapasitas dasar serta komitmen untuk membantu masyarakat Kampung Nelayan Tambakrejo dalam mengolah sampah organik melalui maggot.
<i>Opportunities</i>	Potensi pendapatan tambahan: Penjualan maggot dan produk turunannya (pupuk organik) dapat menjadi sumber pendapatan tambahan bagi masyarakat. Pengelolaan sampah organik dengan maggot, menjadi solusi yang tepat guna bagi masyarakat nelayan yang memiliki pendapatan rendah.
	Kemampuan internal dalam pengelolaan limbah organik: Beberapa tokoh masyarakat di Kampung Nelayan Tambakrejo, seperti Mas Marzuki (aktivis lingkungan), Ibu Fadhilah (penjual pupuk tanaman), dan Mas Syafiq (pengelola sampah organik mandiri), menunjukkan adanya kapasitas dasar untuk membantu masyarakat Kampung Nelayan Tambakrejo dalam mengolah sampah organik melalui maggot.
<i>Threats</i>	Perubahan iklim dan cuaca ekstrem: Perubahan iklim dapat memengaruhi produksi maggot dan ketersediaan sampah organik. Bencana alam, seperti banjir rob, dapat merusak infrastruktur budidaya maggot sehingga diperlukan tempat yang aman untuk infrastruktur.
	Sikap dan kebiasaan masyarakat: Beberapa masyarakat mungkin enggan mengubah kebiasaan lama mereka dalam membuang sampah. Perubahan sikap dan perilaku memerlukan waktu dan upaya.

1.3.2. Social Mapping

Gambar 1.15 Kondisi Kampung Nelayan Tambakrejo RT 06 RW 16



Sumber: Data Hasil Survei

Sejumlah kondisi pada kawasan Kampung Nelayan Tambakrejo dapat dipetakan dalam sebuah *social mapping*, yakni gambaran kondisi sosial ekonomi masyarakat di suatu daerah. Gambaran situasi ini dapat menjadi informasi dasar dalam pengembangan kampanye daring dan luring terkait pengelolaan sampah masyarakat.

RT 06 RW 16 Kampung Nelayan Tambakrejo, yang menjadi wilayah sasaran kampanye, memiliki struktur kepengurusan yang terdiri dari Ketua RT, Sekretaris, Bendahara, serta sejumlah seksi bidang seperti Seksi Humas, Pembangunan, Sosial, dan Keamanan. Di samping kepengurusan inti tersebut, terdapat pula berbagai kelompok masyarakat yang aktif dalam kegiatan sosial sesuai dengan bidang masing-masing.

Kelompok masyarakat di Kampung Nelayan Tambakrejo terbagi menjadi dua jenis, yaitu yang bersifat formal dan non-formal. Organisasi formal terdiri dari Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) RT 06, Karang Taruna/Kelompok Remaja Tambakrejo, Koperasi Kampung Nelayan Tambakrejo Sejahtera, Kelompok Usaha Bersama (KUBE) Armada Laut, Kesatuan Nelayan Tradisional Indonesia (KNTI), dan

Kesatuan Perempuan Pesisir Indonesia (KPPI). Sementara itu, kelompok non-formal terdiri dari kelompok nelayan, kelompok pengajian, dan Dasa Wisma (Dawis). Dasa Wisma merupakan kelompok yang terdiri dari 10 ibu dari Kartu Keluarga (KK) yang bertetangga yang juga merupakan kader PKK. Dari segi fasilitas umum, RT 06 hanya memiliki dua fasilitas, yaitu Masjid Al Firdaus dan TPQ Al Firdaus.

Sebagian besar warga RT 06 RW 16 Kampung Nelayan Tambakrejo berprofesi sebagai nelayan. Selain itu, banyak pula yang bekerja sebagai pemilik tambak kerang hijau maupun sebagai buruh di tambak kerang milik orang lain. Profesi-profesi ini mencerminkan keterikatan masyarakat setempat dengan sektor kelautan dan sumber daya pesisir yang menjadi tumpuan utama ekonomi mereka.

Di luar profesi tersebut, sejumlah warga juga bekerja di bidang perikanan lainnya, seperti berdagang udang, menjual ikan, mengelola tambak ikan bandeng, hingga terlibat dalam industri pengolahan hasil laut. Beberapa di antaranya juga menyewakan alat pemancingan. Di sisi lain, sebagian kecil warga bekerja sebagai buruh pabrik, buruh bangunan, petugas kebersihan, dan pelaku usaha mikro seperti membuka warung di sekitar pemukiman, menunjukkan keragaman sumber penghasilan di tengah keterbatasan pilihan kerja yang tersedia.

Berdasarkan status ekonominya, warga RT 06 terbagi menjadi empat golongan SES (Social-Economic Status), yakni golongan ekonomi masyarakat berdasarkan pengeluaran rumah tangga per bulan (Sondari et al., 2019). SES C1 merupakan kelompok masyarakat dengan pengeluaran rumah tangga per bulan berada pada kisaran Rp 1.500.000-Rp 2.000.000, sementara SES C2 berada pada kisaran Rp 1.000.000-Rp 1.500.000. Ada pula dari mereka yang masuk dalam golongan SES B, yaitu golongan masyarakat dengan pengeluaran rumah tangga sekitar Rp 2.000.000-Rp 3.000.000 per bulan dan golongan SES D dengan pengeluaran rumah tangga per bulan sebesar Rp 700.000-Rp 1.000.000. Mayoritas masyarakat merupakan golongan SES C1.

[illegible]

Kondisi lingkungan di RT 06 RW 16 Kampung Nelayan Tambakrejo dapat ditelaah lebih lanjut melalui aspek produksi sampah yang cukup beragam. Wilayah ini menghasilkan dua kategori utama sampah, yaitu organik dan anorganik. Jenis sampah organik yang paling dominan mencakup sisa makanan, daun-daun kering, serta cangkang kerang yang berasal dari aktivitas harian warga.

Kayu dan kulit buah termasuk jenis sampah organik lain yang cukup sering dijumpai di lingkungan RT 06 RW 16. Selain itu, keberadaan hewan ternak seperti ayam dan bebek yang dipelihara oleh sebagian warga turut menyumbang volume limbah berupa kotoran ternak yang dihasilkan secara rutin setiap hari.

