

## TANTANGAN KOMUNIKASI LINGKUNGAN PADA GENERASI Z DI BANTAR GEBANG, BEKASI, JAWA BARAT

Annisa Eka Syafrina

*Universitas Bhayangkara Jakarta Raya*

[annisa.eka@dsn.ubharajaya.ac.id](mailto:annisa.eka@dsn.ubharajaya.ac.id)

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana tantangan komunikasi lingkungan pada generasi Z di Bantar Gebang, Bekasi, Jawa Barat. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan tipe deskriptif, peneliti melakukan wawancara dengan informan yang terkait dengan penelitian dan studi literatur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa yang menjadi tantangan dalam melakukan komunikasi lingkungan terletak pada karakteristik Generasi Z yang tertarik pada teknologi baru, mencari kemudahan dalam penggunaan, keinginan untuk merasa aman, dan keinginan untuk melarikan diri sementara dari realitas yang mereka hadapi. Sehingga, sebagai solusi dari permasalahan sampah yang menumpuk, peneliti memberikan rekomendasi berupa kampanye media sosial mengenai kondisi TPST Bantar Gebang. Hal ini disebabkan karena penggunaan media sosial dapat menjangkau masyarakat secara lebih masif dan luas. Media sosial yang direkomendasikan peneliti adalah Instagram sebagai media sosial kedua yang paling banyak digunakan masyarakat Indonesia. Dalam merencanakan kampanye komunikasi lingkungan di media sosial, maka dilakukan empat tahap utama yaitu penilaian, perencanaan, produksi pesan, dan aksi dan refleksi.

**Kata Kunci:** Bantar Gebang, Generasi Z, Instagram, Komunikasi Lingkungan, Sampah

### PENDAHULUAN

Tempat Pembuangan Sampah Terpadu (TPST) Bantargebang merupakan tempat pembuangan sampah terakhir untuk Kota Jakarta, Kota Bekasi, dan sekitarnya. TPST ini berada di Kelurahan Ciketing Udik, Kelurahan Cikiwul, dan Kelurahan Sumur Batu, dengan luas kurang lebih 132,5 hektar. TPST Bantargebang berdiri sejak tahun 1985 dan diresmikan pada tahun 1989. Setiap hari terdapat 7000 ton sampah yang dikirim ke Bantargebang. Sedangkan jumlah sampah yang berhasil diolah hanya mampu mencapai kurang lebih 800 ton. Sumber sampah berasal dari sampah rumah tangga, perkantoran pemerintah maupun swasta, pasar, hotel, dan restoran. Tumpukan sampah menjulang tinggi, diperkirakan mencapai 50 meter.

Pada tahun 2023, wilayah TPST sudah memasuki masa purna atau sampah sudah melebihi kapasitas wilayah (*overload*) (Listiyani, Khasanah, & Purwanti, 2023).

Berdasarkan data Sistem Informasi Pengolahan Sampah Nasional (SIPSN) Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) pada 2023, per 24 Juli 2024 hasil input dari 290 kab/kota se Indonesia menyebutkan jumlah timbunan sampah nasional mencapai angka 31,9 juta ton. Dari total produksi sampah nasional tersebut 63,3% atau 20,5 juta ton dapat terkelola, sedangkan sisanya 35,67% atau 11,3 juta ton sampah tidak terkelola.

Dampak negatif adanya penumpukan sampah TPST Bantargebang berdampak pada kondisi masyarakat, kondisi air, kondisi udara, dan kondisi tanah. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, didapatkan bahwa 45 dari 75 masyarakat mengalami penyakit kulit. Masyarakat bekerja lebih dari 8 jam/hari dengan *personal hygiene* yang buruk. Kondisi air disekitar TPST Bantargebang memiliki kadar BOD dan COD melebihi baku mutu. Adanya penunpukan sampah yang ada pada TPST Bantargebang menimbulkan “Uang Bau” yaitu kompensasi yang diberikan oleh pengelola TPST kepada warga yang berdampak. Dalam kasus ini, masyarakat mencium aroma busuk yang menyengat. Pengaruh dari aroma ini, warga sekitar kerap merasakan sakit kepala karena menghirup udara yang tercemar (Listiyani, Khasanah, & Purwanti, 2023).

Dalam mengatasi hal tersebut, perlu di bangun kesadaran komunikasi lingkungan. Flor (2004) mendefinisikan komunikasi lingkungan sebagai sebuah pengaplikasian pendekatan komunikasi, prinsip, strategi dan teknik terhadap tata kelola dan perlindungan lingkungan. Komunikasi lingkungan merupakan pertukaran informasi lingkungan, pengetahuan yang bertujuan terciptanya saling pengertian (*mutual understanding*). Sementara Cox (2013) mendefinisikan komunikasi lingkungan sebagai sebuah studi tentang cara kita berkomunikasi tentang lingkungan, pengaruh dari komunikasi tersebut terhadap persepsi kita terhadap lingkungan, diri kita sendiri dan hubungan kita dengan lingkungan. Komunikasi lingkungan tidak hanya melibatkan tata kelola lingkungan, namun juga mencakup studi mengenai opini publik dan persepsi (Ardian, 2019).

