

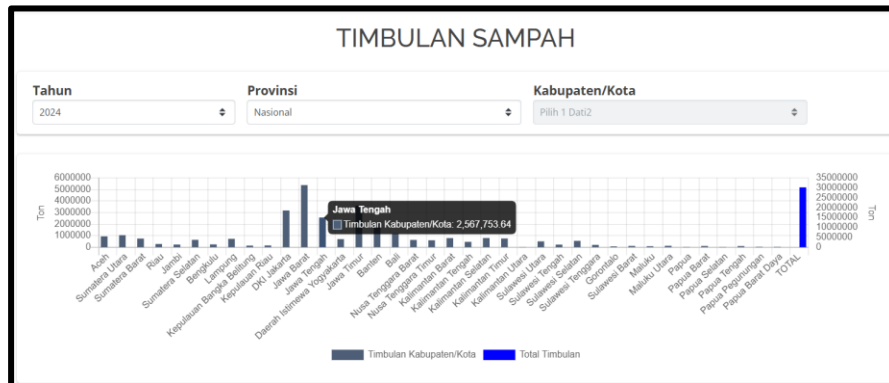
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

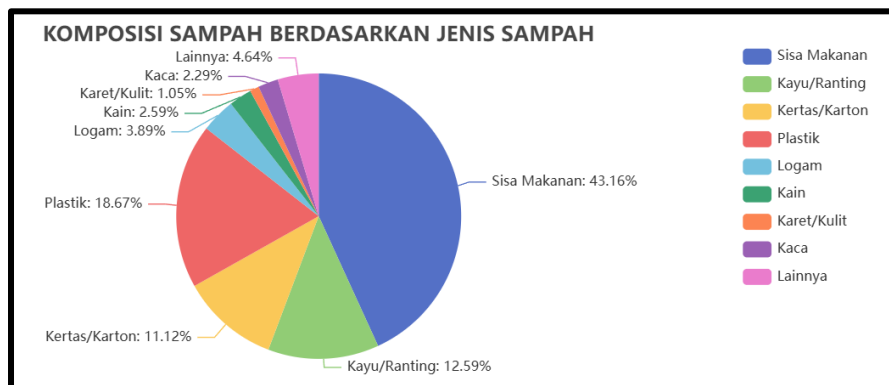
Sampah menjadi masalah kompleks yang dihadapi banyak komunitas di Indonesia. Sampah terbesar yang dihasilkan setiap harinya adalah sampah rumah tangga yang terdiri dari sampah organik dan anorganik (Yuwana & Adlan, 2021). Sampah organik hasil rumah tangga meliputi sampah sisa makanan dan sampah dari kebun atau halaman, sementara sampah anorganik dapat berupa botol plastik, kantong kresek, plastik bekas bungkus, kaleng minuman, *styrofoam*, dan lainnya yang sulit diurai (Humairo et al., 2022). Menurut data Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK), Indonesia menghasilkan sekitar 67,8 juta ton sampah pada tahun 2020, dengan proyeksi peningkatan hingga 71,3 juta ton pada tahun 2025 (Widowati, 2023). Data Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional (SIPSN) Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) pada tahun 2024 menyatakan bahwa Jawa Tengah menempati urutan keempat penyumbang sampah terbesar di Indonesia dengan total 2,5 juta ton sampah. Mayoritas jenis sampah yang dihasilkan adalah sisa makanan dengan persentase sebesar 43,16 persen. Sementara itu, berdasarkan sumbernya, mayoritas sampah berasal dari rumah tangga dengan persentase sebesar 59,02 persen.

Gambar 1. 1 Data Timbulan Sampah Indonesia Tahun 2024



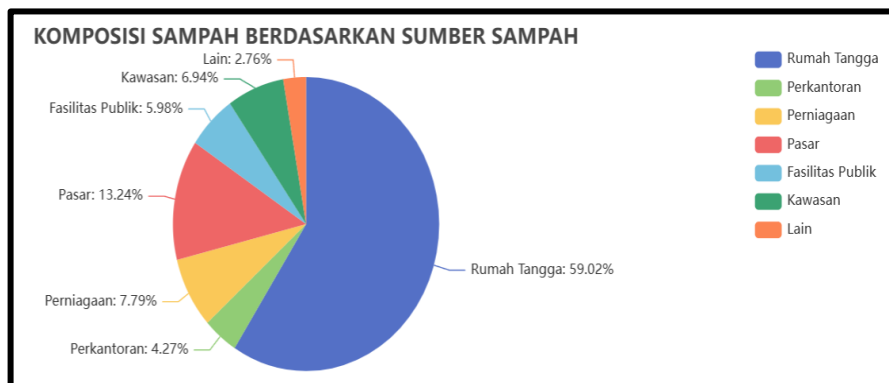
Sumber: SIPSN KLHK

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 pesisir yang merupakan sisa aktivitas manusia, termasuk sampah organik, menjadi bagian dari permasalahan sampah yang kompleks dan penting diperhatikan mengingat jumlahnya yang semakin banyak dan cenderung diabaikan (Kurniawan et al., 2022). Sampah di pesisir merupakan sampah yang berasal dari permukiman di sekitar pantai, transportasi laut, limbah industri, maupun sampah dari udara. Jenisnya pun beragam, meliputi sampah plastik, sisa pengolahan makanan, dan sebagainya (Tangio et al., 2023).

Jumlah sampah di pesisir maupun laut menjadi tinggi karena kebiasaan masyarakat pesisir yang membuang sampah langsung ke laut atau pantai, maupun masyarakat non-pesisir yang membuang sampah ke sungai dan bermuara di laut. Hal ini disebabkan karena adanya anggapan bahwa laut dan sungai merupakan tempat pembuangan akhir, serta pemikiran bahwa tindakan membuang sampah di laut maupun sungai hanya berdampak kecil bagi lingkungan (Tuhumury & Kaliky, 2019). Padahal, sampah laut (*marine debris*) berimbas pada terganggunya jejaring makanan, produktivitas ikan, dan keseimbangan ekosistem di wilayah pesisir (Patuwo et al., 2020). Pada tahap lebih lanjut, sampah ini mengancam habitat laut, kesehatan masyarakat sekitar pesisir, hingga mengakibatkan kerugian sosial ekonomi yang serius (Kurniawan et al., 2022). Pengelolaan sampah yang buruk menjadi masalah lingkungan yang krusial bagi area pesisir (Verzosa et al., 2024). Oleh karena itu, pengelolaan sampah yang efektif sangat penting untuk keberlanjutan lingkungan.

Masalah pengelolaan sampah ini juga terjadi di Kampung Nelayan Tambakrejo, salah satu wilayah dampingan WALHI Jawa Tengah, yang terletak di pesisir utara Semarang, Jawa Tengah. Pada tahun 2018, masyarakat di kampung ini mengalami relokasi dari kawasan BKT (Banjir Kanal Timur), Kelurahan Tambakrejo, ke Hunian Sementara (Huntara) Rumah Deret di RT 06 RW 16 Kelurahan Tanjung Mas, Semarang (Mustofa et al., 2021). Warga Kampung Nelayan Tambakrejo juga belum mendapatkan sertifikat tanah dan bangunan tempat tinggal mereka dari

pemerintah, sehingga relokasi ini juga masih bermasalah (Latifah & Maulana, 2024). Relokasi ini dapat menimbulkan masalah baru.

Menurut Watt (2022), relokasi komunitas dapat membuat komunitas itu kehilangan rasa kepemilikan atas lingkungan tempat tinggal mereka. Kurangnya rasa kepemilikan ini juga berimplikasi pada kurangnya kepedulian akan pengelolaan sampah (Amalia et al., 2020). Hal ini juga terjadi di Kampung Nelayan Tambakrejo, sulit untuk membuat masyarakat peduli akan masalah lingkungan di tempat tinggal mereka saat ini karena mereka tidak memiliki rasa kepemilikan akan hunian sementara mereka, yang berkontribusi pada rendahnya partisipasi dalam pengelolaan lingkungan, khususnya dalam hal pengelolaan sampah (I. Alghofani, komunikasi pribadi, 10 Februari 2025a). Sementara itu, aktivitas sehari-hari dan pekerjaan warga Kampung Nelayan Tambakrejo menyebabkan tingginya volume sampah yang dihasilkan. Kondisi inilah yang menjadi alasan mengapa RT 06 RW 16 Kampung Nelayan Tambakrejo menjadi kawasan yang perlu memiliki sistem pengelolaan sampah yang inovatif dan efektif. Pada saat yang bersamaan, 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 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

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan terhadap 84 orang warga Kampung Nelayan Tambakrejo, mereka belum melakukan pemilahan maupun pengelolaan sampah. Selama ini sampah tercampur di tempat sampah dan dikumpulkan ke petugas kebersihan setiap dua hari sekali untuk dibuang ke lahan kosong di dekat RT 06 yang menjadi Tempat Pembuangan Sementara (TPS). Hal inilah yang membuat timbunan sampah di TPS tidak terbandung (Soniya & Suntiah, 2024).

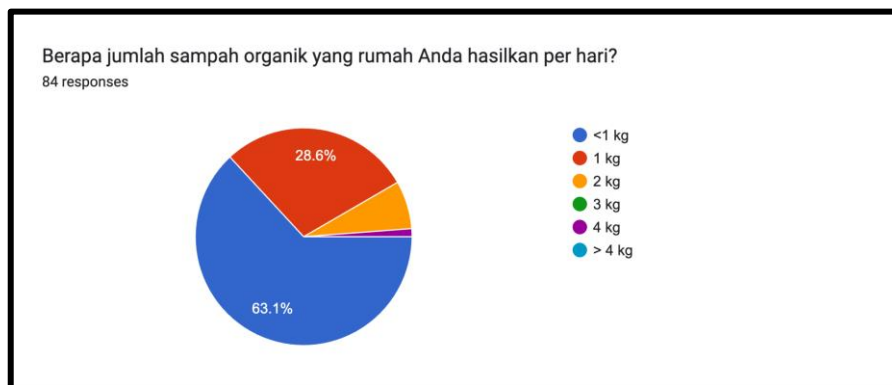
Selain itu, ada pula masyarakat yang masih membuang sampah di sungai sehingga mencemari perairan.

Gambar 1. 7 Jumlah Sampah 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.

Tingginya volume sampah tidak hanya menciptakan masalah kebersihan tetapi juga berpotensi menimbulkan masalah kesehatan dan lingkungan. Sampah yang terus menimbun di wilayah tempat tinggal warga Kampung Nelayan Tambakrejo dan tidak terkelola dengan baik menimbulkan bau tidak sedap dan mengancam

kesehatan masyarakat sekitar. Penyakit yang kerap muncul di antaranya gatal-gatal, diare, hingga Infeksi Saluran Pernapasan Akut (ISPA). Selain itu, ketika air pasang atau rob, tumpukan sampah terbawa oleh air dan menyebabkan sumbatan di drainase atau saluran air (Soniya & Suntiah, 2024). Pada tahap lebih lanjut, sampah organik yang bercampur dengan sampah anorganik dan dibawa ke Tempat Pembuangan Akhir (TPA) dapat menyulitkan proses daur ulang hingga adanya kemungkinan ledakan gas metana jika terkena percikan api atau petir (Khansa et al., 2024).