Hasil pengamatan di lapangan juga menunjukkan adanya beberapa jenis sampah lain yang tersebar di sekitar kampung, meskipun jumlahnya tidak sebanyak jenis sampah utama. Sampah-sampah tersebut meliputi puntung rokok, kardus, ranting pohon, serta bungkus detergen. Meskipun tidak dominan, keberadaan sampah ini tetap menunjukkan beragamnya jenis limbah yang dihasilkan oleh aktivitas masyarakat setempat.

Beragam jenis sampah yang ditemukan di RT 06 RW 16 Kampung Nelayan Tambakrejo berasal dari berbagai sumber aktivitas masyarakat. Sumber utama sampah berasal dari rumah tangga, para nelayan, serta pengupas kerang, sejalan dengan karakter wilayah yang merupakan permukiman pesisir dengan mayoritas penduduk berprofesi di sektor kelautan.

Selain itu, kontribusi terhadap volume sampah juga datang dari anak-anak, peternak, pelaku industri pengolahan hasil laut, dan pedagang produk laut. Tidak hanya dari aktivitas ekonomi dan rumah tangga, sampah juga dihasilkan dari fasilitas umum yang ada di lingkungan tersebut, yaitu Masjid Al Firdaus dan TPQ Al Firdaus.

Di RT 06 RW 16 Kampung Nelayan Tambakrejo terdapat dua fasilitas utama yang menunjang pengelolaan sampah, yakni tempat sampah dan Tempat Pembuangan Sementara (TPS). Pengelolaan sampah oleh warga selama ini dilakukan dengan berbagai cara, meskipun sebagian besar masih terbatas pada membuang sampah tanpa melalui proses pemilahan terlebih dahulu.

Sampah rumah tangga yang terkumpul biasanya akan diambil oleh petugas kebersihan setiap dua hari dan kemudian dibawa ke TPS. Meski begitu, ada juga sebagian warga yang sudah mulai memilah sampah organik dan anorganik, di mana sampah plastik yang telah dipisahkan biasanya dijual kepada pihak pendaur ulang. Di sisi lain, masih ditemukan praktik pembakaran sampah oleh sejumlah warga sebagai cara alternatif untuk mengurangi limbah rumah tangga mereka.

Dalam upaya membangun sistem pengelolaan sampah yang lebih baik di RT 06, sejumlah tokoh masyarakat memiliki peran strategis yang dapat mendukung kegiatan kampanye yang dijalankan oleh WALHI Jawa Tengah dan Green Voice Indonesia. Salah satu tokoh paling berpengaruh adalah Ketua RT, Pak Rohmadi, yang tidak hanya dihormati karena posisinya sebagai pemimpin wilayah, tetapi juga karena perannya sebagai salah satu tokoh agama di Kampung Nelayan Tambakrejo. Pengaruh sosial dan keagamaan yang dimilikinya menjadikan Pak Rohmadi salah satu tokoh dalam mendorong perubahan perilaku masyarakat terhadap pengelolaan sampah.

Selain Ketua RT, sosok Ibu RT, Ibu Fadhilah, yang juga menjabat sebagai Ketua PKK RT 06, memiliki peranan penting dalam menggerakkan ibu-ibu rumah tangga untuk lebih peduli terhadap isu sampah, mengingat perempuan memiliki peran dominan dalam pengelolaan limbah rumah tangga. Ibu Fadhilah dapat melibatkan anggota PKK maupun kelompok Dasa Wisma (DaWis) dalam gerakan memilah dan mengelola sampah. Sementara itu, tokoh agama lainnya seperti Pak Sufhal juga dapat turut ambil bagian dengan menyampaikan pesan-pesan kampanye melalui pendekatan keagamaan, misalnya dalam ceramah di masjid atau pengajian, dengan menyisipkan nilai-nilai religius yang berkaitan dengan kepedulian terhadap lingkungan dan kebersihan.

Di Kampung Nelayan Tambakrejo, terdapat beberapa tokoh pemerhati lingkungan yang memiliki potensi pengaruh besar dalam mendorong masyarakat untuk memilah dan mengelola sampah, khususnya dengan pendekatan maggot. Dua di antaranya adalah Pak Marzuki dan Pak Syafiq, yang dikenal aktif dalam isu-isu lingkungan dan mampu menjadi teladan bagi warga sekitar. Selain itu, keberadaan Karang Taruna juga sangat signifikan karena mewakili suara generasi muda dan berperan sebagai agen perubahan yang mampu menginspirasi sesama pemuda untuk peduli terhadap pengelolaan sampah dan kelestarian lingkungan.

Di samping tokoh lokal, peran perwakilan dari WALHI Jawa Tengah yang telah lama menjalin hubungan dengan masyarakat Tambakrejo menjadi aset penting dalam mendukung keberhasilan kampanye ini. Dukungan dari pihak pemerintah daerah yang bertanggung jawab atas pembangunan kawasan permukiman tersebut juga menjadi faktor penentu yang dapat memperkuat pelaksanaan program kampanye pengelolaan sampah berbasis maggot secara lebih terstruktur dan berkelanjutan.

Tujuan kampanye tidak akan tercapai jika hanya mengandalkan dukungan dari tokoh-tokoh utama yang berpengaruh. Oleh karena itu, kampanye ini perlu mendapatkan dukungan dari pihak lain, seperti Ibu RW dan organisasi sosial seperti pengurus Koperasi, Karang Taruna, Kelompok PKK, serta KUBE Armada Laut. Berdasarkan survei, organisasi-organisasi ini dipercaya oleh masyarakat dan dapat menjadi saluran efektif untuk menyebarkan pesan kampanye. Meskipun fokus utama KUBE bukan pada pengelolaan lingkungan, mereka tetap dapat berkontribusi dengan menerapkan pesan kampanye dalam kehidupan sehari-hari serta membagikan pengetahuan dan memberikan contoh melalui tindakan langsung kepada warga lainnya.