Menurut Oepen (1999) seperti yang dikutip dari Wahyudin (2017), komunikasi lingkungan adalah rencana dan strategi melalui proses komunikasi dan produk media untuk mendukung efektivitas pembuatan kebijakan, partisipasi publik, dan implementasinya pada lingkungan. Secara umum, komunikasi lingkungan memiliki dua fungsi utama yaitu (Ardian, 2019):

1. Fungsi pragmatis, yang meliputi fungsi untuk mendidik, memberi peringatan, memobilisasi dan fungsi persuasif;
2. Fungsi konstitusif, dimana dalam hal ini bahasa dan simbol-simbol lainnya berperan dalam membentuk persepsi kita mengenai realitas dan sifat masalah lingkungan. Komunikasi lingkungan juga membantu dalam representasi alam dan permasalahan lingkungan yang juga merupakan subyek pemahaman bagi kita. Dengan membentuk persepsi kita tentang alam, komunikasi lingkungan mengajak kita untuk melihat hutan dan sungai sebagai ancaman atau kekayaan yang berlimpah dan juga sebagai sistem pendukung kehidupan yang vital dan sesuatu yang harus dihargai.

Komunikasi lingkungan bukanlah hal yang mudah untuk dilakukan. Agar komunikasi lingkungan dapat berjalan dengan lancar diperlukan sebuah strategi komunikasi yang disusun oleh komunikator (pemerintah daerah), sehingga komunikasi yang dilakukan dapat diterima dengan baik oleh komunikan (masyarakat/industri). Karenanya, perlu adanya tahapan dan langkah-langkah dalam strategi komunikasi lingkungan (Wahyudin, 2017).

Tahap pertama adalah tahap penilaian, yang terdiri dari langkah analisis situasi dan identifikasi masalah, analisis pihak/pelaku yang terlibat, dan tujuan komunikasi. Tahap ini dilakukan untuk mengenali sasaran komunikasi, sehingga pesan dapat disampaikan tepat dengan situasi dan kondisi komunikan yang dituju. Apabila pencemaran lingkungan disebabkan karena kurangnya kesadaran masyarakat, maka akan lebih baik apabila masyarakat dilibatkan secara langsung dalam melestarikan lingkungan hidup.

Tahap kedua adalah tahap perencanaan yang terdiri dari pengembangan strategi komunikasi, memotivasi dan memobilisasi masyarakat dan industri, dan pemilihan media. Strategi komunikasi harus dilakukan oleh komunikator yang tepat. Selain itu, pemilihan media yang digunakan dalam menyampaikan pesan harus mempertimbangkan kelebihan maupun kekurangannya agar sesuai dengan situasi dan kondisi komunikasi. Misalnya, media massa, baik media cetak maupun media elektronik dapat digunakan untuk menumbuhkan kesadaran dan kepedulian masyarakat.

Tahap ketiga adalah tahap produksi pesan yang terdiri dari langkah desain pesan dan produksi media. Pesan-pesan komunikasi lingkungan harus lebih diarahkan pada upaya mengubah kebiasaan yang tidak peduli terhadap lingkungan hidup. Misalnya melakukan sosialisasi tentang jangan membuang sampah sembarangan.

Tahap terakhir adalah tahap aksi dan refleksi yang terdiri dari langkah penyebaran melalui media dan langkah dokumentasi, monitoring, dan evaluasi. Tahap ini menjadi langkah penting yang harus dilakukan agar komunikasi lingkungan yang dilakukan dapat berjalan sesuai dengan tujuan serta menjadi panduan dalam komunikasi selanjutnya.

Dalam perkembangannya, komunikasi lingkungan tidak hanya dilakukan secara langsung, namun juga telah dilakukan di ranah digital. Saat ini, peran media sosial telah menjadi semakin signifikan dalam membentuk kesadaran dan perilaku masyarakat terkait isu-isu lingkungan, termasuk kebersihan lingkungan. Salah satu bentuk interaksi yang populer di media sosial adalah Pandawara Grup. Pandawara Grup menyediakan platform yang memungkinkan mahasiswa untuk berbagi informasi, pengalaman, dan pengetahuan terkait kebersihan lingkungan. Dengan berpartisipasi aktif dalam grup ini, mahasiswa memiliki akses lebih luas terhadap informasi terkait lingkungan dan praktik-praktik yang dapat dilakukan untuk mempertahankan kebersihan lingkungan. Hal ini tidak hanya membantu meningkatkan literasi kebersihan lingkungan, tetapi juga mendorong mahasiswa untuk berperan aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (Aisiyah, A'vun, Royani, & Haq, 2024).

Pandawara Group pertama kali mempublikasikan kegiatan ini di media sosial Tiktok pada 19 Agustus 2022 dan di Instagram 8 September 2022. Hingga saat ini (22 Oktober 2024), akun Tiktok @pandawaragroup memiliki 11,9 juta followers dan 220,9 juta *like*, sedangkan pada akun Instagram memiliki 3,2 juta *followers* dan 363 postingan. Mempunyai jumlah *followers* yang begitu banyak Pandawara Group memiliki kekuatan untuk mengkampanyekan peduli lingkungan pada masyarakat terutama pada anak muda, karena media sosial menjadi tempat yang populer bagi masyarakat untuk mendapatkan berbagai informasi. Kampanye peduli lingkungan melalui media sosial telah terbukti efektif dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat, sehingga Pandawara Group mendapatkan banyak pujian dan penghargaan dari berbagai pihak salah satunya Gubernur Jawa Barat 2018-2023 Ridwan Kamil, Indonesia Green Award 2023, Changemakers of the Year Tiktok dan lain sebagainya (Rahman & Astriani, 2024).