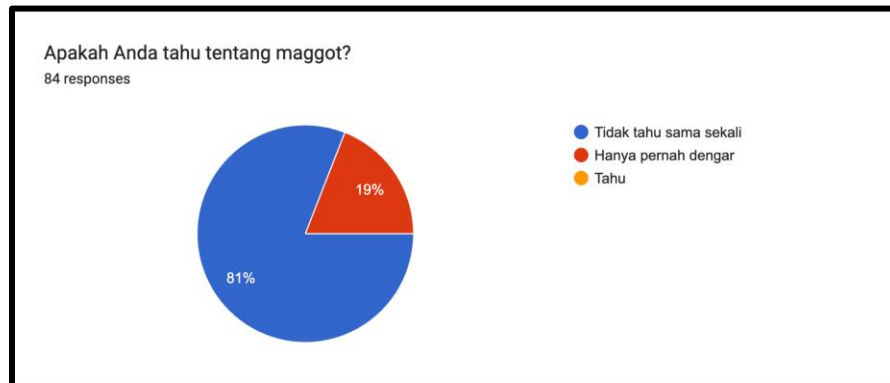
Melihat kondisi ini, Wahana Lingkungan Hidup Indonesia Jawa Tengah (WALHI Jawa Tengah) sebagai organisasi nirlaba yang aktif mendorong perbaikan pengelolaan lingkungan di Jawa Tengah, hadir dan menunjukkan upayanya dalam berkontribusi memperbaiki krisis lingkungan di kawasan Tambakrejo, termasuk soal pengelolaan sampah. Selama beberapa tahun terakhir, WALHI Jawa Tengah aktif melakukan riset masalah lingkungan di Tambakrejo. Pendekatan dengan masyarakat lokal, terutama dengan para pemuda, juga dilakukan WALHI Jawa Tengah untuk membangkitkan kesadaran terkait sampah yang menjadi masalah krusial bagi kawasan pesisir. WALHI Jawa Tengah pernah melakukan sejumlah upaya nyata dalam mengatasi masalah sampah ini, di antaranya sosialisasi tentang bahaya pembakaran sampah, *workshop* pembuatan asbak menggunakan cangkang kerang, dan sebagainya (I. Alghofani, komunikasi pribadi, 10 Februari 2025b).

Kegiatan kampanye lingkungan yang dilakukan WALHI Jawa Tengah melalui serangkaian upaya untuk menciptakan masyarakat yang sadar dan berkontribusi dalam pengelolaan sampah belum sepenuhnya tercapai secara optimal. Infrastruktur pengelolaan sampah yang tersedia seperti tempat sampah organik dan anorganik belum mampu menyadarkan masyarakat untuk memilah sampah (Marzuki, komunikasi pribadi, 23 Maret 2025). Pembuatan asbak dari cangkang kerang yang dilakukan masyarakat Tambakrejo tidak lagi berjalan karena masyarakat tidak memiliki akses untuk memasarkan asbak yang mereka buat. Sejumlah upaya pengelolaan sampah yang pernah diterapkan masyarakat Tambakrejo pada akhirnya belum berjalan efektif dan berkelanjutan.

Minimnya upaya pengelolaan sampah yang diterapkan di kawasan Tambakrejo menginspirasi penulis bersama dengan WALHI Jawa Tengah untuk membangkitkan sistem pengelolaan sampah organik sebagai salah satu hasil dari sampah rumah tangga dengan menggunakan maggot atau larva dari jenis lalat *black soldier fly* (BSF). Sistem ini terinspirasi dari salah satu warga RT lain di Kelurahan Tanjung Mas bernama Joko yang telah menerapkan sistem pengelolaan sampah organik berbasis maggot. Ia telah melakukan budidaya maggot dalam skala besar dan bahkan memperoleh keuntungan dari bisnis pengelolaan sampah organik berbasis maggot ini.

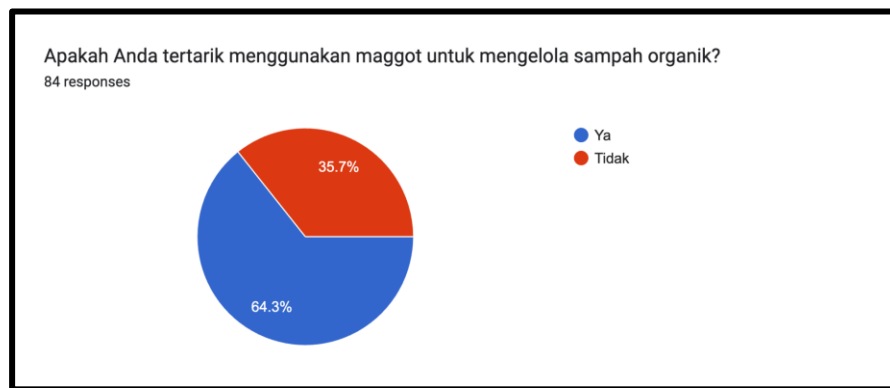
Maggot mampu mengurai atau mendegradasi sampah organik dengan cara mengkonsumsinya. Proses degradasi ini terjadi dengan cepat, tidak berbau, dan menghasilkan kompos organik (Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Probolinggo, 2021). Maggot mampu mengonsumsi sampah organik sebanyak 2 sampai 5 kali bobot tubuhnya dalam waktu 24 jam. Setiap maggot dapat memakan sampah organik hingga 25 hari sampai siap dipanen. Maggot dapat menjadi pakan ikan, ternak, dan sumber nutrisi lainnya karena kaya akan protein, terutama yang sudah menjadi prepupa atau bangkai lalat BSF. Sementara itu, kotoran maggot dapat dimanfaatkan sebagai pupuk. Proses penguraian sampah organik ini aman bagi kesehatan manusia karena BSF bukanlah jenis lalat yang membawa penyakit. Ternak maggot dapat dilakukan dalam skala rumahan hingga industri (Dinas Lingkungan Hidup Kota Semarang, 2023). Selain menjadi solusi efektif dalam mengelola sampah organik, maggot juga dapat menjadi peluang bisnis karena menghasilkan nilai tambah ekonomi yang tinggi (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

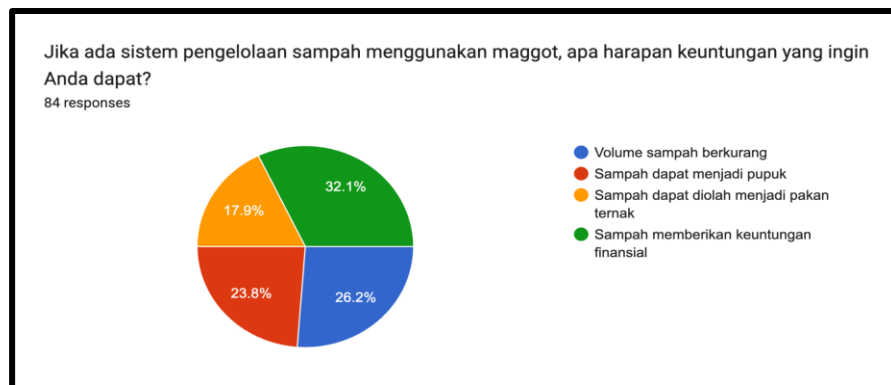
Gambar 1. 12 Ketersediaan untuk Menggunakan Maggot Jika Difasilitasi



Sumber: Data Hasil Survei

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

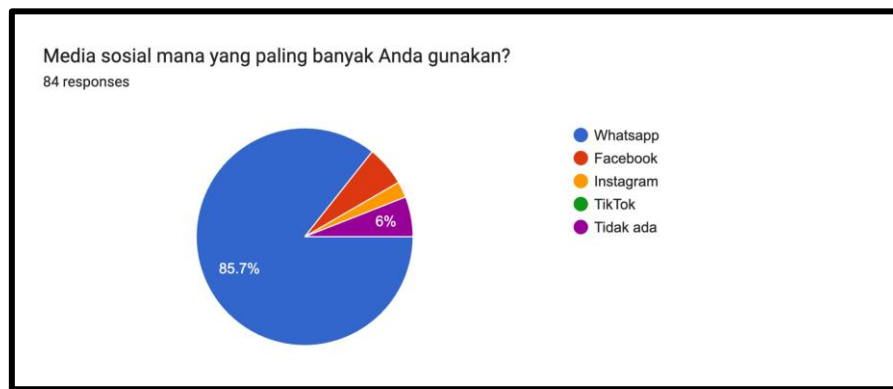


Sumber: Data Hasil Survei

Sistem ini dapat memberikan sejumlah dampak positif, di antaranya mengurai sampah organik seperti sisa makanan dan daun-daun kering agar tidak tercampur dengan sampah anorganik lainnya dan mencegah pencemaran oleh sampah organik. Sistem ini juga dapat menumbuhkan kesadaran dan sikap untuk menjaga lingkungan

melalui pengelolaan sampah yang sistematis. Di samping itu, sistem ini mampu memberikan keuntungan finansial bagi masyarakat Tambakrejo seperti efisiensi biaya untuk pakan ternak dan pupuk tanaman hingga penjualan biomassa maggot yang tinggi protein yang dapat menjadi penghasilan tambahan bagi pelaku budidaya maggot. Hal ini sesuai dengan harapan mayoritas warga yang mengharapkan keuntungan ekonomis dari sistem pengelolaan sampah yang ada, baik itu untuk dijual kembali maupun untuk pupuk dan pakan ternak mereka sehingga menciptakan efisiensi biaya. Sementara itu, warga lainnya tidak mengharapkan lebih dari sistem pengelolaan sampah organik berbasis maggot ini. Mereka hanya berharap sistem ini dapat mengurangi volume sampah di lingkungan mereka.

Gambar 1. 14 Penggunaan Media Sosial Warga Kampung Nelayan Tambakrejo



Sumber: Data Hasil Survei

Penulis kemudian bermaksud merancang kampanye ini dengan mengadopsi sistem Integrated Marketing Communication (IMC) dengan cara mengkombinasikan kampanye luring (*offline*) dan daring (*online*). Kampanye luring dilakukan dengan sistem *community empowerment*, sementara kampanye daring dilakukan melalui penyebaran konten-konten edukasi pengelolaan sampah dengan maggot melalui grup WhatsApp. Pemilihan grup WhatsApp sebagai saluran penyebaran konten edukasi kepada masyarakat didasarkan pada data survei yang menunjukkan bahwa mayoritas masyarakat Kampung Nelayan Tambakrejo menggunakan WhatsApp sebagai media sosial utama mereka. WhatsApp digunakan

sebagai media komunikasi daring utama untuk saling terhubung. Setiap organisasi masyarakat lokal juga memiliki grup WhatsApp tersendiri untuk menjalin koordinasi antar anggota, seperti grup WhatsApp PKK dan Karang Taruna.