1.3.3. Analisis Kompetitor

Kampanye pengelolaan sampah organik menggunakan maggot yang ditujukan kepada warga RT 06 RW 16 Kampung Nelayan Tambakrejo menghadapi beberapa tantangan atau pesaing yang berpotensi menghambat kelancaran kampanye serta mengurangi kemungkinan tercapainya perubahan perilaku yang diinginkan, yaitu pengelolaan sampah organik berbasis maggot. Pesaing-pesaing ini dapat dibagi menjadi dua kategori, yaitu perilaku masyarakat dan tokoh-tokoh, dengan uraian sebagai berikut:

Tabel 1.2 Perilaku dan Tokoh Kompetitor Kampanye

Perilaku Kompetitor	
Membuang sampah sembarangan	Masih dijumpai sampah-sampah yang dibuang secara sembarangan, terutama di sungai sehingga

	menyebabkan pencemaran air. Hal ini menunjukkan masih kurangnya perilaku menjaga lingkungan yang diterapkan masyarakat kampung.
Membuang sampah tanpa dipilah	Warga terbiasa membuang sampah secara langsung tanpa memilah sampah organik dan anorganik. Hal ini menunjukkan masih kurangnya perilaku pengelolaan sampah dan menyebabkan pencampuran dan penumpukan sampah yang tidak terkendali di Tempat Pembuangan Sementara (TPS).
Membakar sampah	Warga masih ada yang membakar sampah untuk mengurangi jumlah nyamuk yang mengganggu mereka.
Sampah organik berupa sisa makanan diberi makan secara langsung ke ternak	Beberapa warga yang memiliki ternak memilih untuk memanfaatkan sisa makanan mereka untuk menjadi pakan ternak. Hal ini berpotensi menurunkan minat mereka untuk mengumpulkan sisa makanan dan memberikannya kepada maggot.
Tokoh Kompetitor	
Masyarakat yang tidak sadar pentingnya menjaga lingkungan	Kesadaran warga yang masih kurang akan pentingnya menjaga lingkungan dan pengelolaan sampah dapat menyebabkan rendahnya minat untuk memulai perilaku memilah sampah organik dan mengumpulkannya untuk diurai oleh maggot.
Masyarakat yang sibuk bekerja	Menurut survei, terdapat warga yang mengaku memiliki banyak kegiatan harian sehingga sudah terlalu lelah untuk melakukan pemilahan sampah.
Masyarakat yang bertempat tinggal sekitar tempat infrastruktur maggot	Warga yang bertempat tinggal di dekat infrastruktur maggot mungkin akan terganggu dengan bau yang ditimbulkan dari sampah-sampah organik.

Dari sejumlah perilaku masyarakat dan tokoh yang menjadi kompetitor dalam keberjalanan kampanye ini, terdapat keuntungan dan tantangan/biaya yang diperoleh warga RT 06 RW 16 Kampung Nelayan Tambakrejo jika melakukan perilaku yang diinginkan dari kampanye (*desired behavior*) dan perilaku yang menjadi kompetitor (*competing behavior*), antara lain:

Tabel 1.3 Keuntungan dan Tantangan/Biaya Perilaku

Perilaku	Keuntungan	Tantangan/Biaya
<i>Desired Behavior</i>		
Memilah sampah organik rumah	Mencegah bercampurnya sampah organik dan anorganik yang bisa	Membutuhkan niat lebih untuk memisahkan sampah

tangga	menyebabkan munculnya gas metana yang berbahaya bagi lingkungan	organik dengan anorganik Membutuhkan dua tempat sampah untuk sampah organik dan anorganik
Mengurai sampah organik dengan menggunakan maggot	Mengurangi volume sampah organik sehingga tidak terbuang sia-sia dan menumpuk di TPS Kotoran maggot bisa menjadi pupuk yang berkualitas baik	Bau yang ditimbulkan dari sisa makanan yang membusuk yang menjadi makanan maggot dapat mengganggu warga sekitar Memerlukan biaya lebih untuk memiliki infrastruktur budidaya maggot yang lengkap Memerlukan usaha lebih untuk merawat maggot dibanding hanya sekedar membuang sampah
Memanen maggot	Maggot kaya akan protein sehingga bisa menjadi pakan ternak atau umpan pancing yang bergizi Maggot kering bisa dijual ke peternak atau dikelola menjadi cemilan maupun minyak maggot	Membutuhkan ketekunan untuk merawat dan menunggu siklus maggot hingga siap panen
<i>Competing Behavior</i>		
Membuang sampah tanpa dipilah	Tidak butuh usaha lebih dan waktu untuk membuang sampah	Pencampuran sampah organik dan anorganik menimbulkan bau tidak sedap dan gas metana yang rawan terbakar jika terkena api atau petir
Membakar sampah	Nyamuk berkurang sehingga tidak mengganggu aktivitas	Polusi udara akibat asap pembakaran sampah menyebabkan sakit pernapasan
Sampah organik berupa sisa makanan diberi makan secara langsung ke ternak unggas	Tidak perlu usaha dan biaya lebih untuk memberi makan ternak	Tidak semua sisa makanan mungkin akan termakan oleh ternak sehingga mengotori lingkungan Sisa makanan yang disebar di kandang unggas menimbulkan bau di sekitar rumah

1.3.4. Analisis AIDA

Maggot dapat menjadi solusi efektif dalam mengatasi masalah pengelolaan sampah organik dengan cara yang efisien. Budidaya maggot sebagai metode pengelolaan sampah organik merupakan pilihan yang praktis, bebas bau, dan memiliki potensi ekonomi. Dengan memanfaatkan maggot, masyarakat dapat langsung melihat hasil pengelolaan sampah yang tidak hanya membantu mengurangi volume limbah, tetapi juga memberi keuntungan finansial, seperti dengan menjual kotoran maggot sebagai pupuk. Selain itu, maggot juga berpotensi sebagai pakan ternak yang dapat dijual, menawarkan peluang ekonomi bagi masyarakat. Untuk mencapai pengelolaan sampah organik berbasis maggot, penting untuk mempertimbangkan model AIDA terkait maggot itu sendiri.

Untuk perhatian atau *attention*, meskipun konsep penggunaan maggot untuk mengelola sampah organik sudah dikenal oleh beberapa warga, pengetahuan mereka masih terbatas dan terdapat tantangan psikologis terkait persepsi terhadap maggot, seperti anggapan bahwa maggot berbau, menjijikan, dan merupakan sistem yang rumit. Selain itu, sebagian besar masyarakat belum memiliki pengetahuan yang memadai mengenai maggot. Pada tahap ini, langkah yang perlu diambil adalah memberikan pemahaman kepada warga bahwa maggot adalah hewan yang sangat berguna bagi lingkungan, karena kemampuannya dalam mengatasi masalah sampah organik. Selain itu, maggot juga bisa memberi keuntungan ekonomi bagi warga, karena hasil panennya bisa dijual. Budidaya maggot juga relatif mudah, murah, dan tidak memakan waktu yang lama.