Aksi Pandawara Group, kelompok pemuda asal Bandung, Jawa Barat, yang menginisiasi pembersihan sampah di Pantai Sukaraja, Bandar Lampung, viral di jagat maya. Kelompok yang beranggotakan Gilang Rahma, Rafli Pasya, Agung Permana, Rifki Sa'dullah, dan Muchamad Iksan itu sebelumnya mengunggah sebuah konten ajakan kepada masyarakat Lampung untuk ikut berpartisipasi. Hasilnya, sekitar 3.400 warga Lampung terlibat dalam aksi

tersebut. Mereka berhasil mengangkut 300 ton sampah. Tercatat, sudah puluhan kali Pandawa Group melakukan aksi bersih-bersih pantai dan sungai. Pandawa Group sengaja mengunggah semua kegiatan mereka di media sosial dengan harapan dapat mengajak lebih banyak masyarakat untuk peduli terhadap lingkungan dan tidak membuang sampah sembarangan (Puspa, 2023).



**Gambar 1. Pandawara Group**

Sumber : Instagram Pandawara Group

Aksi Pandawara Group yang berhasil melibatkan 3.400 warga Lampung bukan tanpa sebab. Laporan We Are Social menunjukkan, jumlah pengguna Internet di Indonesia pada awal tahun 2023 adalah sebanyak 212,9 juta orang dengan 78,5% pengguna internet diperkirakan menggunakan paling tidak 1 buah atau akun media sosial. Jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia sebanyak 167 juta orang. Jumlah tersebut setara dengan 60,4% dari populasi di dalam negeri. Berdasarkan data Reportal di tahun 2023, 153 juta pengguna aktif media sosial adalah pengguna di atas usia 18 tahun, yang merupakan 79,5% dari total populasi (Yonatan, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa Generasi Z merupakan pengguna terbanyak media sosial. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Hastini, dkk. (2020) dalam satu hari, Generasi Z menghabiskan waktu sekitar 9 jam dalam menggunakan *smartphone*. Hal ini menunjukkan ketergantungan Generasi Z yang sangat tinggi terhadap teknologi.

Generasi Z adalah individu yang lahir setelah tahun 1995. Generasi ini dianggap sangat paham teknologi karena tidak pernah mengenal dunia tanpa *smartphone* dan media sosial. Sehingga generasi ini sering disebut juga sebagai *Digital Natives*, yaitu mereka yang dari sejak kecil sudah hidup bersanding dengan teknologi digital. Wood (2013) menegaskan bahwa terdapat empat kecenderungan Generasi Z, yaitu : ketertarikan pada teknologi baru, desakan tentang kemudahan penggunaan, keinginan untuk merasa aman, dan keinginan untuk melarikan diri sementara dari realitas yang mereka hadapi (Qurniawati & Nurohman, 2018).

Generasi ini dicirikan dengan fenomena 5,1 milyar pencari informasi di Google per hari, 4 milyar penonton Youtube, lebih 1 milyar pengguna akun Facebook di seluruh dunia, dan lebih 1 milyar pengguna aplikasi musik iTunes. Saat ini, 62% remaja dan 49% anak-anak mengakses internet di rumah. Bahkan, akses internet melalui *smartphone* dilakukan oleh empat dari lima remaja dan tujuh dari sepuluh anak. Selain untuk mengakses internet dan berkirim pesan, Generasi Z juga memanfaatkan teknologi untuk memotret, mendengarkan musik dan bermain *game*. Jaringan internet yang tersedia dan *smartphone* yang dimiliki, membuat generasi Z semakin banyak menghabiskan waktu dengan ponsel mereka (Pujiono, 2021).

Generasi ini tidak hanya nyaman dengan teknologi tetapi juga bergantung pada teknologi. Penelitian Rideout, Foehr, dan Roberts (2010) melaporkan bahwa generasi Z beraktivitas *online* lebih banyak dibandingkan dengan aktivitas lain selain tidur, yaitu naik selama 67 menit per hari yang digunakan untuk berinteraksi dengan media pada tahun 2009 jika dibandingkan dengan tahun 2004 (Syafrina, 2023).

Berdasarkan latar belakang di atas, maka fokus penelitian ini adalah komunikasi lingkungan pada Generasi Z melalui kampanye media sosial di Bantar Gebang, Bekasi, Jawa Barat. Berdasarkan latar belakang di atas, maka pertanyaan penelitian ini adalah: Bagaimana komunikasi lingkungan pada Generasi Z di Bantar Gebang, Bekasi, Jawa Barat? Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana komunikasi lingkungan pada Generasi Z di Bantar Gebang, Bekasi, Jawa Barat.