Community empowerment dilakukan karena penyuaran isu-isu lingkungan tidak akan menjadi berarti tanpa adanya partisipasi publik yang menyertai. Partisipasi publik memungkinkan adanya kolaborasi antar berbagai pihak demi pendekatan yang lebih komprehensif dan terintegrasi dalam aksi-aksi lingkungan dan pembangunan berkelanjutan (Ruppel & Houston, 2023). Keterlibatan dalam berbagai aksi lingkungan memungkinkan masyarakat semakin menyadari, memahami, dan memiliki rasa ‘kepemilikan’ atas isu tersebut. Adanya partisipasi publik juga mendorong munculnya berbagai pandangan yang variatif akan suatu isu yang mempengaruhi pembuatan kebijakan dan pengambilan keputusan secara lebih efektif dan berkelanjutan. Dengan demikian, setiap individu memiliki kepentingan untuk berpartisipasi dalam melindungi dan memperjuangkan keberlanjutan lingkungan. Inilah yang menjadi alasan mengapa *community empowerment* perlu digencarkan untuk mengajak keterlibatan masyarakat dalam gerakan pengelolaan sampah yang dapat dimulai dari diri sendiri dan lingkungan terdekat. Pada saat yang bersamaan, kampanye daring melalui penyebaran konten di grup WhatsApp dilakukan sebagai bentuk media pendukung dalam program kampanye lingkungan ini.

Gambar 1. 15 Pengelola Sampah dalam Setiap Rumah Tangga



Sumber: Data Hasil Survei

Community empowerment ini akan melibatkan ibu-ibu PKK sebagai salah satu target 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, rangkaian program *community empowerment* yang dilakukan juga menyasar pada bapak-bapak.

Program kampanye ini akan mengadopsi model pemasaran sosial dari Philip Kotler untuk merangkai konsep, strategi, dan taktik yang akan dijalankan dalam mencapai suatu perubahan dalam masyarakat, yakni adanya perilaku pengelolaan sampah organik dengan menggunakan maggot di RT 06 RW 16 Kampung Nelayan Tambakrejo. Dengan melibatkan masyarakat dalam proses pengelolaan sampah, diharapkan hal ini dapat meningkatkan kesadaran, mengubah perilaku, dan menciptakan lingkungan yang lebih bersih dan sehat. Melalui pendekatan ini, diharapkan masyarakat dapat merasakan manfaat langsung dari pengelolaan sampah yang baik, serta membangun kembali rasa kepemilikan terhadap lingkungan mereka.

1.2 Rumusan Masalah

Pengelolaan sampah yang efektif menjadi suatu langkah penting dalam menghadapi permasalahan sampah pesisir yang merajalela, khususnya di kawasan Kampung Nelayan Tambakrejo. Salah satunya adalah dengan memanfaatkan maggot, yaitu larva lalat *black soldier fly* (BSF), untuk mengurai sampah organik. Selain sistem pengelolaan sampah yang jelas dan memadai, diperlukan pula partisipasi publik agar sistem yang ada berjalan dengan baik dan dapat berkelanjutan. Hal ini menjadi suatu hal yang esensial dalam keberlanjutan lingkungan di wilayah pesisir.

Meski demikian, saat ini masyarakat Kampung Nelayan Tambakrejo belum menerapkan pengelolaan sampah yang baik, termasuk memanfaatkan maggot yang mampu memberikan manfaat besar dalam pengurangan volume sampah di pesisir. Banyaknya sampah organik dan anorganik yang masih tercampur, tidak terkelolanya sampah hingga menumpuk di Tempat Pembuangan Sementara (TPS), sampai tercemarnya sungai oleh sampah di kawasan ini merupakan bukti nyata masih kurangnya perilaku pengelolaan sampah di kawasan Kampung Nelayan Tambakrejo. Pengetahuan warga akan banyaknya manfaat dari penggunaan maggot yang masih kurang hingga pemikiran bahwa maggot menghasilkan bau dan menjijikan menjadi alasan mengapa maggot belum menjadi sistem pengelolaan sampah yang diterapkan di Kampung Nelayan Tambakrejo. Pada saat yang bersamaan, menurut hasil survei, masyarakat sebenarnya tertarik untuk menggunakan sistem ini selama ada fasilitas yang memadai seperti infrastruktur dan pengelolanya.

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 (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) adalah alat sederhana untuk menilai posisi kompetitif dalam rangka merumuskan strategi yang tepat untuk melakukan sesuatu. Penggunaan analisis ini sangat penting untuk memberikan gambaran menyeluruh terkait berbagai faktor yang dapat mempengaruhi keberhasilan pengelolaan sampah organik berbasis maggot. Berikut ini merupakan analisis SWOT dari pengelolaan sampah organik berbasis maggot.

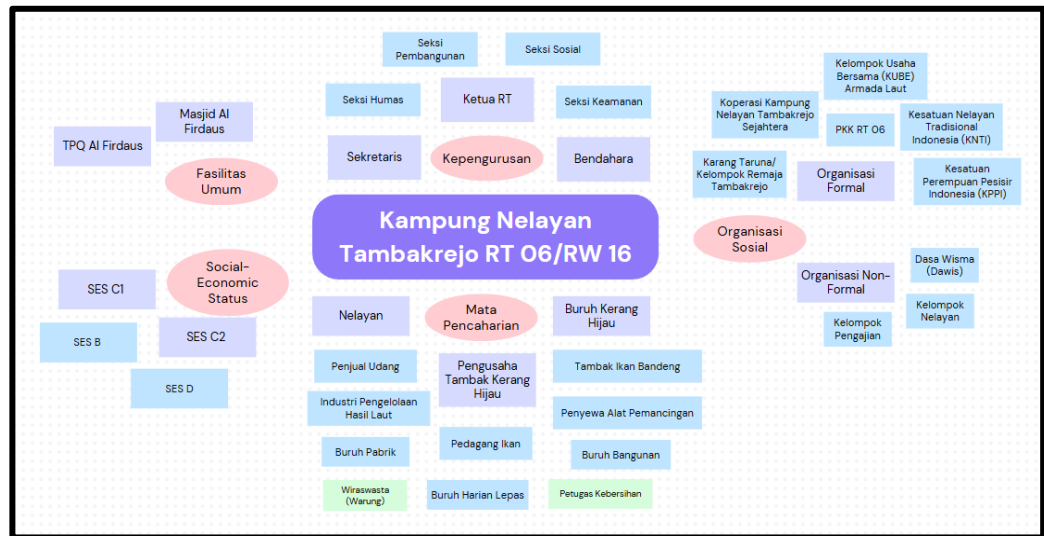
Tabel 1. 1 Analisis SWOT

<i>Strength</i>	Kemampuan mengurangi sampah organik: Maggot dapat menjadi solusi efektif untuk mengurai limbah organik, seperti sisa makanan, yang menjadi salah satu masalah utama di kawasan pesisir. Penggunaan maggot dalam mengurangi sampah organik dapat meningkatkan kebersihan serta mengurangi pencemaran lingkungan.
	Alternatif pakan ternak: Maggot sebagai hewan yang mengandung protein tinggi dapat digunakan sebagai pakan ternak dan umpan pancing. Hal ini dapat dimanfaatkan untuk mengurangi ketergantungan pada pakan komersial yang relatif lebih mahal, sehingga dapat mengurangi anggaran biaya nelayan dan meningkatkan pendapatan masyarakat.
	Peluang pendapatan tambahan: Hasil panen maggot dapat dijual secara langsung maupun dalam bentuk produk sampingannya, seperti pupuk organik dari kasgot (kotoran maggot), sehingga dapat menjadi penghasilan tambahan bagi masyarakat.
	Mendorong kesadaran lingkungan di kalangan masyarakat: Sistem pengelolaan sampah berbasis maggot dapat meningkatkan kepedulian masyarakat terkait pentingnya pengelolaan sampah yang berkelanjutan. Hal ini dapat mendorong perubahan perilaku ramah lingkungan jangka panjang.
	Kekuatan solidaritas sosial: Jiwa komunal (kebersamaan) yang kuat di antara masyarakat menjadi potensi sosial kuat yang mendukung keberhasilan program secara kolektif.
<i>Weakness</i>	Minimnya pengetahuan dan keterampilan teknis: Banyak dari masyarakat yang masih belum mengetahui cara melakukan budidaya maggot. Oleh karena itu, pelatihan intensif dan pendampingan berkelanjutan diperlukan untuk memastikan kemampuan dan kemandirian warga dalam menjalankan sistem ini.

	Modal awal: Untuk melakukan budidaya maggot, diperlukan modal awal berupa infrastruktur, seperti kandang maggot dan peralatan budidaya. Hal ini tentu menjadi kendala untuk masyarakat berpenghasilan rendah. Namun, dukungan biaya dari WALHI Jawa Tengah maupun kerja sama dengan lembaga lain yang memiliki visi sejalan dapat menjadi solusi dari masalah biaya ini.
	Sulitnya perubahan perilaku: Mengubah kebiasaan lama dalam membuang sampah mungkin sulit dilakukan. Oleh karena itu, diperlukan waktu dan pendekatan yang tepat untuk menghadapi hal ini dengan pemberian dorongan motivasional dan insentif untuk mendorong perubahan perilaku.
	Persepsi negatif terhadap maggot: Sebagian besar masyarakat memiliki pandangan bahwa maggot menjijikan karena identik dengan belatung lalat. Di samping itu, mereka juga berpikir maggot akan menimbulkan bau tidak sedap meskipun sebenarnya bau timbul karena pembusukan makanan yang belum sepenuhnya terurai maggot. Hal ini membuat masyarakat enggan memelihara maggot secara langsung. Penempatan maggot di lokasi yang strategis (tidak terlalu dekat dengan rumah warga) dan pemberian bubuk kopi untuk menyerap bau dapat dilakukan untuk mengatasi hal ini.
<i>Opportunities</i>	Permintaan pasar: Kebutuhan akan pakan ternak dan pupuk organik alternatif yang meningkat menjadi potensi untuk bisnis maggot sebagai solusi alternatif.
	Dukungan pemerintah: Agenda pemerintah dalam pengurangan limbah serta pemberdayaan masyarakat lokal membuka potensi diperolehnya dukungan dari pemerintah setempat akan sistem ini, baik dalam bentuk pelatihan, finansial, maupun akomodasi.
	Kolaborasi dengan lembaga lain: Kerja sama strategis dapat dibangun dengan universitas, organisasi non-profit, CSR perusahaan, maupun lembaga riset dalam mengembangkan program ini. Kerja sama ini membuka peluang untuk pendanaan, pengembangan pengetahuan dan teknologi, bahkan jaringan pelaksanaan program yang lebih luas.
	Diversifikasi produk: Maggot tidak hanya dapat dijual secara mentah, melainkan dapat diolah dan dikembangkan menjadi berbagai produk olahan, seperti minyak atau tepung maggot, yang memiliki nilai jual tinggi.
	Peningkatan kualitas lingkungan pesisir: Pelaksanaan program ini secara berkelanjutan memungkinkan adanya perbaikan kondisi lingkungan di wilayah pesisir sehingga terjadi keberlanjutan lingkungan dan sumber penghidupan masyarakat nelayan.
<i>Threats</i>	Dampak perubahan iklim dan cuaca ekstrem: Budidaya maggot dapat terganggu apabila terjadi perubahan iklim atau cuaca ekstrem, seperti bencana alam banjir rob yang dapat merusak infrastruktur maggot. Oleh karena itu, diperlukan pertimbangan lebih untuk memastikan lokasi penempatan infrastruktur aman.
	Kurangnya konsistensi: Program ini tidak akan berkelanjutan apabila tidak didukung oleh komitmen dan konsistensi yang kuat dari warga dan para pengelola. Perencanaan yang matang dalam pemasaran sosial yang menyeluruh dapat dilakukan untuk memastikan keterlibatan aktif masyarakat dan menjamin keberlanjutan.

1.3.2 Social Mapping

Gambar 1. 16 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.