Untuk minat atau *interest*, sebagian masyarakat yang sudah pernah mendengar tentang maggot menunjukkan minat rendah terhadap sistem ini, karena mereka masih menganggap maggot berbau, menjijikan, dan sistem ini terlalu kompleks serta memakan waktu. Oleh karena itu, kampanye akan difokuskan pada penyampaian pesan utama yang dapat mengatasi kekhawatiran warga terhadap maggot. Pesan tersebut mencakup penjelasan bahwa bau yang muncul dalam sistem pengelolaan sampah organik dengan

maggot bukan berasal dari maggot itu sendiri, tetapi dari sampah organik yang menumpuk. Bau ini dapat diatasi dengan cara mengontrol jumlah sampah yang diberikan dan menambahkan ampas kopi untuk menyerap bau. Maggot juga tidak menjijikan karena merupakan larva dari lalat BSF yang bersih dan tidak membawa penyakit. Selain itu, proses budidaya maggot sangat mudah dilakukan.

Untuk keinginan atau *desire*, saat ini, belum ada masyarakat yang secara langsung tertarik untuk menggunakan maggot dalam mengelola sampah organik karena kurangnya perhatian dan minat dari masyarakat setempat. Untuk mencapai dan meningkatkan ketertarikan ini, pendekatan yang bisa dilakukan adalah dengan memberikan contoh praktis mengenai cara mengurai sampah organik menggunakan maggot, sehingga warga dapat merasakan langsung pengalaman tersebut. Selain itu, manfaat ekonomi dari penggunaan maggot juga akan ditunjukkan, seperti potensi keuntungan yang dapat diperoleh. Kampanye ini akan menunjukkan bagaimana budidaya maggot bisa menjadi sumber pendapatan tambahan, misalnya dengan menjual maggot untuk pakan ternak atau memanfaatkan pupuk yang dihasilkan untuk meningkatkan hasil pertanian mereka. Memberikan contoh nyata dan menunjukkan keberhasilan penggunaan maggot dapat membantu membangkitkan minat mereka untuk berpartisipasi.

Tindakan (*action*) pengelolaan sampah menggunakan maggot belum dilaksanakan karena masih kurangnya perhatian, minat, dan keinginan dari masyarakat. Selain itu, belum ada fasilitas yang mendukung untuk mengimplementasikan sistem pengelolaan sampah berbasis maggot. Fasilitas yang diperlukan meliputi infrastruktur seperti *kit* maggot, modul pembelajaran yang dapat menjadi panduan perawatan maggot, pelatihan yang mudah dipahami, serta pendampingan kepada masyarakat dan pengelola maggot. *Workshop* praktis dan pendampingan berkelanjutan juga sangat penting untuk memastikan bahwa masyarakat tidak hanya

mengetahui cara melakukannya, tetapi juga termotivasi untuk segera memulai penerapannya.

1.3.5. Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar merupakan salah satu analisis krusial dalam kegiatan ini. Prosesnya melibatkan pembagian audiens ke dalam kelompok-kelompok yang lebih spesifik, menilai setiap segmen berdasarkan berbagai faktor untuk membantu menentukan prioritas, serta memilih segmen-segmen tertentu sebagai target utama kampanye. Berikut adalah 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 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, ketergantungan akan alam, waktu luang terbatas Praktis, realistis, komunal, skeptis, tidak peduli isu lingkungan.
Behavioral Kesempatan Manfaat Status Pengguna Tingkat Pengguna Status Loyalitas Tahap Kesiapan Sikap ke Produk	<i>Regular occasion</i> Ekonomi, kenyamanan, kepraktisan <i>Non-user</i> <i>Light-user</i> <i>Medium</i> <i>Aware</i> <i>Indifferent</i>

Setelah melakukan segmentasi pasar, terdapat target primer dan target sekunder dalam pelaksanaan kampanye kegiatan ini, yakni:

Tabel 1.5 Target Pasar Kampanye

Target Primer	Ibu-ibu PKK sebagai pengelola sampah organik rumah tangga (P, 29-61, SES D).
	Peternak, pengusaha tambak, atau masyarakat yang memiliki usaha lainnya yang dapat menyerap hasil panen maggot untuk dikelola (L/P, 29-61, SES C1-C2).
Target Sekunder	Karang Taruna sebagai komunitas pemuda yang dapat membantu dalam mengelola infrastruktur maggot dan membantu mengumpulkan limbah organik rumah tangga (L/P, 16-35, SES C-D).
	Perangkat RT sebagai pengelola setempat memiliki wewenang untuk mempengaruhi warga lainnya dalam mengelola sampah rumah tangga dengan memanfaatkan infrastruktur maggot yang disediakan (L, 40-60, SES C-D).

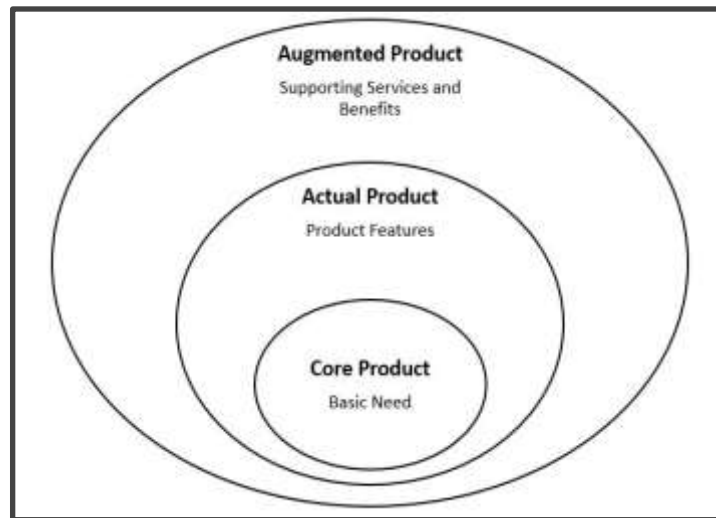
1.4. Tujuan

Kegiatan karya bidang ini bertujuan untuk meningkatkan keterlibatan 16 rumah warga Kampung Nelayan Tambakrejo, 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