## **METODE PENELITIAN**

Pendekatan penelitian ini adalah Kualitatif, menurut David Williams (1995) dalam buku Lexy Moleong menyatakan “Bahwa penelitian kualitatif adalah pengumpulan data pada suatu latar alamiah, dengan menggunakan metode alamiah, dan dilakukan oleh orang atau peneliti yang tertarik secara alamiah” (Moleong, 2007). Penelitian ini menggunakan

pendekatan kualitatif deskriptif dengan tujuan untuk mengamati fenomena yang terjadi di kalangan remaja yang menggunakan media sosial. Penelitian kualitatif adalah suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada pendekatan ini, peneliti membuat suatu gambaran kompleks, meneliti kata-kata, laporan terperinci dari responden, dan melakukan studi pada situasi yang alami (Creswell, 1998). Metode kualitatif berguna untuk menemukan hipotesa pada kasus tertentu atau sampel terbatas (Sugiyono, 2015). Nawawi dan Matrini (Nawawi & Martini, 1996) menjelaskan bahwa metode deskriptif merupakan teknik pemecahan masalah dengan menggambarkan keadaan objek penelitian pada saat sekarang, berdasarkan fakta-fakta yang nampak. Metode deskriptif memfokuskan perhatiannya pada penemuan-penemuan fakta (*fact finding*) dengan keadaan sebenarnya. Peneliti menggunakan teknik wawancara kepada empat orang informan yang dianggap memiliki data yang dibutuhkan dalam penelitian. Informan yang dipilih memenuhi kategori penelitian yaitu pernah mengunjungi daerah Bantar Gebang lebih dari dua kali. Wawancara atau *interview* adalah percakapan antara peneliti dengan informan untuk mendapatkan informasi (Krisyantono, 2012). Sebagai pelengkap data primer, data sekunder yang digunakan adalah berupa studi literatur dengan menggunakan penelitian terdahulu yang telah dipublikasikan dan beberapa sumber buku. Dalam penelitian ini metode deskriptif kualitatif dipilih peneliti karena untuk mengungkapkan atau mendeskripsikan fakta, keadaan, fenomena dan keadaan yang terjadi saat penelitian berjalan berdasarkan data yang nyata (Syafrina & Alfarisi, 2021). Penelitian ini menggunakan teknik analisis data secara kualitatif dengan mereduksi data, menyajikan data, sampai menarik kesimpulan (Miles & Huberman, 1992).

## HASIL PENELITIAN

Sebagai data primer dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara kepada empat orang informan yang sedang mengikuti kegiatan Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) dengan skema Proyek Membangun Desa (PMD) yang berlokasi di Bantar Gebang. Informan terdiri dari 1 (satu) orang Dosen Pembimbing Lapangan dan 4 (empat) orang mahasiswa.

**Tabel 1. Profil Informan Penelitian**

<b>Inisial Informan</b>	<b>Peran</b>	<b>Lokasi</b>	<b>Frekuensi Berkunjung</b>
DS	Dosen Pembimbing Lapangan	RW 01 dan RW 05 Sumur Batu	3 kali
HQ	Mahasiswa	RW 05 Sumur Batu	3 kali
RW	Mahasiswa	RW 05 Sumur Batu	5 kali
NA	Mahasiswa	RW 01 Sumur Batu	3 kali

Ketika ditanya bagaimana kesan pertama informan ketika mengunjungi Bantar Gebang, informan DS menjawab :

*"Ya kan menggunung ya. Kalau sampahnya sendiri ya kita udah keliatan. Sampahnya memang full udah lama. Saya kan sebagai warga Cibubur yang dekat dengan Bantar Gebang, itu merasakan itu sudah sejak lama. Kita protes juga gak bisa. Karna kan itu yang mengganggu bukan cuma sampahnya kalau kami ya. Bau sampahnya sampai Cibubur. Tapi...sampah yang melewati Jalan Raya Transyogi, gitu. Truk sampah itu kalau dulu belum ada tol, sekarang aja masih ada yang lewat tapi sedikit ya itungannya. Kalau dulu belum ada tol, itu setiap hari itu ada berapa truk sampah. Dan kalau dia udah lewat, buka pintu buka kaca jendela itu udah gak bisa karna baunya luar biasa apalagi kalau musim hujan dan basah. Netes kan, gitu. Itu mengganggu sekali sampah-sampah itu. Belum sampe ke TPAnyanya aja udah mengganggu. Apalagi di TPAnyanya, gitu. Nah kebetulan memang pada saat kami survey itu memang lagi musim panas, jadi gak berasa. Karna kering ya...sampah kering, jadi gak berasa. Tapi ya kalau lagi hujan ya wasalam itu mah gitu. Busuknya kayak apa, gitu kan."*

Sementara itu, informan HQ menjawab :

*"Jauh...jauh terus ee debu...Tapi kalau untuk bau, saya pertama kali kesana alhamdulillah ga mencium sih. Cuman kalau ngeliat sampah di sekeliling masih banyak. Dan pemandangannya ketika masuk ke Daerah Sumur Batu itu langsung gunung sampah."*

Senada dengan HQ, informan RW menceritakan tanggapannya terkait kondisi sampah di Bantar Gebang :

*"Kaget sih aku. Ngeliat gunung sampah yang lumayan baru aku liat ya pertama kali itu. Tapi terbilangnya kalau misalnya di Kelurahanya itu gak...padahal termasuknya dekat ya ama gunung sampahnya itu tapi ga begitu terlalu bau. yang ga sesuai, ya mungkin karena emang ga hujan juga ya. Kalo lagi ga ujan sih emang ga begitu bau. Ataupun di beberapa titik juga ga begitu bau. Tapi emang di beberapa titik yang dekat atau yang gatau kenapa bisa bau juga itu. Tapi ga semua sih sebenarnya saya ini."*