Kampung Nelayan Tambakrejo RT 06 RW 16 yang merupakan daerah yang menjadi sasaran kampanye memiliki sejumlah pengurus, di antaranya Ketua RT, Sekretaris, Bendahara, serta beberapa seksi bidang yang meliputi Seksi Humas, Seksi Pembangunan, Seksi Sosial, dan Seksi Keamanan. Selain pengurus inti kampung, terdapat pula beberapa kelompok masyarakat yang berfokus pada bidang-bidang sosial tertentu.

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.

Mayoritas warga RT 06 RW 16 Kampung Nelayan Tambakrejo berprofesi sebagai nelayan. Selain nelayan, banyak pula dari mereka yang bekerja sebagai pengusaha tambak kerang hijau maupun buruh kerang hijau. Selain dari ketiga pekerjaan tersebut, warga lainnya juga bekerja di seputar sektor perikanan dan kelautan, di antaranya penjual udang, pedagang ikan, tambak ikan bandeng, industri pengelolaan hasil laut, hingga penyewa alat pemancingan. Sebagian dari mereka juga bekerja sebagai buruh pabrik dan buruh bangunan. Sisanya bekerja sebagai petugas kebersihan dan wiraswasta seperti membuka usaha warung di sekitar kampung.

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). Mayoritas masyarakat merupakan golongan SES C1 dan SES C2. 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.

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



Sumber: Data Hasil Survei

Kondisi Kampung Nelayan Tambakrejo RT 06 RW 16 dapat dilihat secara lebih rinci dari segi sampah. RT 06 menghasilkan berbagai jenis sampah, baik itu sampah organik maupun anorganik. Sampah organik yang paling banyak dihasilkan adalah sisa makanan, daun kering, dan cangkang kerang, sementara sampah anorganik yang paling banyak adalah botol plastik dan kemasan makanan atau minuman. Selain itu, banyak dijumpai pula sampah anorganik seperti sedotan, tisu, kantong kresek, karung, *styrofoam*, dan sendok plastik, meskipun jumlahnya tidak sebanyak lima jenis sampah sebelumnya.

Kayu dan kulit buah menjadi contoh sampah organik yang juga kerap ditemukan. Banyaknya warga yang memelihara ternak seperti ayam dan bebek juga membuat kotoran ternak tentu menjadi sampah yang banyak dihasilkan setiap harinya. Berdasarkan observasi di lapangan, terdapat pula beberapa jenis sampah yang ditemukan di sekitar kampung namun tidak terlalu banyak dari segi kuantitas jika dibanding jenis sampah lainnya, antara lain rokok, kardus, ranting, dan bungkus detergen.

Seluruh jenis sampah ini dihasilkan dari berbagai sumber. Paling banyak berasal dari rumah tangga, nelayan, dan pengupas kerang, mengingat Kampung Nelayan Tambakrejo merupakan kawasan pesisir yang banyak dihuni oleh nelayan. Di samping itu, anak-anak, peternak, industri pengelola hasil laut, dan penjual hasil tangkapan laut juga cukup banyak menghasilkan sampah. Sampah lainnya berasal dari fasilitas umum yang ada di RT 06, yaitu Masjid Al Firdaus dan TPQ Al Firdaus.

Terdapat dua infrastruktur pendukung pengelolaan sampah yang ada di RT 06 RW 16 Kampung Nelayan Tambakrejo, yaitu tempat sampah dan Tempat Pembuangan Sementara (TPS). Pengelolaan sampah yang dihasilkan warga RT 06 selama ini dilakukan dengan berbagai cara. Mayoritas warga hanya membuang sampah pada tempatnya tanpa dipilah terlebih dahulu. Sampah dari setiap rumah tangga ini akan diangkut oleh petugas kebersihan yang berkeliling setiap dua hari sekali. Sampah ini akan dibawa ke Tempat Pembuangan Sementara (TPS). Namun, ada pula warga yang membuang sampah dengan dipilah antara sampah organik dengan anorganik. Sampah plastik yang dipilah kemudian dijual ke pendaaur ulang. Selain itu, ada beberapa warga yang masih melakukan pembakaran sampah.

Untuk menciptakan sistem pengelolaan sampah yang lebih baik di RT 06, terdapat sejumlah tokoh atau aktor yang dapat berperan penting dalam membantu WALHI Jawa Tengah dan Green Voice Indonesia untuk melakukan kampanye pengelolaan sampah yang baik kepada warga. Aktor yang paling berpengaruh adalah ketua RT bernama Rohmadi. Ketua RT berpengaruh karena menjadi tokoh yang dihormati masyarakat sekaligus sebagai salah satu pemuka agama di Kampung Nelayan Tambakrejo. Ibu RT selaku ketua PKK RT 06 yang bernama Fadhilah juga memiliki peranan yang sangat penting mengingat ibu merupakan orang yang paling banyak memegang kendali atas urusan rumah tangga, termasuk soal sampah. Fadhilah dapat mengajak ibu-ibu anggota PKK atau Dasa Wisma (DaWis) lain untuk

turut memilah sampah mereka. Di samping itu, pemuka agama merupakan tokoh yang dihormati masyarakat Kampung Nelayan Tambakrejo sehingga akan sangat berpengaruh dalam membantu mensosialisasikan kampanye pengelolaan sampah berbasis maggot. Pemuka agama yang ada selain Ketua RT bernama Sufhal. Para pemuka agama ini dapat mengkombinasikan pesan kampanye dengan ayat-ayat suci Al-Qur'an melalui ceramah di masjid atau dalam pengajian.

Di Kampung Nelayan Tambakrejo, terdapat sejumlah tokoh aktivis/pemerhati lingkungan yang juga memegang peranan penting dalam mempengaruhi warga lain untuk melakukan pemilahan dan pengelolaan sampah menggunakan maggot, di antaranya adalah Marzuki dan Syafiq. Karang taruna juga berperan penting karena menjadi perwakilan generasi muda yang turut menjadi contoh atau penggerak bagi anak muda lainnya untuk melakukan aksi merawat lingkungan melalui pengelolaan sampah. Selain itu, perwakilan WALHI Jawa Tengah yang telah lama berbaur dengan masyarakat sekitar Kampung Nelayan Tambakrejo dan pemerintah daerah yang mendirikan permukiman ini juga dapat mendukung program kampanye ini.

Tujuan kampanye tidak akan tercapai apabila gerakan yang digalakkan tidak mendapat dukungan dari pihak-pihak lain selain dari tokoh-tokoh utama yang paling berpengaruh. Oleh karena itu, kampanye ini perlu mendapat dukungan juga dari Ibu RW dan organisasi sosial seperti KUBE Armada Laut, yang menurut survei menjadi subjek yang dipercaya masyarakat dan mampu menjadi salah satu media penyebaran pesan kampanye. Meskipun fokus kelompok KUBE tidak pada pengelolaan lingkungan, namun mereka dapat turut berkontribusi dengan mempraktikkan pesan kampanye dalam kehidupan mereka sehari-hari serta menyebarkan pengetahuan dan memberi contoh melalui aksi kepada warga lain.

1.3.3 Analisis Kompetitor

Kampanye pengelolaan sampah organik menggunakan maggot dengan target audiens warga RT 06 RW 16 Kampung Nelayan Tambakrejo memiliki sejumlah tantangan atau kompetitor yang mungkin menghambat keberjalanan kampanye dan menurunkan potensi perubahan perilaku yang diinginkan dari kampanye ini, yaitu pengelolaan sampah organik dengan maggot. Kompetitor ini dibagi ke dalam dua jenis yaitu perilaku masyarakat dan 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 tangga	Mencegah bercampurnya sampah organik dan anorganik yang bisa menyebabkan munculnya gas metana yang berbahaya bagi lingkungan	Membutuhkan niat lebih untuk memisahkan sampah 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 sekadar membuang sampah
Memanen maggot	Maggot kaya akan protein sehingga bisa menjadi pakan ternak atau umpan pancing yang	Membutuhkan ketekunan untuk merawat dan menunggu siklus maggot hingga siap

	bergizi Maggot kering bisa dijual ke peternak atau dikelola menjadi cemilan maupun minyak maggot	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 yang dapat mengatasi permasalahan tentang pengelolaan sampah organik secara efisien. Budidaya maggot untuk mengelola sampah organik bisa menjadi pilihan yang praktis, tidak berbau, dan memiliki potensi ekonomi. Dengan menggunakan maggot, masyarakat dapat langsung melihat hasil pengelolaan sampah yang tidak hanya membantu mengurangi limbah, tetapi juga memberikan keuntungan finansial, misalnya, dengan penjualan kotoran maggot menjadi pupuk. Selain itu, maggot memiliki potensi sebagai pakan ternak yang dapat dijual, yang merupakan peluang ekonomi bagi masyarakat. Adapun untuk mencapai pengelolaan sampah organik berbasis maggot perlu memperhatikan model AIDA dari maggot itu sendiri.

Untuk perhatian atau *attention*, konsep penggunaan maggot untuk mengelola sampah organik saat ini sudah diketahui atau menjadi perhatian beberapa warga meskipun pengetahuannya masih terbatas dan terdapat beberapa tantangan dalam hal permasalahan psikologis warga terhadap maggot, seperti pandangan bahwa maggot bau, menjijikan, dan merupakan sistem yang kompleks. Di samping itu, sebagian besar masyarakat belum memiliki pengetahuan yang cukup terkait maggot. Pada tahap ini, upaya yang perlu dilakukan adalah memberikan pemahaman kepada warga bahwa maggot merupakan hewan yang sangat bermanfaat untuk lingkungan karena mampu mengatasi permasalahan sampah organik. Budidaya maggot pun cukup mudah, tergolong murah, dan tidak membutuhkan waktu yang banyak. Bau yang mungkin dihasilkan dalam sistem pengelolaan sampah organik dengan maggot bukan berasal dari maggot itu sendiri, melainkan dari sampah organik yang menumpuk. Bau dapat diatasi dengan kontrol saat memberikan sampah agar tidak terlalu banyak dan pemberian ampas atau bubuk kopi untuk menyerap bau. Maggot juga tidak menjijikan karena merupakan larva lalat BSF yang bersih dan tidak membawa penyakit. Edukasi ini dapat dicapai melalui pengadaan *workshop* dan penyebaran *printed materials*, seperti poster dan leaflet.

Untuk minat atau *interest*, sebagian masyarakat yang sudah pernah mendengar soal maggot memiliki minat yang rendah untuk memanfaatkan sistem ini karena masih memiliki pandangan bahwa maggot bau, menjijikan, serta merupakan sistem yang kompleks dan memakan waktu. Untuk itu, kampanye akan dilakukan dengan mengedepankan *key message* yang dapat mengatasi atau menjawab kekhawatiran warga terhadap maggot. Hal ini dapat dilakukan dengan penyampaian pesan bahwa seluruh persepsi negatif tersebut memiliki jawaban solutif. Di sisi lain, perlu ditekankan juga bahwa maggot dapat memberikan keuntungan ekonomi bagi warga karena hasil panennya

dapat dijual. Hal ini dilakukan melalui penyebaran konten daring serta edukasi melalui agenda pertemuan koperasi dan karang taruna.