Proyek karya bidang ini dilandaskan oleh kerangka konsep pemasaran sosial oleh Philip Kotler yang menyatakan bahwa produk yang ditawarkan pada konteks pemasaran sosial tidak hanya berupa objek atau layanan secara fisik, tetapi juga merujuk pada perilaku yang diinginkan beserta manfaat yang melekat pada perilaku tersebut (Kotler et. al., 2002). Pemasaran sosial juga melibatkan penyediaan objek dan layanan secara nyata yang bertujuan untuk mendukung serta memfasilitasi perubahan perilaku pada target audiens. Oleh karena itu, produk dalam pemasaran sosial dapat dipahami sebagai serangkaian manfaat yang kompleks, yang dirancang serta ditawarkan kepada pasar untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan tertentu yang relevan dengan perilaku yang diinginkan

Gambar 1.17 Tiga Tingkat Produk Pemasaran Sosial



Sumber: Philip Kotler

Teori pemasaran tradisional mengidentifikasi tiga tingkat produk, yaitu core product, actual product, serta augmented product. Kerangka konsep ini sangat berguna dalam merencanakan kegiatan pemasaran sosial, terutama dalam merumuskan dan merancang strategi produk yang efektif untuk mendorong perubahan perilaku. Berikut penjabaran core product, actual product, serta augmented product pada kegiatan karya bidang ini:

Tabel 1.6 Pemetaan Produk

<i>Core Product</i>	<i>Actual Product</i>	<i>Augmented Product</i>
Berkontribusi pada kebersihan lingkungan	Perilaku pengelolaan sampah organik dengan menggunakan maggot	Maggot dan infrastruktur (tempat dan peralatan) untuk dikelola

Core product merupakan inti dari produk yang ditawarkan dan berfokus pada manfaat yang akan diperoleh oleh target audiens. Pada level ini, *core product* menjawab pertanyaan-pertanyaan fundamental, seperti: "Apa manfaat yang akan diperoleh audiens dengan mengadopsi perilaku yang kita tawarkan?" "Kebutuhan apa yang akan terpenuhi dengan perubahan perilaku ini?" serta "Masalah apa yang akan diselesaikan dengan perilaku tersebut?" Dengan kata lain, *core product* adalah manfaat utama yang akan dirasakan oleh audiens ketika mereka melakukan perilaku

yang diinginkan, yang dianggap paling bernilai oleh mereka. *Core product* dalam kegiatan ini merupakan kontribusi yang dilakukan oleh target audiens (masyarakat Kampung Nelayan Tambakrejo) terhadap kebersihan lingkungan. Dengan mengelola limbah organik secara efisien, hal ini dapat mengurangi jumlah limbah yang dibuang ke tempat pembuangan akhir, menurunkan emisi gas rumah kaca, serta mendorong terciptanya lingkungan yang lebih bersih dan sehat.

Actual product merujuk pada perilaku spesifik yang dipromosikan, yang merupakan langkah konkret yang harus diambil oleh audiens untuk mencapai manfaat yang telah diidentifikasi dalam *core product*. Pada tahap ini, produk bisa melibatkan elemen-elemen seperti nama merek atau identitas yang dikembangkan untuk perilaku yang dimaksud, yang menjadi simbol atau representasi dari perubahan yang diinginkan. *Actual product* dalam kegiatan ini melibatkan perilaku pengelolaan sampah organik dengan menggunakan maggot. Masyarakat Kampung Nelayan Tambakrejo diharapkan dapat memisahkan limbah organik dari sampah lainnya dan menggunakan sistem berbasis maggot untuk menguraikan sisa makanan. Target audiens nantinya akan melihat maggot memakan limbah organik dan mengubahnya menjadi kompos kaya nutrisi yang dapat digunakan dalam pertanian atau perkebunan.

Augmented product mencakup elemen-elemen tambahan, baik berupa objek maupun layanan, yang dipromosikan bersamaan dengan perilaku yang diinginkan. Meskipun terkadang dianggap sebagai komponen opsional, elemen-elemen tambahan ini sangat penting untuk memberikan dukungan yang diperlukan, mengurangi hambatan perubahan perilaku, ataupun memastikan keberlanjutan perilaku yang telah berubah. *Augmented product* juga memberikan peluang untuk memperkuat citra merek yang dapat berkontribusi pada peningkatan perhatian target audiens, daya tarik, dan pengingatan (*recall*) di kalangan target audiens. *Augmented product* dalam optimalisasi kampanye ini terdiri dari binatang maggot dan infrastrukturnya (wadah atau tempat yang dirancang khusus untuk mendukung pertumbuhan maggot dalam dekomposisi sampah organik).

1.6.Strategi Komunikasi

Untuk meningkatkan keterlibatan masyarakat Kampung Nelayan Tambakrejo dalam pengelolaan sampah organik, Green Voice Indonesia akan bekerja sama dengan WALHI Jawa Tengah dalam mengembangkan strategi kampanye yang berfokus pada pengelolaan limbah organik dengan pemanfaatan maggot. Strategi komunikasi ini berlandasan pada konsep dasar *marketing mix*, yang meliputi *product*, *price*, *place*, dan *promotion* dengan detail sebagai berikut:

1.6.1. Product

Produk dalam pemasaran sosial merupakan apa yang nantinya akan dijual, perilaku apa yang diinginkan, dan manfaat apa yang akan didapatkan terkait dengan perilaku tersebut (Kotler et. al., 2002). Hal ini juga mencakup *tangible object* serta fasilitas yang dikembangkan untuk mendukung dan memfasilitasi perubahan perilaku target audiens. Dalam kegiatan karya bidang ini, terdapat tiga klasifikasi produk, yakni: *core product*, *actual product*, serta *augmented product* dengan detail sebagai berikut:

1.6.1.1.Core Product

Core product dalam kegiatan ini adalah kontribusi terhadap kebersihan lingkungan. Dengan mengelola sampah organik secara efektif, kegiatan ini dapat membantu mengurangi jumlah sampah yang nantinya akan masuk ke tempat pembuangan akhir (TPA) dan secara tidak langsung menurunkan emisi gas rumah kaca, serta menciptakan lingkungan yang lebih bersih dan sehat.

1.6.1.2.Actual Product

Actual product dalam kegiatan ini adalah keterlibatan masyarakat Kampung Nelayan Tambakrejo dalam proses pengelolaan limbah organik menggunakan maggot. Masyarakat setempat akan memilah sampah organik dan menggunakan infrastruktur maggot untuk mengurai sisa makanan tersebut. Tidak

sampai penggunaan maggot saja, namun maggot tersebut dapat dimanfaatkan juga dalam bidang peternakan, seperti untuk pakan ternak ayam.

