

# **IDENTIFIKASI KAMPANYE GERAKAN LINGKUNGAN HIJAU DALAM Mendukung KETAHANAN PANGAN NASIONAL**

## **(Studi Kasus Tentang Identifikasi Kampanye Program Lingkungan Hijau Melalui Tanaman Hidroponik Oleh Kodim 0503 Jakarta Barat)**

**Yulawati dan Enjang Pera Irawan**

Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana  
Jl. Meruya Selatan No.01, Kembangan, Jakarta Barat 11650  
Email: [yulawati.hardi@gmail.com](mailto:yulawati.hardi@gmail.com) ; [enjang\\_irawan@yahoo.com](mailto:enjang_irawan@yahoo.com)  
Telp: 081284983394; 085659143130 & 081298409713

### **ABSTRAK**

Permasalahan lingkungan dan ketahanan pangan nasional merupakan salah satu fokus perhatian pemerintah, berdasarkan hal tersebut maka peneliti meneliti topik terkait identifikasi kampanye gerakan lingkungan hijau mendukung ketahanan pangan nasional oleh Kodim 0503 Jakarta Barat. Metode penelitian ini yaitu kualitatif dengan desain studi kasus tunggal. Penelitian ini menunjukkan bahwa kampanye gerakan lingkungan hijau dalam mendukung ketahanan pangan nasional ini dilatarbelakangi oleh masalah lingkungan. Tujuan dari program kampanye ini yaitu meningkatkan pengetahuan (*knowledge*), membentuk sikap (*attitude*), merubah perilaku (*behavioral*) masyarakat untuk mampu melakukan pengelolaan lingkungan. Khalayak sasaran program ini yaitu masyarakat dilingkungan kelurahan dan Sekolah-sekolah yang berada di Jakarta Barat. Manfaat program kampanye ini yaitu 1) Menjadikan TNI dalam hal ini Kodim 0503 Jakarta Barat semakin dekat dan dicintai masyarakat, sehingga berdampak positif pada citra dan reputasi TNI, 2) Masyarakat teredukasi dan tergerak untuk mengelola lingkungan hijau 3) Peningkatan lingkungan menjadi lebih bersih, sehat, tertata, dan nyaman. Hasil penelitian ini menyarankan agar proses identifikasi khalayak melibatkan berbagai stakeholder, sehingga proses identifikasi menjadi lebih tepat.

**Keyword:** Kampanye, Lingkungan, Hidroponik

## **1. PENDAHULUAN**

Keberadaan manusia tentu sedikit banyak mempengaruhi ekosistem yang ada di muka bumi. Tidak sedikit kerusakan yang terjadi di bumi karena campur tangan manusia. Masalah lingkungan hidup yang kini kian mengancam yaitu terkait pemanasan global dan kerusakan iklim. Hal ini sebagaimana disampaikan Ronauli at all (127:2016) bahwa pemanasan global dan perubahan iklim yang terus-menerus memburuk membuat negara-negara berkumpul untuk membahas tentang isu ini. Dunia, dalam hal ini PBB (Perserikatan Bangsa-Bangsa) menanggapi isu terkait perubahan iklim secara serius. Pada hari Minggu, 29 November 2015 merupakan

hari berkumpulnya para pemimpin dunia di Paris untuk COP21, Konferensi Perubahan Iklim Paris tahun 2015.

Permasalahan terkait isu lingkungan ini semakin mengerikan, setidaknya berbagai hasil riset menunjukkan kondisi bumi semakin rusak dan tercemar. Kemudian informasi dari National Geographic Indonesia di lamannya [nationalgeographic.co.id](http://nationalgeographic.co.id), menyebutkan bahwa Tiongkok duduk sebagai negara penghasil emisi terbesar, lebih dari 10,26 miliar ton. India duduk di posisi keempat yang mengeluarkan emisi sebesar 2,4 miliar ton. Sementara itu, Indonesia menghasilkan 2,05 miliar ton emisi, menjadikannya negara nomor enam penghasil emisi terbesar. Brasil duduk di peringkat ketujuh dengan 1,419 miliar ton.<sup>1</sup>