Sementara itu, informan NA menjawab :

*"Kaget sih Bu. Karna belum pernah kesana sama sekali kan. Terus pas banget ditempatinnya tuh di dalem TPA itu Bu. Kita tuh di RW 1 ditempatinnya di RT 1, itu tuh TPA, nah di dalemnya ternyata ada sekolah gitu Bu. Ya kaget aja ternyata ada sekolah, terus ternyata ada kehidupan gitu di dalem situ loh. Itu kayak TPQ ya, PAUD tapi ga resmi. Mereka tuh diiniin sama ibu-ibunya tuh untuk sekolah paket nantinya."*

Ketika ditanya bagaimana tanggapan informan melihat gunung sampah Bantar Gebang, informan HQ menjawab :

*"Bingung juga sih kaget ini sampah dikemanain gitu. Terus katanya kan bukan dari sampah Bekasi ya, dari Jakarta... Kok bisa ada sebanyak itu. Dan itu kan kelurahannya dikelilingin sama sampah... Jadi kayak wow gitu."*

Ketika ditanya bagaimana kondisi sampah di lingkungan RW 05 Sumur Batu Bantar Gebang, informan HQ menjawab :

*"Kalau untuk sampah sekitar sih paling ada di beberapa titik aja sih Bu. Kalau yang menumpuk itu engga. Karna kebetulan masih daerahnya daerah kampung gitu. (Tapi) Justru di situ tercium bau sampahnya. Mungkin kalau habis hujan kayaknya deh baru nanti akan baunya kecium."*

Sementara itu, informan RW menjawab :

*"Beberapa kalau di jalanan juga kadang kadang ada yang ga bau. Ada lokasi yang bener bener ga bau, ada yang bau. Terus juga ada yang apa ya...Lokasinya beberapa*

*tuh disangkain saya tuh kan namanya Bantar Gebang kan terkenal dengan sampah ya. Lingkungannya itu disangkain ya pinggir pinggirannya pun banyak sampah. Lingkungannya banyak sampah. Ternyata terbilangnya ya bersih juga. Lingkungannya engga..Emang beberapa titik aja yang emang dikhususkan untuk membuang sampah itu doang yang banyak sampahnya. Terbilang bersih lingkungannya."*

Sementara itu, ketika ditanya mengenai bagaimana kesadaran masyarakat dalam mengolah sampah, informan DS menjawab :

*"Dan aku juga melihat bukan cuma itu sih, SDMnya juga tidak didorong untuk melakukan itu jadi ya ga berhasil. Padahal itu kan bagus ya. Kayak gitu Bu Ina. Jadi dan mereka tiap tiap rumah itu bukan tiap ya...banyak rumah yang lalu punya bisnis punya usaha jadi pengepul sampah plastik kan gitu. Nah itu kan sebenarnya juga ga baik juga kalau itu berada di dekat dengan kita hari-hari. Misalnya kan bakteri. Itu sih Bu."*

Sementara itu, informan RW menjawab :

*"Kesadaran masyarakatnya terbilang cukup peduli banget ya sama sampah itu. Dan juga mereka juga udah apa ya...mengolah sampahnya juga terbilang udah cukup bagus kesadarannya karna kemaren survey juga menanyakan kelola sampahnya tuh gimana cara merekanya apa gimana...atau kita kan mau buat bank sampah ya. tidak jadi karna setiap warganya itu memisahkan sendiri sampahnya, mana yang bisa dijual mana yang ga bisa dijual, gitu. Mereka udah tau."*

Sementara itu, informan NA menjawab :

*"Kalau dari yang aku liat tuh di dalem udah ada...kayak mereka tuh ngepul ya Bu kayaknya deh. Jadi sampah-sampah mereka tuh ya mereka akan jual lagi mungkin. Soalnya aku liat suka ada botol-botol yang udah dikarungin gitu loh. untuk jual mungkin ya."*

Ketika ditanya apa yang dapat dilakukan sebagai mahasiswa dalam mengatasi masalah di Bantar Gebang, informan HQ menjawab :

*"Mungkin kalau untuk sampah yang udah menumpuk itu sulit ya Bu ya. Tapi kalau*

*misalkan dari ee sampah rumah tangga itu bisa dilakukan dengan pemisahan organik dan nonorganik. Kalau contohnya itu di lingkungan rumah saya sendiri itu yang sampah plastik itu dibuat untuk kerajinan kayak bunga dari galon-galon plastik, botol botol plastik. Nanti itu bakal dipajang di depan rumah masing-masing. Kayak gitu."*

Sementara itu, informan RW menjawab :

*"Sebenarnya sampah itu udah susah ya untuk ditanggulangi. Tapi untuk meminimalisir atau mencegahnya ya...kesadaran dari masyarakatnya lagi untuk mengurangi penggunaan sampah plastik, contohnya. Dan mengolahnya dengan benar kan. Apalagi sekarang banyak tuh yang di penukaran-penukaran plastik jadi kan lebih ini aja...mengurangi aja sih sebenarnya...mengurangi penggunaan sampah plastik aja."*

Sementara itu, informan NA menjawab :