Untuk keinginan atau *desire*, saat ini belum ada masyarakat yang memiliki keinginan langsung untuk menerapkan maggot untuk mengelola sampah organik karena belum adanya perhatian dan minat dari mereka. Untuk mencapai dan meningkatkan tahap ini, pendekatan dapat dilakukan dengan pemberian contoh praktik langsung penguraian sampah organik dengan maggot untuk memberikan pengalaman kepada warga. Selain itu, akan disampaikan pula bahwa proses pengelolaan sampah berbasis maggot ini akan difasilitasi dengan pengelola dan pendampingan. Untuk mencapai hal ini, dilakukan kegiatan edukasi secara *door-to-door* dan dalam pertemuan PKK.

Tindakan (*action*) pengelolaan sampah menggunakan maggot belum dijalankan karena masih kurangnya perhatian, minat, dan keinginan. Di samping itu, belum ada fasilitas yang tersedia untuk mulai menerapkan sistem pengelolaan sampah berbasis maggot ini. Oleh karena itu, penyediaan berbagai fasilitas seperti infrastruktur berupa *maggot kit*, modul pembelajaran sebagai panduan dalam merawat maggot, serta pendampingan terhadap masyarakat dan pengelola maggot diperlukan untuk mendukung tindakan memilah dan mengelola sampah organik dengan menggunakan maggot.

1.3.5 Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar menjadi salah satu analisis strategis yang penting dilakukan dalam kampanye pemasaran sosial. Pada segmentasi pasar, audiens dikelompokkan ke dalam kelompok yang lebih homogen, untuk dievaluasi berdasarkan indikator yang relevan guna menentukan segmen atau kelompok audiens yang menjadi prioritas utama pelaksanaan 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 Kepribadian	SES C – D Tradisional, sederhana, komunal, ketergantungan pada 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>

Adapun target primer dan target sekunder dari kampanye ini berdasarkan segmentasi pasar yang telah dilakukan adalah sebagai berikut:

Tabel 1. 5 Target Pasar

Target Primer	Ibu-ibu PKK yang mayoritas berperan sebagai pengelola sampah organik rumah tangga (P, 29-61, SES D).
Target Sekunder	Karang taruna sebagai organisasi kepemudaan lokal yang berpotensi berperan aktif dalam mengumpulkan sampah organik warga dan mengelola infrastruktur maggot (L/P, 16-35, SES C-D).

	Anggota koperasi yang bekerja sebagai nelayan, pengusaha tambak, peternak, dan pelaku usaha lainnya yang berpotensi menyerap hasil budidaya maggot (L/P, 29-61, SES C1-C2).
	Perangkat RT yang memiliki otoritas pengelolaan lingkungan setempat dapat menjadi agen yang dapat mempengaruhi warga lain untuk mengelola sampah organik dengan infrastruktur maggot yang telah disediakan (L, 40-60, SES C-D).

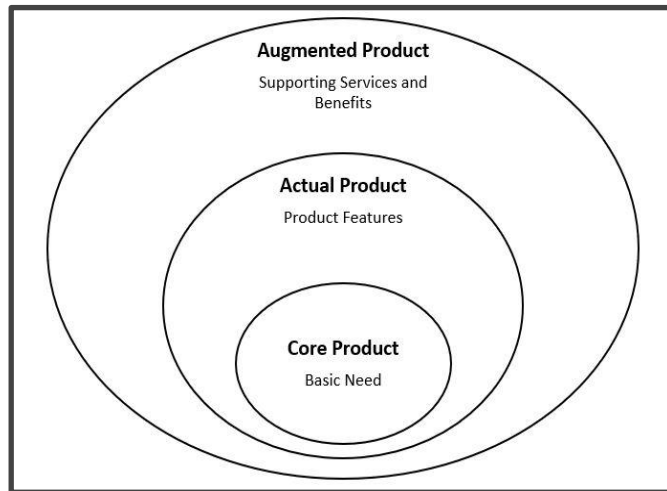
1.4 Tujuan

Tujuan dari kegiatan karya bidang ini adalah untuk meningkatkan keterlibatan 16 rumah warga Kampung Nelayan Tambakrejo, RT 06 RW 16, Kelurahan Tanjung Mas, Kecamatan Semarang Utara untuk mengelola sampah organik menggunakan maggot dalam waktu dua bulan.

1.5 Kerangka Konsep

Proyek karya bidang ini dirancang dengan berlandaskan kerangka teori pemasaran sosial yang dikemukakan oleh Philip Kotler. Dalam konteks pemasaran sosial, produk yang ditawarkan tidak terbatas pada benda fisik atau jasa, melainkan juga dapat dalam bentuk perilaku yang diharapkan serta manfaat dari perilaku tersebut (Kotler et. al., 2002). Pemasaran sosial ini mencakup penyediaan sarana dan pelayanan nyata guna mendukung terjadinya perubahan perilaku pada kelompok sasaran. Dengan demikian, produk dalam pemasaran sosial dapat dimaknai sebagai serangkaian manfaat yang komprehensif yang dapat menjawab kebutuhan kelompok sasaran yang relevan dengan adopsi perilaku yang diharapkan.

Gambar 1. 18 Tiga Tingkat Produk Pemasaran Sosial



Sumber: Philip Kotler (2002)

Teori pemasaran sosial membagi produk menjadi tiga tingkat, yaitu *core product*, *actual product*, dan *augmented product*. Kerangka konseptual ini berperan penting dalam perancangan program pemasaran sosial, khususnya dalam perumusan dan pengembangan strategi produk yang efektif guna mendorong perubahan perilaku pada kelompok sasaran. Adapun produk kegiatan karya bidang ini dapat dirincikan sebagai berikut:

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, infrastruktur (tempat dan peralatan) untuk dikelola, dan modul pembelajaran

Core product adalah inti dari produk yang ditawarkan dengan fokus pada manfaat yang akan diperoleh kelompok sasaran. *Core product* dalam konteks pemasaran sosial merujuk pada jawaban atas berbagai pertanyaan mendasar, seperti “Manfaat apa yang akan diperoleh audiens jika mengadopsi perilaku yang ditawarkan?”, “Kebutuhan apa yang akan terpenuhi melalui perubahan perilaku ini?”, dan “Masalah apa yang akan teratasi melalui adopsi perilaku tersebut?”

Dengan kata lain, *core product* merepresentasikan manfaat utama dari adopsi perilaku yang akan dirasakan oleh audiens, yang dianggap paling bernilai dan relevan oleh mereka. *Core product* dalam kegiatan ini adalah kontribusi nyata masyarakat Kampung Nelayan Tambakrejo terhadap kebersihan lingkungan. Melalui pengelolaan sampah organik secara efektif, volume sampah yang dibuang ke tempat pembuangan akhir akan berkurang, emisi gas rumah kaca dapat turun, dan tercipta lingkungan yang lebih bersih dan sehat.

Actual product mengacu pada perilaku spesifik yang dikampanyekan, yaitu tindakan nyata yang perlu dilakukan audiens guna mendapat manfaat seperti yang tertera dalam *core product*. Dalam konteks kegiatan ini, *actual product* mengacu pada praktik pengelolaan sampah organik dengan menggunakan maggot. Masyarakat Kampung Nelayan Tambakrejo didorong untuk mampu memilah sampah organik dan anorganik, serta memberikan sampah organik, seperti sisa makanan, ke maggot untuk diolah. Dengan demikian, audiens dapat melihat secara langsung bagaimana sisa makanan tersebut dapat diubah maggot menjadi sesuatu yang penuh nutrisi, seperti untuk pakan ternak maupun sebagai kotorannya yang menjadi pupuk dalam pertanian.

Augmented product meliputi berbagai elemen tambahan, baik berupa benda maupun layanan, yang ditawarkan bersamaan dengan perilaku yang diharapkan. Produk ini berperan sebagai elemen pelengkap yang berperan penting dalam mendukung adopsi perilaku, mengurangi potensi hambatan untuk perubahan perilaku, serta memastikan keberlanjutan perubahan perilaku. *Augmented product* mengambil peran untuk memperkuat citra merek yang pada gilirannya dapat meningkatkan atensi, daya tarik, dan pengingatan (*recall*) target audiens terhadap perilaku yang diharapkan. Dalam konteks program ini, *augmented product*-nya adalah maggot sebagai hewan pengurai sampah organik dan infrastrukturnya berupa kandang dan berbagai peralatan untuk budidaya maggot, serta modul pembelajaran sebagai panduan melakukan budidaya maggot.

1.6 Strategi Komunikasi

Green Voice Indonesia bekerja sama dengan WALHI Jawa Tengah dalam rangka pelaksanaan berbagai strategi komunikasi guna meningkatkan keterlibatan masyarakat Kampung Nelayan Tambakrejo dalam pengelolaan sampah organik berbasis maggot. Strategi komunikasi ini menggunakan konsep dasar *marketing mix*, yang terdiri dari *product*, *price*, *place*, dan *promotion* yang dijelaskan secara rinci di bawah ini:

1.6.1 Product

Dalam konteks pemasaran sosial, produk memiliki makna apa yang akan dijual, perilaku yang diharapkan, serta manfaat yang bisa diperoleh kelompok sasaran dari adopsi perilaku (Kotler et. al., 2002). Hal ini juga meliputi *tangible object* atau fasilitas yang digunakan untuk mendukung dan memfasilitasi perubahan perilaku target audiens. Kegiatan karya bidang ini membagi produk menjadi tiga tingkat, yakni *core product*, *actual product*, dan *augmented product* dengan detail sebagai berikut:

1.6.1.1 Core Product

Core product (produk inti) dalam proyek ini adalah kontribusi nyata terhadap peningkatan kualitas kebersihan lingkungan. Melalui pengelolaan sampah organik secara efektif, jumlah sampah yang akan masuk ke tempat pembuangan akhir (TPA) dapat berkurang serta berkontribusi pada penurunan emisi gas rumah kaca. Hal ini mendorong terciptanya lingkungan yang lebih bersih dan sehat.

1.6.1.2 Actual Product

Actual product dalam proyek ini adalah partisipasi aktif masyarakat Kampung Nelayan Tambakrejo dalam praktik pengelolaan sampah organik dengan menggunakan maggot. Hal ini dilakukan dengan cara

warga memilah sampah organik dan memberikannya ke maggot untuk diurai. Maggot tidak hanya digunakan untuk mengurai sampah organik seperti sisa makanan, melainkan juga dapat menjadi pakan alternatif seperti pakan ternak maupun umpan pancing.

1.6.1.3 *Augmented Product*

Augmented product pada proyek ini meliputi pengadaan maggot, infrastruktur pendukungnya, dan modul pembelajaran sebagai *free educational service* dalam melakukan budidaya maggot. Maksud pengadaan maggot adalah sebagai objek utama pengelolaan sampah organik karena kemampuannya dalam mengurai sampah organik dalam jumlah besar menjadi produk lain seperti pupuk organik dari kotorannya. Sementara itu, infrastruktur maggot dan modul pembelajaran bertujuan sebagai komponen penunjang dalam proses budidaya maggot sehingga masyarakat Kampung Nelayan Tambakrejo siap melakukan praktik pengelolaan sampah berbasis maggot ini dan proses penguraian sampah berlangsung optimal.