1.6.1.3. *Augmented Product*

Augmented product dalam optimalisasi kampanye ini terdiri dari binatang maggot dan infrastrukturnya. Infrastruktur maggot sendiri dirancang untuk memfasilitasi pertumbuhan maggot dalam proses penguraian limbah. Maggot dalam hal ini merupakan *tangible object* yang akan memberikan manfaat utama dalam pengelolaan sampah organik. Binatang ini sangat efisien dalam menguraikan limbah organik karena memiliki kemampuan untuk memakan sampah organik dalam jumlah besar dan mengubahnya menjadi pupuk atau bahan yang bisa digunakan kembali. Sementara infrastruktur maggot merupakan bagian yang berperan dalam mendukung kelancaran proses pengelolaan sampah organik. Infrastruktur ini dirancang untuk memfasilitasi pertumbuhan maggot dalam proses penguraian limbah secara efektif.

1.6.2. *Price*

Harga produk dalam konsep pemasaran sosial meliputi biaya yang diasosiasikan oleh target audiens dengan mengadopsi perilaku baru (Kotler et. al., 2002). Dengan kata lain, harga produk merupakan jumlah uang yang dikenakan suatu produk atau layanan, atau jumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memiliki suatu manfaat atau menggunakan produk maupun layanan tersebut. Langkah yang krusial dalam menetapkan harga adalah mengidentifikasi biaya yang diperlukan untuk mengadopsi perilaku baru. Hal ini termasuk biaya masuk (*entry cost*) dan biaya keluar (*exit cost*) yang dapat dibagi menjadi biaya moneter dan nonmoneter. Berikut identifikasi biaya yang diperlukan untuk kegiatan 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 karena harus berinvestasi dalam sistem baru (pembelian infrastruktur).	Melepaskan kenyamanan membuang semua jenis sampah secara langsung tanpa proses tambahan. Mengubah kebiasaan yang telah terbentuk bertahun-tahun di rumah tangga atau komunitas. Menghadapi ketidakpastian atau kekhawatiran terhadap efektivitas sistem baru.	Diperlukan biaya sebesar Rp 700,000 untuk pembelian infrastruktur maggot (<i>augmented product</i>) agar masyarakat dapat mengadopsi perilaku pengelolaan sampah organik dengan menggunakan maggot (<i>actual product</i>).	Waktu yang dihabiskan untuk mengikuti pelatihan dan <i>workshop</i>. Waktu yang diperlukan untuk mempersiapkan tempat dan alat untuk budidaya maggot. Waktu untuk menyesuaikan teknik pengelolaan sampah dengan kondisi lingkungan setempat.

1.6.3. *Place*

Tempat dalam konsep pemasaran sosial meliputi lokasi dan waktu di mana target audiens akan melakukan perilaku yang diinginkan (perubahan perilaku), memperoleh *tangible object*, serta menerima layanan terkait dengan kegiatan yang dilakukan (Kotler et. al., 2002). Tujuannya adalah untuk mengembangkan strategi yang akan memudahkan bagi target audiens untuk melakukan perilaku tersebut.

Kegiatan karya bidang ini akan dilaksanakan di Kampung Nelayan Tambakrejo, tepatnya di RT 06 RW 16, tepatnya pada lapangan Blok D. Tempat ini dipilih karena merupakan tempat dimana target audiens (masyarakat Kampung Nelayan Tambakrejo) melakukan perilaku pengelolaan sampah menggunakan maggot.

1.6.4. Promotion

1.6.4.1.Key Message

Untuk meningkatkan partisipasi masyarakat Kampung Nelayan Tambakrejo dalam pengelolaan sampah menggunakan maggot, kampanye ini akan menggunakan pesan utama “Bersama Maggot, Sampah Hilang, Hati Tenang”. Mengacu pada konsep tahap perubahan atau *stages of change* (Kotler et. al., 2002), terdapat Model Perubahan Transtheoretical yang mengidentifikasi berbagai tahap yang dilalui individu saat mereka mengubah perilaku. Dengan itu, terdapat beberapa strategi penyampaian pesan untuk membantu target audiens berpindah ke tahapan berikutnya yang dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 1.8 Tahapan Perubahan dan Pengembangan Pesan

Pra-kontemplasi	Pada tahap ini, fokus utama adalah meningkatkan kesadaran dan pengetahuan tentang dampak negatif perilaku yang ada, yakni pembuangan sampah sembarangan, serta memperkenalkan potensi keuntungan dari pengelolaan sampah melalui maggot.
	Pesan: "Apakah Anda tahu bahwa sampah organik yang dibuang sembarangan dapat merusak lingkungan? Dengan maggot, sampah yang terbuang bisa diubah menjadi berbagai hal bermanfaat yang membawa berkah. Coba pikirkan, sampah hilang, hati jadi tenang!"
Kontemplasi	Pada tahap ini, target audiens mulai mempertimbangkan untuk mencoba mengelola sampah dengan maggot dan melihat potensi manfaatnya. Pesan yang disampaikan fokus dalam mendorong target audiens untuk mencari pengalaman secara langsung dan memperkenalkan mereka pada peluang yang bisa dicapai dengan perubahan perilaku ini.
	Pesan: "Cobalah mengelola sampah organik Anda dengan maggot! Maggot akan memakan sampah organik anda, mengubahnya menjadi pakan ternak yang bernilai. Dengan begitu, Anda ikut menjaga lingkungan dan merasa tenang karena sampah Anda menjadi sesuatu yang bermanfaat."
Persiapan	Pada tahap ini, target audiens sudah siap untuk memulai dan memerlukan panduan serta dukungan untuk mempermudah adopsi perilaku baru ini. Kami akan memberikan informasi praktis mengenai cara memulai pengelolaan sampah dengan maggot, serta bagaimana menciptakan lingkungan yang

	mendukung perubahan ini.
	Pesan: "Kami siap membantu dengan menyediakan panduan lengkap dan informasi terkait pengelolaan sampah organik menggunakan maggot di rumah atau komunitas Anda! Dengan langkah kecil ini, sampah hilang, hati tenang.
Aksi	Pada tahap ini, target audiens sudah mulai melakukan perubahan dan membutuhkan dukungan untuk mempertahankan kebiasaan baru serta mengatasi hambatan yang muncul. Dengan itu, perlu dorongan agar mereka terus giat dalam pengelolaan sampah dan mengatasi masalah yang kemungkinan mungkin muncul.
	Pesan: "Teruslah gigih dalam mengelola sampah! Dengan keterampilan yang tepat dalam mengelola sampah menggunakan maggot, Anda bisa memaksimalkan hasilnya! Jika menghadapi kendala, kami siap membantu Anda dengan tips dan dukungan. Bersama Maggot, Sampah Hilang, Hati Tenang! Maggot yahud!"