*"Banget sih Bu... Apalagi kesehatan ya Bu ya. Mungkin untuk warganya tuh dievakuasi kali ya Bu. Lebih jauh dari sampah. Mungkin di luar TPA gitu. Daripada di dalam TPA kan jadi udaranya lebih ga sehat gitu kan Bu. Terus kalo untuk menanggulangi sampahnya tuh kayaknya belum ada sih kayak...karna dia kan TPA juga ya...menanggulangnya gimana gitu."*

Sementara itu, informan DS mengemukakan pendapatnya terkait penanggulangan sampah di Bantar Gebang :

*"Berhenti. Sampahnya gak boleh lagi di masukin itu. Udah ga boleh, ya gatau ya bisnis, itu kan bisnis ya. Kalau kata Pak Lurah nya kan, ini kan sampah jadi uang Bu, sampah permata disini. Bukan masalah itu ya. Worth it gak, gitu antara apa yang didapatkan dengan efek jangka panjangnya. Kan mereka gak...belum...ya orang dengan ekonomi minimalis itu pasti mereka gak mikir dampak jangka panjang. Yang penting besok hari ini saya bisa makan, selesai. Dan itu mereka mau bunyi kayak apa juga pemerintah daerahnya pasti...ya gimana orang ada sampah disitu kan...pemerintah pusat ee provinsinya juga diem diem aja menerima aja gitu kan. Kompleks masalahnya gitu ya. Paling terdampak siapa...ya orang-orang warga sekitar...yang dulunya apalagi udah puluhan tahun disitu, gitu kan. Mencemari tanah pasti ya, gitu. Terus kalau dateng kesana, aku udah beberapa kali dateng sebenarnya, Na. Kan kering ya. Kering banget*

*kan gitu. Jadi Lurah juga cerita kalau iya Bu kalau panas ini kering jadi beberapa kali program KKN itu ngasih tau ke warga untuk bikin hidroponik gitu. Hidroponik itu bahkan pernah ditanam di kelurahan apa ya. Pokoknya aku lupa cerita pastinya, tapi di sekitar situ gitu. Ya ga berasa karna emang airnya aja sulit. Mending program lain, intinya sih gitu ya."*

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada 4 (empat) orang informan, maka peneliti mencoba merangkum jawaban para informan, sebagai berikut :

**Tabel 2. Interpretasi Hasil Wawancara**

Pertanyaan	Informan			
	DS	HQ	RW	NA
Kondisi Bantar Gebang	Sampah penuh dan menggunung	Gunung sampah	Gunung sampah	Kondisi memprihatinkan
Kesadaran Masyarakat	Belum memiliki kesadaran dampak jangka panjang dari penumpukan sampah	Terdapat sampah di beberapa titik di Bantar Gebang	Sudah memiliki kesadaran pengolahan sampah dengan baik	Masyarakat memanfaatkan sampah sebagai pendapatan
Penanggulangan Sampah	Memberhentikan pengiriman sampah ke Bantar Gebang	Melakukan pemilahan sampah organik dan non organik	Meningkatkan kesadaran masyarakat untuk mengurangi penggunaan sampah plastik	Mengevakuasi warga yang berada di dalam TPST Bantar Gebang

## PEMBAHASAN

Dalam mengatasi permasalahan sampah di Bantar Gebang, diperlukan kolaborasi antara pemerintah, kelompok masyarakat, dan gerakan pemuda. Gerakan pemuda, terbukti dapat memberikan dampak yang positif dan signifikan dalam memotivasi dan membangun

kesadaran lingkungan masyarakat luas. Dengan mendorong partisipasi masyarakat dan mendidik tentang pentingnya menjaga kebersihan lingkungan, gerakan ini membantu membangun kesadaran kolektif yang dapat berdampak positif pada upaya penanganan sampah dan pelestarian ekosistem. Pentingnya peran aktif dari anak muda dan kerja sama antara pemerintah dan masyarakat dalam upaya mengatasi permasalahan lingkungan adalah kunci untuk mencapai solusi yang efektif dan berkelanjutan. Kesadaran dan perubahan perilaku masyarakat adalah pondasi utama dalam perjuangan ini, dan semua elemen masyarakat perlu bersatu demi tujuan yang sama.