1.6.2 *Price*

Konsep harga dalam kerangka pemasaran sosial merujuk pada segala bentuk biaya yang harus “dibayar” oleh target audiens untuk mengadopsi perilaku baru (Kotler et. al., 2002). Harga dalam konteks ini tidak hanya berupa nominal uang yang harus dikeluarkan untuk mendapatkan suatu produk atau layanan, melainkan juga mencakup nilai yang harus dikorbankan audiens untuk memperoleh manfaat dari adopsi perilaku yang dilakukan. Oleh karena itu, tahapan yang paling esensial dalam penentuan harga adalah identifikasi berbagai bentuk biaya yang timbul dalam rangka adopsi perilaku pengelolaan sampah berbasis maggot. Biaya yang dimaksud meliputi biaya masuk (*entry cost*) dan biaya keluar (*exit cost*) yang dapat dibagi menjadi

biaya moneter dan non-moneter. Berikut ini adalah biaya yang perlu dikeluarkan untuk adopsi perilaku:

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 membeli infrastruktur maggot.	Meninggalkan kebiasaan lama dalam membuang semua jenis sampah secara langsung tanpa pemilahan atau pengelolaan tambahan. Mengubah kebiasaan yang telah mengakar kuat dalam komunitas atau rumah tangga. Menghadapi kekhawatiran akan efisiensi dan efektivitas sistem baru.	Mebutuhkan biaya sebesar Rp 700,000 untuk membeli infrastruktur maggot (<i>augmented product</i>) sehingga masyarakat dapat melakukan praktik pengelolaan sampah organik berbasis maggot (<i>actual product</i>).	Menghabiskan waktu untuk mengikuti pelatihan dan <i>workshop</i>. Memerlukan waktu untuk mempersiapkan tempat dan alat untuk budidaya maggot. Memerlukan waktu untuk menyesuaikan teknik pengelolaan sampah dengan kondisi lingkungan setempat.

1.6.3 Place

Dalam konsep pemasaran sosial, unsur tempat merujuk pada lokasi di mana kelompok sasaran mengadopsi perilaku yang diinginkan, memperoleh fasilitas fisik, serta mengakses layanan yang mendukung implementasi perilaku yang disosialisasikan (Kotler et. al., 2002). Adanya unsur tempat bertujuan untuk merancang strategi yang dapat mempermudah audiens untuk menerapkan perilaku tersebut.

Pelaksanaan program karya bidang ini akan berlokasi di RT 06 RW 16 Kampung Nelayan Tambakrejo, Kelurahan Tanjung Mas, tepatnya di

lapangan Blok D. Tempat ini merupakan lokasi target audiens, yaitu masyarakat Kampung Nelayan Tambakrejo, menerapkan pengelolaan sampah menggunakan maggot. Tempat ini dipilih karena letaknya yang strategis, yaitu tidak terlalu jauh dari rumah warga, namun juga tidak terlalu dekat sehingga mampu mencegah gangguan pada warga seperti masalah bau.

1.6.4 *Promotion*

1.6.4.1 *Key Message*

Kampanye ini memiliki pesan utama “Bersama Maggot, Sampah Hilang, Hati Tenang” yang berguna untuk menarik atensi, minat, dan partisipasi masyarakat Kampung Nelayan Tambakrejo untuk mengelola sampah organik dengan maggot. Konsep tahap perubahan atau *stages of change* (Kotler et. al., 2002) menunjukkan adanya model perubahan transtheoretical yang menjelaskan berbagai tahapan perubahan perilaku individu. Oleh karena itu, strategi penyampaian pesan pada kampanye ini dibagi berdasarkan tahapan perubahan perilaku audiens sebagai berikut:

Tabel 1. 8 Tahapan Perubahan dan Pengembangan Pesan

Pra-kontemplasi	Fase awal ini diarahkan pada peningkatan kesadaran dan pemahaman masyarakat mengenai dampak negatif dari perilaku membuang sampah sembarangan. Selain itu, potensi manfaat menggunakan maggot sebagai solusi alternatif berkelanjutan pengelolaan sampah organik juga diperkenalkan.
	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	Target audiens mulai mempertimbangkan untuk mencoba mempraktikkan perilaku pengelolaan sampah dengan maggot dan melihat potensi manfaatnya pada fase ini. Komunikasi difokuskan pada pemberian dorongan kepada target audiens untuk mengeksplorasi langsung dan membantu mereka memahami peluang yang bisa diraih 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	Fase ini menunjukkan kesiapan audiens untuk memulai serta memerlukan arahan dalam adopsi perilaku ini. Oleh karena itu, penulis memberikan informasi teknis dan praktis tentang langkah awal pengelolaan sampah organik dengan maggot sebagai strategi membawa perubahan yang lebih baik bagi lingkungan. 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	Tahap ini ditandai dengan audiens yang udah mulai melakukan perubahan dan membutuhkan pendampingan untuk mempertahankan kebiasaan baru serta mengatasi tantangan yang muncul selama proses perubahan. 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 saluran media kampanye memiliki dampak yang besar pada optimalisasi kegiatan sehingga membutuhkan pertimbangan khusus. Keputusan pemilihan media ini dilakukan dengan mengacu pada berbagai kriteria, seperti tujuan kampanye, profil kelompok sasaran, keunggulan dan keterbatasan setiap saluran media, serta biaya yang dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan media tersebut (Kotler et. al., 2002). Berikut ini adalah saluran media yang digunakan dalam kampanye.

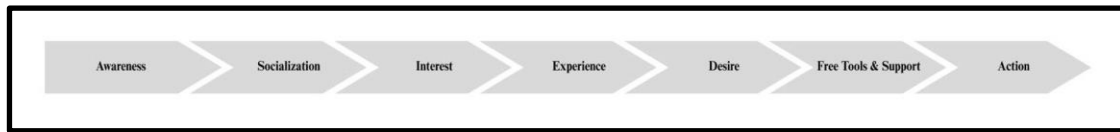
Tabel 1. 9 Saluran Media Optimalisasi Kampanye

<i>Advertising</i>	Kampanye ini menggunakan media iklan <i>out of home</i> dengan model spanduk yang dipasang pada infrastruktur maggots untuk menarik perhatian dan mendorong masyarakat Kampung Nelayan Tambakrejo untuk terlibat dalam sistem.
<i>Public Relations</i>	Penggunaan media <i>public relations</i> digunakan dalam bentuk konten yang disebarluaskan melalui grup WhatsApp komunitas masyarakat lokal. Konten ini meliputi informasi edukasi dan persuasi terkait pengelolaan sampah berbasis maggots.
<i>Printed Materials</i>	Bentuk media <i>printed materials</i> yang digunakan adalah leaflet/brosur, poster, dan modul pembelajaran. <i>Printed materials</i> berisi penyebaran pesan edukatif dan persuasif terkait pengelolaan sampah menggunakan maggots.
<i>Personal Selling</i>	Bentuk <i>personal selling</i> yang dilakukan dalam kampanye ini adalah <i>face-to-face meeting</i> dan kegiatan <i>workshop</i> . <i>Face-to-face meeting</i> meliputi sosialisasi dalam agenda kegiatan organisasi masyarakat lokal seperti PKK dengan metode presentasi serta mendatangi setiap rumah untuk melakukan edukasi <i>door-to-door</i> . Sementara itu, kegiatan <i>workshop</i> mengundang seluruh lini masyarakat pada satu waktu untuk diberikan edukasi secara detail dan komprehensif beserta praktik langsung mengelola sampah organik dengan maggots bersama praktisi.
<i>Special Promotional Items</i>	<i>Promotional items</i> yang diberikan untuk penyelenggaraan program ini adalah penyediaan infrastruktur maggots serta pemberian wadah <i>thinwall</i> kepada masing-masing rumah tangga. Wadah ini merupakan tempat sementara sampah sisa makanan (organik) tiap rumah tangga sebelum dikumpulkan ke infrastruktur maggots.

1.7 Taktik Komunikasi

Pelaksanaan kampanye pengelolaan sampah berbasis maggots dirancang menggabungkan pendekatan luring dan daring untuk dapat menjangkau banyak audiens dan menciptakan dampak yang berkelanjutan di Kampung Nelayan Tambakrejo. Selain menjangkau audiens yang lebih luas, kombinasi kedua pendekatan ini memungkinkan proses penyampaian pesan kepada warga secara lebih intens sehingga meningkatkan potensi keterlibatan warga dalam program ini.

Gambar 1. 19 Taktik Komunikasi Berdasarkan Tahap AIDA



Sumber: Dokumentasi Pribadi

Taktik komunikasi dalam pelaksanaan kampanye ini mengacu pada model AIDA (*attention, interest, desire, action*). Hal ini bertujuan untuk membangun partisipasi aktif masyarakat secara progresif, mulai dari peningkatan kesadaran, minat, keinginan, hingga akhirnya menjadi aksi nyata. Pada tahap awal, guna menarik perhatian (*attention*) dan membangkitkan minat (*interest*), dilakukan berbagai kegiatan sosialisasi yang dirancang untuk memperkenalkan audiens akan isu pengelolaan sampah organik. Kegiatan ini meliputi edukasi melalui penyelenggaraan *workshop* terkait penggunaan maggot untuk mengelola sampah organik, penyelenggaraan diskusi dengan organisasi kemasyarakatan, dan penyebaran informasi melalui konten digital. *Workshop* merupakan tahap pengenalan awal untuk menjelaskan manfaat dan potensi penggunaan maggot dalam pengelolaan sampah organik, diikuti dengan rangkaian diskusi pada kelompok masyarakat dan penyebaran konten digital, sehingga akan muncul minat untuk menerapkannya di lingkungan mereka.

Tahap selanjutnya berfokus pada usaha mengubah ketertarikan menjadi keinginan (*desire*) untuk mengimplementasikan ilmu yang didapat dari sosialisasi. Pendekatan yang digunakan bersifat partisipatif dan berbasis pengalaman dengan metode *door-to-door* sebagai metode utama. Pendekatan personal dari rumah ke rumah memungkinkan penyebaran informasi secara lebih luas, terdapat penguatan informasi, dan usaha mengajak setiap rumah tangga mempraktikkan pemilahan sampah organik secara langsung. Kegiatan ini dilengkapi dengan pengumpulan sampah organik oleh tim Green Voice Indonesia, sebagai upaya membangun keterlibatan dan rasa kepemilikan warga dalam sistem ini. Tim Green Voice

Indonesia juga bekerja sama dengan warga yang bersedia membantu dalam pengumpulan sampah organik dan melakukan budidaya maggot ini.

Untuk mendorong transisi audiens dari tahap keinginan (*desire*) menuju tindakan nyata (*action*), taktik yang diterapkan mencakup penyediaan fasilitas berupa *free tools* dan *free service*. *Free tools* merujuk pada penyediaan peralatan yang diperlukan dalam kegiatan budidaya maggot, seperti infrastruktur dasar maggot dan modul pembelajaran sebagai panduan dalam pengelolaan sampah organik berbasis maggot. Sementara itu, *free service* meliputi layanan pendampingan teknis dan kegiatan pemantauan kepada pengelola dan masyarakat untuk memastikan pelaksanaan program ini berjalan efektif.