Melihat kondisi tersebut tentu Indonesia dibawah kepemimpinan presiden Jokowi mengajak semua elemen untuk terlibat aktif dalam penanggulangan masalah lingkungan. Selain itu presiden Jokowi juga turut mengapresiasi seluruh elemen yang berkontribusi dalam menjaga kelestarian lingkungan. Dikutip dalam [kompas.com](http://kompas.com) pada Rabu, 2 Agustus 2017 setidaknya presiden Jokowi memberikan empat jenis penghargaan kepada perorangan, kelompok, kepala daerah serta sekolah yang turut berpartisipasi menjaga kelestarian lingkungan. Ada empat penghargaan yang diberikan, yakni Kalpataru, Adipura, Adiwiyata dan Nirwasita Tantra.<sup>2</sup>

Sejalan dengan instruksi presiden, Tentara Nasional Indonesia (TNI) pun kian giat melaksanakan berbagai program kampanye dan gerakan kelestarian lingkungan. Sebagai lembaga lembaga negara yang paling dipercaya publik, TNI pun berupaya untuk hadir dan dekat dengan publik melalui program penghijauan lewat keberadaan kebun hijau aquaponik dan hidroponik, di tengah kawasan padat perkotaan. Dalam program ini, Dandim 0503/Jakarta Barat Letkol Inf Wahyu Yudhayana menyampaikan bahwa seluruh prajurit TNI memang harus ikut berpartisipasi dalam mengembangkan perkebunan serta pertanian, yang sejalan dengan perintah Panglima TNI Jenderal Gatot Nurmantyo.<sup>3</sup>

Program tersebut merupakan bagian dari upaya kelestarian lingkungan serta untuk mengedukasi publik agar TNI dapat menginspirasi masyarakat bercocok tanam, sehingga masyarakat dapat menghemat minimal untuk pengeluaran sayuran. Tergambar bahwa program ini memang tidak semata-mata diorientasikan pada aspek lingkungan, tetapi bagian dari upaya membangun kesadaran masyarakat untuk membangun ketahanan pangan nasional.

Dalam pelaksanaan program tersebut, Kodim 0503 Jakarta Barat telah bekerja sama dengan Suku Dinas Pertanian dan Peternakan Jakarta Barat serta Suku Dinas Kelautan Perikanan dan Ketahanan Pangan Jakarta Barat. Program ini akan dilanjutkan pada kegiatan kampanye dan sosialisasi ke sekolah-sekolah di kawasan Jakarta Barat mengenai mudah dan pentingnya membuat kebun-kebun hidroponik dan akuaponik di gedung sekolah, rumah susun, dan lingkungan masyarakat yang padat penduduk dan minim lahan.

<sup>1</sup> <http://nationalgeographic.co.id/berita/2014/10/indonesia-jadi-negara-pengemisi-terbesar-keenam-di-dunia> diakses pada 28 Maret 2018.

<sup>2</sup> <https://nasional.kompas.com/read/2017/08/02/10254541/jokowi-hadiri-hari-lingkungan-hidup>

<sup>3</sup> <http://inventori.co.id/index.php/2017/09/20/lewat-hidroponik-personel-kodim-0503jb-panen-30kilo-sayur/>

Kampanye lingkungan melalui program berkebun dengan hidroponik ini tentu membutuhkan kerjasama dan dukungan dari publik. Tentu tidak upaya melibatkan partisipasi publik tidak lah mudah. Untuk itu diperlukan berbagai teknik dan pendekatan kampanye yang tepat, sehingga pesan kampanye dapat diterima oleh publik. Namun hal yang penting pada awal pelaksanaan program kampanye salah satunya yaitu bagaimana merumuskan dan mengidentifikasi sasaran, tujuan dan target dari sebuah program kampanye.

Berdasarkan penjelasan tersebut maka peneliti tertarik untuk meneliti dan memfokuskan penelitian ini pada bagaimana upaya identifikasi kampanye gerakan lingkungan hijau dalam mendukung ketahanan pangan nasional yang dilakukan Kodim 0503 Jakarta Barat. Tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisis dan mendeskripsikan proses identifikasi kampanye gerakan lingkungan hijau dalam mendukung ketahanan pangan nasional. Dengan demikian penelitian ini dapat memberikan berbagai rekomendasi terkait inovasi komunikasi, mengenai bagaimana melakukan identifikasi awal dalam program kampanye seperti menentukan sasaran, tujuan dan target dari sebuah program kampanye.