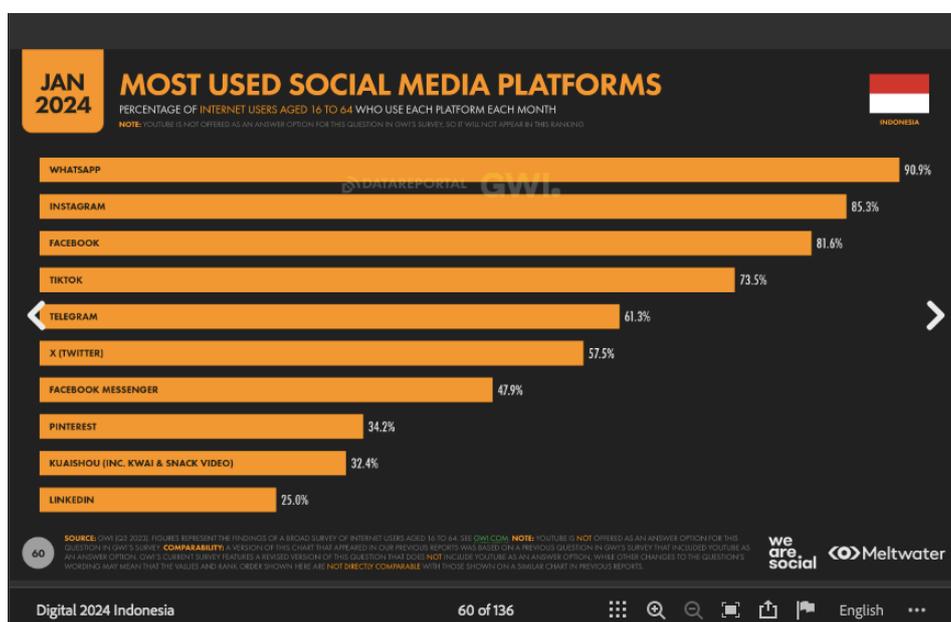
Tantangan dalam melakukan komunikasi lingkungan terletak pada karakteristik Generasi Z yang memiliki ketertarikan pada teknologi baru, mencari kemudahan dalam penggunaan, keinginan untuk merasa aman, dan keinginan untuk melarikan diri sementara dari realitas yang mereka hadapi. Sehingga, sebagai solusi dari permasalahan sampah yang menumpuk, peneliti memberikan rekomendasi berupa kampanye media sosial mengenai kondisi TPST Bantar Gebang. Hal ini disebabkan karena penggunaan media sosial dapat menjangkau masyarakat secara lebih masif dan luas. Diharapkan dengan adanya kampanye melalui media sosial, tidak hanya meningkatkan kesadaran masyarakat di Bantar Gebang, namun juga masyarakat dari Kota lain seperti Jakarta, Bandung, dan berbagai wilayah lain di Indonesia. Walaupun partisipasi aktif tidak dapat dilakukan secara menyeluruh namun masyarakat dari berbagai daerah dapat menyampaikan ide dan aspirasinya dalam menangani masalah sampah di Bantar Gebang. Sehingga membuka pandangan dan perspektif baru dalam mencari solusi.

Melalui media sosial juga, komunikasi lingkungan dapat dilakukan dengan tujuan untuk membangun kesadaran masyarakat dalam melestarikan lingkungan. Dalam merencanakan kampanye komunikasi lingkungan di media sosial, maka dilakukan empat tahap utama yaitu penilaian, perencanaan, produksi pesan, dan aksi dan refleksi. Dalam **tahap penilaian**, peneliti melakukan analisis situasi dan identifikasi masalah. Saat ini, Generasi Z adalah pengguna terbanyak media sosial (seperti yang telah dijelaskan pada latar belakang penelitian). Karena tujuan kampanye adalah untuk membangun kesadaran Generasi Z, maka kampanye dilakukan dengan menggunakan teknik-teknik yang populer di kalangan Generasi Z.

Selanjutnya, peneliti melakukan **tahap perencanaan** kampanye dengan memilih media sosial apa yang dijadikan sebagai media utama dalam melakukan kampanye. Dalam penelitian ini, peneliti merekomendasikan media sosial Instagram karena berdasarkan data We Are Social,

Instagram merupakan media sosial kedua yang paling banyak digunakan masyarakat Indonesia setelah Whatsapp, yaitu sebanyak 85,3% (Gambar 2). Selain itu, pada tahap ini, peneliti melakukan perencanaan visual serta audio yang akan digunakan dalam membuat konten kampanye. Perencanaan visual dapat dilakukan dengan memperhatikan *tren* konten di kalangan Generasi Z yang kemudian disesuaikan dengan komunikasi lingkungan yang akan disampaikan, sedangkan perencanaan audio dapat dilakukan dengan melihat audio yang sedang populer pada Generasi Z.

Gambar 2. Media Sosial yang Paling Banyak digunakan di Indonesia



Sumber: <https://datareportal.com/>

Setelah melakukan perencanaan, maka selanjutnya, peneliti melakukan **tahap produksi** pesan yang meliputi langkah desain pesan dan produksi media. Pesan-pesan komunikasi lingkungan harus lebih diarahkan pada upaya mengubah kebiasaan yang tidak peduli terhadap lingkungan hidup. Misalnya melakukan sosialisasi tentang jangan membuang sampah sembarangan dengan menggunakan audio visual yang telah direncanakan sebelumnya.

Setelah pesan kampanye komunikasi lingkungan dibuat, peneliti kemudian membagikan (*share*) konten tersebut untuk dipublikasikan secara luas di Instagram. Dalam **tahap aksi dan refleksi** ini, peneliti juga melakukan monitoring dan evaluasi konten dengan memastikan bagaimana *exposure* konten yang dibagikan di Instagram. Apabila *exposure* tinggi, maka akan dijadikan sebagai pertimbangan dalam membuat konten selanjutnya.

Sebaliknya, apabila konten yang dibagikan mendapatkan *exposure* yang rendah, maka akan dilakukan perbaikan agar mendapatkan hasil yang maksimal pada konten selanjutnya.

Kampanye ini akan terus dilakukan sehingga ke depannya, diharapkan masyarakat memiliki kesadaran yang tinggi untuk tidak membuang sampah sembarangan. Selain itu, komunikasi lingkungan dilakukan untuk menumbuhkan kepedulian masyarakat kepada lingkungan. Sehingga ke depannya, masalah sampah bisa teratasi dengan baik.