Adapun taktik yang dilakukan selama masa kampanye secara lebih rinci sebagai berikut:

1.7.1 Taktik Komunikasi Luring

1.7.1.1 Penempatan Infrastruktur Maggot

Fasilitas maggot yang ada di Kampung Nelayan Tambakrejo saat ini tidak lagi berfungsi. Oleh karena itu, diperlukan pembangunan infrastruktur maggot yang baru guna menunjang keberhasilan program pengelolaan sampah organik berbasis maggot secara optimal. Untuk itu, diperlukan dua unit infrastruktur baru yang mampu mengelola sampah organik dari empat blok rumah yang ada di Kampung Nelayan Tambakrejo. Infrastruktur baru akan mulai ditempatkan pada tanggal 21 April 2025, tepatnya pada lapangan Blok D, RT 06 RW 16 Kampung Nelayan Tambakrejo. Dana yang dibutuhkan untuk pengadaan infrastruktur ini adalah sebesar Rp 2.150.000 yang akan digunakan untuk pembelian infrastruktur maggot baru serta pembuatan spanduk sebagai identifikasi lokasi maggot dan sarana penyampaian informasi kepada masyarakat.

1.7.1.2 Pemetaan Kerja Sama dengan *Stakeholder*

Dalam penyelenggaraan kampanye pengelolaan sampah berbasis maggot, kolaborasi dengan berbagai *stakeholder* menjadi strategi penting untuk memperkuat efektivitas dan legitimasi program. Hal ini disebabkan karena *stakeholder* memiliki akses terhadap jaringan, ilmu, dan sumber daya yang dapat berkontribusi pada keberlanjutan inisiatif ini. Melalui kemitraan yang bersifat kolaboratif dan saling menguntungkan, kampanye dapat lebih optimal dalam membangun sarana pendukung, meningkatkan kapasitas penampungan sampah organik warga, serta memperluas cakupan kegiatan edukasi dan advokasi. Berikut ini adalah daftar *stakeholder* yang potensial diajak bekerja sama.

Tabel 1. 10 Pemetaan Kerja Sama *Stakeholder*

Envera	Envera merupakan lembaga yang bergerak di bidang konsultasi lingkungan, dengan kompetensi utama dalam pengelolaan sampah. Lembaga ini telah berperan aktif dalam memberikan edukasi mengenai pemanfaatan maggot sebagai solusi pengelolaan sampah organik. Kerja sama dapat terjalin melalui pelibatan Envera sebagai narasumber dalam pelaksanaan workshop edukatif yang menjadi bagian dari kegiatan kampanye ini.
Aliansi Zero Waste	Aliansi Zero Waste adalah organisasi yang mempromosikan prinsip zero waste, dengan penekanan pada pengelolaan limbah berkelanjutan dan pemahaman terhadap siklus hidup material. Lembaga ini mendorong praktik pengurangan limbah melalui pendekatan holistik, termasuk upaya pemanfaatan kembali dan daur ulang. Kolaborasi strategis dapat diwujudkan dengan mengundang lembaga ini sebagai penyedia infrastruktur maggot yang mendukung proses pengelolaan sampah organik secara optimal.
Sampan Indonesia	Sampan Indonesia merupakan organisasi yang menitikberatkan pada pengelolaan sumber daya alam secara berkelanjutan. Salah satu program unggulannya mencakup budidaya maggot sebagai metode pendukung pengurangan limbah dan pelestarian lingkungan. Kerja sama dengan Sampan Indonesia dapat diwujudkan melalui dukungan finansial, di mana lembaga ini berperan dalam penyediaan dana dan sumber daya pendukung untuk pengembangan infrastruktur serta keberlanjutan program maggot.
Dompot Dhuafa	Dompot Dhuafa adalah lembaga filantropi dan kemanusiaan yang

	memiliki fokus pada pemberdayaan masyarakat, termasuk dalam sektor lingkungan. Kolaborasi dapat dijalin dengan melibatkan Dompok Dhuafa sebagai pemateri dalam kegiatan workshop, serta sebagai penyedia dukungan finansial untuk pembangunan infrastruktur dan implementasi program pengelolaan sampah berbasis maggot dalam skala yang lebih luas.
Koalisi Rakyat Untuk Keadilan Perikanan (KIARA)	Koalisi Rakyat untuk Keadilan Perikanan (KIARA) merupakan organisasi masyarakat sipil yang berfokus pada isu-isu kelautan dan perikanan, khususnya dalam memperjuangkan hak dan kedaulatan masyarakat pesisir. Dukungan dari KIARA dapat berupa peran advokatif dalam mendorong adopsi teknologi pengelolaan sampah organik berbasis maggot oleh rumah tangga pesisir. Selain itu, KIARA juga dapat memberikan dukungan finansial yang diperlukan untuk pengembangan sarana dan prasarana, serta pelaksanaan program secara berkelanjutan.
Dinas Lingkungan Hidup (DLH) Semarang	Dinas Lingkungan Hidup (DLH) Kota Semarang merupakan instansi pelaksana teknis di bawah Pemerintah Kota Semarang yang bertanggung jawab dalam pengelolaan urusan lingkungan hidup, termasuk pengelolaan sampah, air limbah, serta aspek kehutanan dan penataan ruang. Kolaborasi dengan DLH Kota Semarang memiliki potensi strategis untuk meningkatkan motivasi masyarakat Kampung Nelayan Tambakrejo dalam melakukan perubahan perilaku terkait pengelolaan sampah, terutama karena adanya legitimasi dan dukungan langsung dari pihak pemerintah. Bentuk kerja sama yang dapat dibangun meliputi pelibatan DLH sebagai narasumber dalam kegiatan workshop dan forum diskusi bersama warga, serta pemberian dukungan berupa pendanaan maupun penyediaan infrastruktur yang mendukung budidaya maggot sebagai solusi pengelolaan limbah organik.

1.7.1.3 *Workshop* “Sampah Jadi Cuan”

Kegiatan yang akan dilaksanakan berbentuk pelatihan dan talkshow, bekerja sama dengan Envera, sebuah lembaga yang bergerak di bidang konsultasi lingkungan, serta menghadirkan Pak Joko, seorang aktivis lingkungan sekaligus praktisi berpengalaman dalam pengelolaan sampah organik menggunakan maggot. Acara ini terbuka bagi seluruh warga Kampung Nelayan Tambakrejo RT 06 RW 16, mencakup berbagai kelompok seperti ibu rumah tangga, nelayan, peternak, hingga anggota Karang Taruna. Materi yang akan dibahas meliputi urgensi pemilahan sampah rumah tangga, teknik pengelolaan limbah organik, serta langkah-langkah budidaya maggot dan berbagai

manfaat yang dapat diperoleh dari proses tersebut. Di samping itu, peserta juga akan dikenalkan pada peluang usaha yang dapat berkembang dari sistem pengelolaan sampah berbasis maggot. Workshop bertajuk "*Sampah Jadi Cuan*" ini juga akan menampilkan testimoni serta kisah keberhasilan dari pelaku lapangan yang telah membuktikan efektivitas metode ini dalam praktiknya. Detail pelaksanaan *Workshop* "Sampah Jadi Cuan" antara lain 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, Konsultan Lingkungan 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	Materi presentasi dan modul pembelajaran

1.7.1.4 Pemilihan *Local Heroes* dan *Key Opinion Leader*

Taktik komunikasi dalam kampanye ini menitikberatkan pada pendekatan berbasis komunitas, dengan melibatkan peran *local heroes* sebagai agen perubahan serta *key opinion leaders* sebagai figur yang memiliki pengaruh kuat dalam membentuk opini dan perilaku masyarakat.

Local heroes terdiri atas dua individu yang dipilih untuk menjalankan peran penting dalam mendorong keterlibatan warga, menyebarluaskan informasi mengenai manfaat penggunaan maggot, serta mengelola operasional infrastruktur maggot, mulai dari proses pemisahan sampah organik hingga panen maggot yang dapat dimanfaatkan sebagai pakan ternak maupun umpan pancing. Sebagai bentuk apresiasi atas kontribusinya, masing-masing *local hero* akan menerima insentif sebesar Rp 300.000 untuk mendukung pelaksanaan tugasnya selama lima minggu di wilayah Kampung Nelayan Tambakrejo.

Sementara itu, *key opinion leader* adalah sosok yang memiliki kepercayaan dan pengaruh kuat di tengah masyarakat setempat. Tokoh ini akan berperan dalam menyampaikan informasi mengenai pentingnya pengelolaan limbah organik dengan metode maggot, serta mendorong warga agar memanfaatkan fasilitas pengolahan maggot yang telah tersedia. Berdasarkan hasil survei lapangan, telah diidentifikasi sejumlah tokoh masyarakat yang memiliki potensi untuk dilibatkan dalam kerja sama ini, antara lain:

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

Nama	Jabatan/Posisi
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	Konsultan Lingkungan dari Envera

Proses seleksi *local heroes* dan *key opinion leaders* dilakukan melalui beberapa tahapan sistematis. Tahap awal mencakup kegiatan identifikasi dan survei lapangan, yang dilaksanakan melalui observasi langsung di lingkungan masyarakat Kampung Nelayan Tambakrejo, pengumpulan informasi dari tokoh-tokoh lokal dan komunitas setempat, serta wawancara mendalam dengan individu yang dinilai memiliki potensi untuk mengemban peran tersebut.

Pemilihan *local heroes* akan didasarkan pada tingkat komitmen dalam memobilisasi masyarakat serta kemampuan mereka dalam mengelola infrastruktur pengolahan maggot. Di sisi lain, *key opinion leaders* akan ditentukan berdasarkan sejauh mana mereka memiliki pengaruh sosial, kapasitas dalam menyampaikan pesan kepada publik, serta keterlibatan aktif dalam kegiatan kemasyarakatan. Sebagai bentuk pengesahan atas peran dan tanggung jawab masing-masing pihak, individu yang terpilih diwajibkan untuk menandatangani surat perjanjian kerja sama.

1.7.1.5 Edukasi pada Agenda Kegiatan Rapat Organisasi Masyarakat

Keterlibatan dalam berbagai kegiatan komunitas lokal seperti kepengurusan RT, kelompok pengajian, PKK, Karang Taruna, kelompok nelayan, dan Dasa Wisma menjadi strategi efektif untuk menjangkau audiens sasaran secara langsung dan lebih spesifik. Melalui forum-forum ini, dapat dibuka ruang diskusi kelompok yang bersifat interaktif guna memperdalam pemahaman masyarakat, membangun rasa saling percaya, serta mendorong partisipasi aktif dalam pengelolaan sampah organik berbasis maggot. Partisipasi dalam agenda pertemuan komunitas memungkinkan Green Voice Indonesia membangun kedekatan dan dapat bersinergi dengan para anggota komunitas untuk menyampaikan materi edukasi dan mendorong warga agar mulai memanfaatkan infrastruktur maggot yang telah disediakan.

Kegiatan edukasi ini bertujuan untuk memberikan wawasan kepada organisasi masyarakat, baik dari sisi sosial, yakni menciptakan lingkungan yang bersih dan sehat, maupun dari sisi ekonomi, seperti efisiensi biaya pakan ternak atau pancing dan potensi tambahan pendapatan melalui penjualan maggot dan pupuk organik dari kotoran maggot. Karena jadwal pertemuan rutin dari masing-masing organisasi bersifat fleksibel dan tidak seragam, diperlukan koordinasi intensif dengan perwakilan organisasi guna memastikan keberlangsungan kegiatan.

Di samping organisasi formal, pendekatan juga dapat dilakukan melalui kegiatan nonformal seperti pengajian. Dalam konteks ini, Green Voice Indonesia dapat bekerja sama dengan tokoh agama sebagai *key opinion leader*, untuk menyisipkan pesan edukatif mengenai pengelolaan sampah dengan maggot ke dalam materi ceramah yang disampaikan. Pesan ini akan mengintegrasikan nilai

sosial, seperti menjaga kebersihan lingkungan, dengan nilai-nilai religius, seperti ajaran bahwa kebersihan merupakan bagian dari iman dan bahwa menyia-nyiakan makanan termasuk perilaku mubazir.