1.6.4.2. Media Channel

Pemilihan media memiliki dampak yang besar pada optimalisasi kampanye dan tentunya memerlukan beberapa opsi yang matang. Keputusan pemilihan media dibuat berdasarkan berbagai kriteria, termasuk tujuan kampanye, sasaran komunikasi, kelebihan dan keterbatasan setiap saluran media, profil target audiens, serta anggaran dan pendanaan yang dibutuhkan (Kotler et. al., 2002). Saluran media yang kami pilih sebagai berikut:

Tabel 1.9 Saluran Media Optimalisasi Kampanye

<i>Advertising</i>	Bentuk media iklan yang digunakan adalah <i>out of home</i> media menggunakan spanduk. Spanduk ini akan diletakan pada infrastruktur maggot untuk menarik perhatian masyarakat Kampung Nelayan Tambakrejo.
<i>Public Relations</i>	Bentuk media <i>public relation</i> yang digunakan adalah konten yang nantinya disebarakan pada grup WhatsApp di berbagai organisasi masyarakat. Konten ini meliputi edukasi dan informasi terkait pengelolaan sampah menggunakan maggot.
<i>Printed Materials</i>	Bentuk media <i>printed materials</i> yang digunakan adalah brosur, selebaran, poster, serta modul pembelajaran. Printed materials ini akan mencakup edukasi dan informasi terkait pengelolaan sampah menggunakan maggot.

<i>Personal Selling</i>	Bentuk media <i>personal selling</i> yang digunakan adalah <i>face-to-face meeting</i> , presentasi, serta kegiatan <i>workshop</i> . <i>Face-to-face meeting</i> akan dilakukan dengan memasuki agenda kegiatan rapat organisasi masyarakat setempat dengan menggunakan presentasi dan mendatangkan setiap rumah untuk melakukan edukasi <i>door-to-door</i> . Sedangkan kegiatan <i>workshop</i> akan mengundang seluruh lini masyarakat pada satu agenda, dan nantinya akan diberikan edukasi yang lebih detail dan diberikan contoh praktik nyata dalam mengelola sampah menggunakan maggot.
<i>Special Promotional Items</i>	Salah satu <i>promotional items</i> yang diberikan dalam kegiatan promosi program adalah penyediaan infrastruktur pengolahan maggot serta pemberian wadah <i>thinwall</i> kepada masing-masing rumah tangga. Wadah ini berfungsi sebagai tempat sementara untuk menampung sampah organik sebelum disetorkan ke infrastruktur maggot.

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 1.18 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 2.150.000 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.
Dinas Lingkungan Hidup (DLH) Semarang	Dinas Lingkungan Hidup (DLH) Kota Semarang merupakan unsur pelaksana urusan pemerintahan di bawah pemerintahan Kota Semarang yang bergerak di bidang lingkungan hidup, pekerjaan umum, dan penataan ruang. DLH juga mengurus permasalahan sampah dan air limbah, serta kehutanan. Kerja sama dengan DLH Kota Semarang dapat mendorong masyarakat Kampung Nelayan Tambakrejo untuk semakin termotivasi melakukan perubahan aksi pengelolaan sampah karena adanya dukungan dari pihak pemerintah secara langsung. Kerja sama ini dapat terbentuk dengan DLH Kota Semarang menjadi pembicara dalam <i>workshop</i> dan diskusi dengan warga, serta memberikan dukungan berupa dana maupun infrastruktur budidaya maggot.

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 disampaikan meliputi pentingnya memilah sampah rumah tangga, cara mengelola sampah organik, serta proses budidaya maggot dan manfaatnya. Selain itu, peserta diperkenalkan pada potensi bisnis yang dapat dihasilkan dari pengelolaan sampah berbasis maggot. Kegiatan ini juga menghadirkan testimoni dan cerita pengalaman sukses dari praktisi yang telah berhasil dalam bidang ini. *Workshop* “Sampah Jadi Cuan” dilaksanakan dengan detail sebagai berikut:

Tabel 1.11 Rencana Kegiatan *Workshop* “Sampah Jadi Cuan”

Tanggal	Sabtu, 21 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.
Key Message	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 mewakili setiap blok rumah dalam Kampung Nelayan Tambakrejo. Empat individu tersebut 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	Aktifis 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 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 Rapat 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 berkolaborasi dengan KOL yaitu tokoh agama untuk memasukkan edukasi mengenai pengelolaan sampah menggunakan maggot ini dalam ceramah yang mereka sampaikan. Edukasi ini 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 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/Kepala Keluarga)
Jumat, 25 April 2025	Blok B (2 Rumah/Kepala Keluarga)
Senin, 28 April 2025	Blok C (2 Rumah/Kepala Keluarga)
Sabtu, 3 Mei 2025	Blok D (3 Rumah/Kepala Keluarga)
Senin, 5 Mei 2025	Blok B (2 Rumah/Kepala Keluarga)
Kamis, 8 Mei 2025	Blok A (2 Rumah/Kepala 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 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 *broadcast* (termasuk *copywriting* dan *e-flyer*) yang akan dibagikan kepada *local heroes* dan *key opinion leader* untuk kemudian diteruskan melalui grup WhatsApp kepada seluruh warga Kampung Nelayan Tambakrejo, baik melalui grup RT maupun grup organisasi masyarakat. 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 Previan 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	Community Manager	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																
Workshop dan Training																
Pemilihan KOL dan Local Heroes																
Edukasi Door-to-Door																
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 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 memastikan keberhasilan kampanye pengelolaan sampah organik berbasis maggot yang dilakukan oleh Green Voice Indonesia dalam mendukung WALHI Jawa Tengah, diperlukan sistem kontrol dan evaluasi yang terstruktur. Evaluasi ini berfokus pada peningkatan keterlibatan masyarakat dalam pengelolaan sampah organik melalui strategi komunikasi yang mendorong partisipasi aktif. Indikator keberhasilan mencakup jumlah audiens yang terpapar kampanye edukasi, jumlah pengadaan infrastruktur maggot baru, serta jumlah kartu keluarga yang terlibat dalam pengelolaan sampah. Selain itu, evaluasi juga menilai pencapaian *key performance indicator* dari masing-masing anggota tim. Evaluasi akan dilakukan melalui metode seperti survei, laporan kegiatan, serta analisis *feedback* dari peserta dan komunitas. Dengan adanya sistem kontrol dan evaluasi yang sistematis, kampanye ini diharapkan dapat terus berkembang, memberikan manfaat jangka panjang bagi masyarakat dan lingkungan, serta menjadi model keberlanjutan dalam pengelolaan sampah organik berbasis maggot. Tabel berikut akan memberikan detail terkait matriks kontrol & evaluasi baik untuk tim secara keseluruhan maupun untuk tiap anggota Green Voice Indonesia.