## **KESIMPULAN**

Dalam mengatasi permasalahan sampah di Bantar Gebang, diperlukan kolaborasi antara pemerintah, kelompok masyarakat, dan anak muda. Peran aktif dari anak muda dan kerja sama antara pemerintah dan masyarakat ini menjadi kunci dalam mencapai solusi yang efektif dan berkelanjutan. Kesadaran dan perubahan perilaku masyarakat adalah pondasi utama dalam perjuangan ini, dan semua elemen masyarakat perlu bersatu demi tujuan yang sama.

Tantangan dalam melakukan komunikasi lingkungan terletak pada karakteristik Generasi Z yang tertarik pada teknologi baru, mencari kemudahan dalam penggunaan, keinginan untuk merasa aman, dan keinginan untuk melarikan diri sementara dari realitas yang mereka hadapi. Sehingga, sebagai solusi dari permasalahan sampah yang menumpuk, peneliti memberikan rekomendasi berupa kampanye media sosial mengenai kondisi TPST Bantar Gebang. Hal ini disebabkan karena penggunaan media sosial dapat menjangkau masyarakat secara lebih masif dan luas. Media sosial yang direkomendasikan peneliti adalah Instagram sebagai media sosial kedua yang paling banyak digunakan masyarakat Indonesia. Dalam merencanakan kampanye komunikasi lingkungan di media sosial, maka dilakukan empat tahap utama yaitu penilaian, perencanaan, produksi pesan, dan aksi dan refleksi.

## **SARAN**

1. Untuk mendapatkan hasil penelitian yang lebih maksimal dan mendalam, sebaiknya penelitian selanjutnya dapat dikembangkan dengan menggunakan metode kuantitatif. Sehingga, diharapkan dapat memperkaya penelitian menjadi lebih spesifik dan akurat.
2. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat dikembangkan, tidak hanya melihat tantangan komunikasi lingkungan pada Generasi Z namun berbagai lapisan Generasi.
3. Mahasiswa Program Membangun Desa (PMD) di Bantar Gebang dapat memberikan solusi yang efektif kepada warga dalam menangani sampah yang menumpuk.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aisiyah, C., A'vun, Q., Royani, S., & Haq, W. (2024). Pengaruh Pandawara Grup Di Sosial Media Terhadap Literasi Kebersihan Lingkungan Pada Kalangan Mahasiswa Di Universitas Pendidikan Indonesia. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat mandiri (JPMM)*, 2(2), 87-97.
- Ardian, H. (2019). Kajian Teori Komunikasi Lingkungan Dalam Penelitian Pengelolaan Sumber Daya Alam. *Perspektif Komunikasi*, 1-20.
- Creswell, J. (1998). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing among Five Tradition*. London: Sage Publications.
- Krisyantono, R. (2012). *Teknik Praktis: Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Listiyani, Q., Khasanah, W., & Purwanti, P. (2023). Kajian Permasalahan Pengelolaan Sampah di TPST Bantargebang Kota Bekasi (Studi Kasus PLTSa Merah Putih). *Sinasis*, 4(1), 75-82.
- Miles, M., & Huberman, A. (1992). *Analisis data Kualitatif: Buku sumber tentang metode-metode baru*. Jakarta: UI Press.
- Moleong, J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nawawi, H., & Martini, M. (1996). *Penelitian Terapan*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Pujiono, A. (2021). Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran Bagi Generasi Z. *Didaché: Journal of Christian Education*, 2(1), 1-19.
- Puspa, A. (2023, 7 11). *Humaniora*. Retrieved from Media Indonesia: <https://mediaindonesia.com/humaniora/595815/pandawara-group-gugah-kesadaran-publik-akan-pentingnya-menjaga-lingkungan>
- Qurniawati, R., & Nurohman, Y. (2018). eWom Pada Generasi Z di Sosial Media. *Jurnal Manajemen Daya Saing*, 20(2), 70-80.
- Rahman, A., & Astriani, A. (2024). Audit Komunikasi Media Sosial Pandawara Group dalam Melakukan Kampanye Peduli Lingkungan. *Journal of Media and Communication Science*, 7(1), 7-18.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Manajemen: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi (Mixed Methods), Penelitian Tindakan (Action Research), Penelitian Evaluasi*. Bandung: Alfabeta.
- Syafrina, A. (2023). Generation Z in Responding to Communication Trends on Instagram. *Semantik Journal of Social Media Communication and Journalism*, 1(2), 112-123.
- Syafrina, A., & Alfarisi, M. (2021). Penggunaan Media Sosial Facebook Sebagai Sarana Komunikasi Dan Informasi Di Kalangan Remaja (Studi Deskriptif Pada Remaja di Alamanda Regency Blok M.5 Rt 005/027). *Komunikasi, Masyarakat, dan Keamanan*, 17-28.
- Wahyudin, U. (2017). Strategi Komunikasi Lingkungan Dalam Membangun Kepedulian Masyarakat Terhadap Lingkungan. *Jurnal Common*, 1(2), 130-134.
- Yonatan, Agnes Z. 2023. <https://data.goodstats.id/statistic/agneszeffanyayonatan/menilik-pengguna-media-sosial-indonesia-2017-2026-xUAlp> diakses 14 Juli 2023