Setiap organisasi masyarakat akan menerima *key message* yang disesuaikan dengan karakteristik dan kecenderungan masing-masing kelompok, mengingat perbedaan pola kegiatan dan sikap terhadap isu lingkungan yang dimiliki oleh tiap organisasi. Oleh karena itu, pesan yang disampaikan dalam setiap sesi edukasi perlu dikontekstualisasikan sesuai dengan latar belakang audiens. *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!” Kawasan tempat tinggal merupakan ruang bersama, sehingga tanggung jawab menjaga kebersihannya pun harus dipikul secara kolektif oleh seluruh warga. Dalam hal ini, pengurus RT memegang peranan krusial untuk mengajak dan membimbing masyarakat agar lebih peduli terhadap kebersihan lingkungan, salah satunya dengan menerapkan sistem pengelolaan sampah organik berbasis maggot. Keteladanan dari para pengurus RT juga sangat penting, karena ketika warga melihat langsung upaya tersebut dijalankan oleh tokoh lingkungan mereka, akan timbul dorongan untuk ikut serta dalam menjaga kebersihan dan keberlanjutan lingkungan di sekitar tempat tinggal mereka.
Kelompok Pengajian	Pesan Utama: “Ubah Limbah Jadi Berkah!” Dalam perspektif ajaran Islam, kebersihan merupakan wujud keimanan. Di sisi lain, membuang sesuatu secara berlebihan tanpa manfaat dianggap sebagai perbuatan yang boros atau mubazir. Salah satu bentuk pengamalan dari prinsip ini adalah dengan mengelola sampah organik secara bijak. Pemanfaatan maggot dapat menjadi langkah praktis untuk membantu mengurangi limbah rumah tangga sekaligus menjaga kelestarian lingkungan.
PKK dan Dasa Wisma	Pesan Utama: “Ibu Cerdas, Sampah Tuntas!” Upaya pengelolaan sampah organik dengan memanfaatkan maggot bisa diawali dengan langkah sederhana, yaitu memilah sampah organik di rumah. Tindakan ini tak hanya membantu mengurangi

	volume sampah, tetapi juga menawarkan solusi yang ramah lingkungan dan berpotensi meningkatkan kesejahteraan keluarga serta masyarakat sekitar. Peran kelompok ibu rumah tangga sangat penting dalam hal ini, karena merekalah yang umumnya paling utama sampah di tingkat rumah tangga.
Karang Taruna	Pesan Utama: “Sampah Diolah, Masa Depan Cerah!” Sebagai bagian dari generasi muda yang memiliki tanggung jawab dalam menjaga kelestarian lingkungan, Karang Taruna sepatutnya menjadi garda terdepan dalam pengelolaan sampah organik di tengah masyarakat. Pemanfaatan maggot untuk mengurai sampah mungkin terlihat sederhana, namun dampaknya sangat berarti bagi kelangsungan lingkungan sekitar.
Kelompok Nelayan	Pesan Utama: “Bersih dari Darat, Sehat sampai Laut!” Sebagai nelayan yang kehidupannya bergantung pada laut dan alam sekitar, menjaga kelestarian lingkungan merupakan tanggung jawab yang tak bisa diabaikan. Salah satu upaya yang bisa dilakukan adalah dengan mengelola sampah organik menggunakan maggot, yang membantu mengurangi pencemaran di wilayah pesisir dan perairan. Keterlibatan dapat dimulai dari hal sederhana, seperti mengajak anggota keluarga untuk memilah sampah dan ikut serta dalam merawat maggot. Dengan begitu, para nelayan turut berperan dalam menjaga keseimbangan ekosistem laut dan melindungi sumber daya alam agar tetap lestari untuk generasi mendatang.

1.7.1.6 Edukasi secara *Door-to-Door*

Pengenalan pengelolaan sampah organik dengan maggot akan dilakukan melalui pendekatan langsung dari rumah ke rumah, dengan membuka ruang obrolan pribadi untuk memahami situasi, minat, dan kendala atau kekhawatiran yang dialami warga. Kegiatan ini juga akan disertai dengan survei untuk menggali kebutuhan spesifik masyarakat serta membangun kedekatan yang lebih kuat guna meningkatkan keterlibatan mereka. Green Voice Indonesia bersama WALHI Jawa Tengah tidak hanya menyampaikan edukasi kepada setiap keluarga, tetapi juga akan terlibat langsung dalam membantu proses pengumpulan sampah organik ke infrastruktur maggot yang telah disediakan. Adapun detail jadwal kunjungan sebagai berikut:

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

Tanggal	Target Sasaran
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)

Dalam kunjungan *door-to-door*, *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*

Dalam pelaksanaan kampanye ini, akan disiapkan berbagai media penyampaian informasi cetak seperti brosur, poster, dan modul pembelajaran untuk memperkuat pemahaman serta mendorong partisipasi aktif warga. Penyajian informasi akan dibuat sepadat dan semenarik mungkin agar mudah dipahami dan menarik perhatian masyarakat di Kampung Nelayan Tambakrejo. Upaya ini bertujuan untuk menyampaikan pesan kampanye secara jelas dan menginspirasi tindakan nyata dalam pengelolaan sampah organik.

1.7.1.8 Monitoring Pengelolaan Sampah dan Infrastruktur Maggot

Kegiatan pemantauan akan dilakukan setiap hari dengan melibatkan local heroes yang bertugas menyampaikan laporan rutin melalui grup WhatsApp mengenai aktivitas pengelolaan sampah di tingkat rumah tangga. Di samping itu, tim dari Green Voice Indonesia bersama WALHI Jawa Tengah juga akan turun langsung melakukan pemantauan kampanye secara berkala sebanyak dua kali dalam seminggu.

1.7.2 Taktik Komunikasi Daring

1.7.2.1 Pembuatan Broadcast Konten

Selain pendekatan komunikasi tatap muka, pemanfaatan media digital juga menjadi bagian penting dalam memperkuat kampanye ini. Tim Green Voice Indonesia akan menyiapkan materi berupa konten *e-flyer* dan video yang dirancang secara menarik, lalu didistribusikan melalui *key opinion leader*. Materi ini nantinya akan dibagikan ke berbagai grup WhatsApp, baik grup RT maupun kelompok masyarakat di Kampung Nelayan Tambakrejo. Cara ini diharapkan dapat

menjangkau lebih banyak warga dan memperkuat pemahaman mereka tentang pengelolaan sampah organik dengan maggot.

1.8 Action Plan

Rencana aksi ini mencakup pembagian peran secara rinci di antara anggota tim, penyusunan jadwal pelaksanaan kegiatan mulai dari tahap perencanaan, eksekusi, hingga evaluasi, serta pemetaan kebutuhan sumber daya. Dalam pelaksanaannya, tim Green Voice Indonesia telah menetapkan pembagian tugas dengan jelas untuk memastikan setiap anggota berkontribusi sesuai tanggung jawabnya. Adapun pembagian tugasnya antara lain 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 Copywriting 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 jadwal kegiatan terstruktur yang dirancang untuk mengoptimalkan kampanye ini. Secara keseluruhan, rangkaian aktivitas akan dilaksanakan dalam kurun waktu Februari hingga Mei, mencakup seluruh tahapan kegiatan yang telah direncanakan dalam program 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 Local Heroes																	
Edukasi Door-to-Door																	
Monitoring Kampanye																	
Evaluasi Akhir Kampanye																	

Untuk mendukung kelancaran pelaksanaan kampanye tersebut, dibutuhkan dana sebesar Rp 5.547.300. Dana ini direncanakan diperoleh dari pihak klien, yaitu WALHI Indonesia, serta melalui kerja sama sponsorship dengan sejumlah pemangku kepentingan lainnya. Rincian kebutuhan anggaran dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

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 terencana dengan baik. Fokus utama evaluasi adalah untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pengelolaan sampah organik melalui pendekatan komunikasi yang mampu menggerakkan keterlibatan aktif warga. Indikator keberhasilannya antara lain meliputi jumlah masyarakat yang menerima paparan materi edukasi kampanye, jumlah instalasi pengolahan maggot yang berhasil dibangun, serta jumlah keluarga yang turut serta dalam program pengelolaan sampah tersebut.

Selain itu, evaluasi juga mencakup pencapaian indikator kinerja utama (*key performance indicators/KPI*) dari setiap anggota tim. Penilaian akan dilakukan melalui berbagai metode, seperti survei, laporan pelaksanaan kegiatan, serta analisis umpan balik dari peserta maupun komunitas. Dengan adanya sistem kontrol dan evaluasi yang menyeluruh dan terstruktur, kampanye ini diharapkan mampu berkembang secara berkelanjutan, memberikan dampak positif jangka panjang bagi lingkungan dan masyarakat, serta menjadi contoh praktik baik dalam pengelolaan sampah berbasis maggot. Rincian kontrol dan evaluasi baik pada level tim maupun individu anggota Green Voice Indonesia disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 1. 19 Monitoring Suplai Sampah Organik pada Infrastruktur Maggot

Waktu	Penyuplai	Suplai Sampah Organik	
Minggu 1	2 Kartu Keluarga	7 kg Sampah Organik	Unit 1
Minggu 2	4 Kartu Keluarga	14 kg Sampah Organik	Unit 1

Minggu 3	7 Kartu Keluarga	24,5 kg Sampah Organik	Unit 1
Minggu 4	10 Kartu Keluarga	35 kg Sampah Organik	Unit 2
Minggu 5	13 Kartu Keluarga	45,5 kg Sampah Organik	Unit 2
Minggu 6	16 Kartu 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 16 rumah dalam pengelolaan sampah organik melalui strategi komunikasi yang mendorong partisipasi aktif	Penempatan Infrastruktur Maggot	2 Unit
	Jumlah Audiens Terpapar	50 Rumah
	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	10

		masing-masing <i>stakeholder</i> potensial.	
		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	12

		daring, khususnya konten WhatsApp.	
		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 Previan Laoh 14040121130091	Creative & Copywriting Manager	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, <i>font</i> , 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, membagikan konten edukatif, dan merespon pertanyaan anggota.	10
		Mencari dan menjalin kerja sama dengan 2 <i>key opinion leaders</i> (KOL) untuk	10

		membantu menyebarkan konten terkait maggots secara lebih luas.	
		Mengidentifikasi dan merekrut <i>local heroes</i> yang memiliki potensi sebagai penggerak komunitas dan bertanggung jawab dalam pengelolaan infrastruktur budidaya maggots.	12
		Memastikan <i>local heroes</i> memiliki peran yang jelas dan memberikan kontribusi positif terhadap pengelolaan maggots di komunitas.	16
		Mengelola data dan memastikan setidaknya 50 audiens terpapar kampanye pengelolaan maggots 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 kampanye, serta menindaklanjuti masukan tersebut untuk meningkatkan kualitas dan efektivitas program yang sedang berjalan.	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>	Timeline Kampanye
	Agenda Kampanye Luring	5 Agenda Kegiatan Luring
	<i>Key Message</i> Kampanye Daring	15 Konten
Gisella Previan Laoh Creative & Copywriting Manager	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>