Tabel 1.19 Monitoring Suplai Sampah Organik pada Infrastruktur Maggot

Waktu	Penyuplai	Suplai Sampah Organik	
Minggu 1	2 Kepala Keluarga	7 kg Sampah Organik	Unit 1

Minggu 2	4 Kepala Keluarga	14 kg Sampah Organik	Unit 1
Minggu 3	7 Kepala Keluarga	24,5 kg Sampah Organik	Unit 1
Minggu 4	10 Kepala Keluarga	35 kg Sampah Organik	Unit 2
Minggu 5	13 Kepala Keluarga	45,5 kg Sampah Organik	Unit 2
Minggu 6	16 Kepala Keluarga	56 kg Sampah Organik	Unit 2

*Catatan: Rata-rata sampah organik keluarga per hari mencapai 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 yang mendorong partisipasi aktif	Penempatan Infrastruktur Maggot	2 Unit
	Jumlah Audiens Terpapar	50 Orang
	Penyuplai Sampah Organik	16 Rumah
	KOL & Local Heroes Kampanye	4 Orang Warga

Tabel 1.21 Matriks Kontrol Anggota

Nama & NIM	Peran	Tanggung Jawab	Jam
Paksi Lalang Sambegana 14040121130121	Partnership Account Executive	Mengidentifikasi kebutuhan dan harapan klien terhadap pelaksanaan kegiatan	6
		Mengidentifikasi dan mengamankan peluang kerja sama strategis dengan <i>stakeholder</i> yang memiliki visi dan misi sejalan untuk mendukung pelaksanaan kegiatan.	12
		Menyusun dan bernegosiasi dalam perjanjian kerja sama, memastikan keselarasan antara nilai organisasi dan tujuan kegiatan.	15
		Menyiapkan proposal kerja sama dan pendanaan yang disesuaikan untuk masing-masing <i>stakeholder</i> potensial.	10

		Mengelola hubungan dengan <i>stakeholder</i> , mulai dari tahap pendekatan awal hingga pelaksanaan kerja sama, serta menjaga komunikasi yang berkelanjutan.	16
		Merencanakan dan memastikan infrastruktur kegiatan yang diperlukan terpenuhi, 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 Jawa Tengah sebagai dasar evaluasi dan pengembangan kerja sama di masa mendatang.	17
Total			120
Kezia Natasha Estherlita 14040121130074	Marketing Communication	Menyusun dan mengelola campaign calendar yang terintegrasi untuk memastikan konsistensi antara kampanye online dan offline.	8
		Merancang dan melaksanakan lima agenda kegiatan secara luring, yakni <i>workshop</i> , agenda <i>door-to-door</i> , pertemuan kelompok PKK, pertemuan pengurus Karang Taruna, serta pertemuan pengurus Koperasi.	20

		Menyusun dan mengembangkan <i>key message</i> yang sesuai untuk kampanye daring, khususnya konten WhatsApp.	12
		Mengelola semua saluran komunikasi pemasaran, memastikan materi promosi online dan offline selaras dengan tujuan kampanye.	6
		Berkoordinasi dengan tim internal dan mitra eksternal untuk memastikan semua agenda offline berjalan lancar dan efektif.	6
		Melakukan riset pasar untuk memahami preferensi audiens dan mengintegrasikannya ke dalam strategi kampanye yang disusun.	10
		Membuat rencana konten mingguan dan bulanan yang mencakup pesan kunci, jadwal distribusi, dan media yang digunakan.	15
		Memantau dan mengevaluasi kinerja kampanye daring dan luring untuk memastikan pesan tersampaikan dan berdampak positif.	15
		Memimpin <i>brainstorming</i> internal untuk pengembangan 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 <i>brand</i> .	8

	Membuat desain dan <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 dan <i>copywriting</i> untuk konten daring, seperti <i>e-flyer</i> infografis video.	20
	Membuat konten video dari tahap pengambilan gambar hingga tahap pengeditan.	22
	Berkolaborasi dengan Marketing Communication 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 ditetapkan, dan mengembangkannya untuk konten yang dihasilkan.	6
	Mengatur alur revisi konten secara terstruktur, memastikan desain dan <i>copywriting</i> akhir sesuai standar <i>campaign style guideline</i> .	4
	Mengoptimalkan penggunaan visual dan teks dalam setiap materi komunikasi untuk meningkatkan daya tarik dan efektivitas penyampaian pesan.	8
	Mengelola file 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	Community Manager	Membuat dan mengelola grup WhatsApp khusus untuk pengelola maggot, dengan tujuan 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 memiliki potensi sebagai 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
		Mengelola 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
		Merespons kritik dan saran dari masyarakat mengenai kegiatan	4

		kampanye, serta menindaklanjuti masukan tersebut untuk meningkatkan kualitas dan efektivitas program yang sedang berjalan.	
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>	Timeline Kampanye
	Agenda Kampanye Luring	5 Agenda Kegiatan Luring
	<i>Key Message</i> Kampanye Daring	15 Konten
Gisella Previan Laoh Creative & Copywriter	Pembuatan <i>Campaign Style Guideline</i>	1 <i>Campaign Style 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 Community Manager	Pembuatan Grup WhatsApp	1 Grup WhatsApp
	Audiens Kampanye	50 Partisipan
	Jumlah KOL & <i>Local Heroes</i>	2 KOL & 2 <i>Local Heroes</i>