## **2. TINJAUAN PUSTAKA**

### **2.1 *Public Relations***

Rex Harlow menyatakan bahwa *public relations* merupakan fungsi manajemen yang khas dan mendukung pembinaan, pemeliharaan jalur bersama antara organisasi dengan publiknya, menyangkut aktivitas komunikasi, pengertian, penerimaan dan kerja sama; melibatkan manajemen dalam menghadapi persoalan/permasalahan, membantu manajemen untuk mampu menghadapi opini publik; mendukung manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif; bertindak sebagai sistem peringatan dini dalam mengantisipasi kecenderungan penggunaan penelitian serta teknik komunikasi, dan komunikasi yang sehat dan etis sebagai sarana utama (Yuliawati dan Irawan, 211: 2016).

Adapun fungsi PR menurut Harold Burson dari Burson-Marsteller, terdapat empat fungsi penting dalam masyarakat masa kini. Keempat fungsi adalah sebagai berikut:

Sensor terhadap Perubahan Sosial: Profesional *Public Relations* menangkap suara di tengah-tengah masyarakat yang memberikan petunjuk terhadap kebaikan atau keburukan bagi organisasi, serta membantu manajemen berjaga-jaga terhadap serangan gencar dan dampak dari isu tersebut.

Nurani Perusahaan: Harry David Thoreau menulis: “cukup beralasan bahwa sebuah badan hukum tidak memiliki nurani; tetapi sebuah badan hukum yang memiliki orang-orang berhati nurani adalah badan hukum yang berhati nurani”. Kata-kata itu bertuah dan merupakan kata-kata yang senantiasa diingat oleh profesional *Public Relations*. Ciri ini menjadi dasar penyusunan uraian tugas pejabat *Public Relations*.

1. Komunikator: Banyak orang beranggapan bahwa komunikasi adalah peran utama *Public Relations*. Kemungkinan besar, mereka berpandangan

demikian karena mereka membuang banyak waktu untuk menguasai kecakapan komunikasi dan sedikit sekali waktu untuk mengasah kemampuan sosial mereka. Komunikasi bukanlah peran utama, komunikasi adalah salah satu dari keempat peran penting *Public Relations*.

2. Monitor Perusahaan: Fungsi ini membuat kebijakan dan program perusahaan cocok dengan harapan masyarakat. Semangat kalangan pengusaha harus melingkupi pekerjaan praktisi *Public Relations*. Dan ini mungkin yang menjadi alasan paling kuat bagi pejabat *Public Relations* senior untuk melapor ke manajemen tingkat puncak (Wilcox at all, 24:2006).

## 2.2 Kampanye *Public Relations*

Kampanye *Public Relations* (*PR campaign*) menurut Ruslan dalam arti sempit bertujuan meningkatkan kesadaran dan pengetahuan khalayak sasaran (*target audience*) untuk merebut perhatian serta menumbuhkan persepsi atau opini yang positif terhadap suatu kegiatan dari suatu lembaga atau organisasi (*corporate activities*) agar terciptanya suatu kepercayaan dan citra yang baik dari masyarakat melalui penyampaian pesan secara intensif dalam jangka waktu tertentu yang berkelanjutan. Dalam arti lebih umum atau luas, kampanye *Public Relations* tersebut memberikan penerangan terus menerus serta pengertian dan memotivasi masyarakat terhadap suatu kegiatan atau program tertentu melalui proses dan teknik komunikasi yang berkesinambungan dan terencana untuk mencapai publisitas dan citra yang positif (Libertine, 3:2014).

Pada tahap implementasi, tentu kampanye perlu dipersiapkan secara matang, sehingga program kampanye dapat berjalan sesuai dengan target dan tujuan yang telah ditentukan. Berikut ini merupakan akan diuraikan model perencanaan kampanye yang disampaikan Cutlip meliputi: 1). Mengidentifikasi masalah PR (analisis situasi), yaitu melihat apa yang sedang terjadi 2). Perencanaan dan penyusunan program (strategi), yaitu apa yang harus kita lakukan dan katakana, dan mengapa harus demikian? 3). Mengambil tindakan dan mengkomunikasikannya (Implementasi), yaitu bagaimana dan kapan kita akan melakukan dan mengatakannya? 4). Mengevaluasi program (penilaian), yaitu bagaimana kita telah melakukannya (Libertine, 5:2014)

## 2.3 Komunikasi Lingkungan

Menurut Oepen and Hamacher bahwa komunikasi lingkungan adalah proses komunikasi secara terencana dan strategis yang digunakan produk media untuk mendukung pembuatan kebijakan yang efektif, partisipasi masyarakat dan pelaksanaan proyek yang diarahkan pada kelestarian lingkungan. Hal ini menjelaskan bahwa sebuah komunikasi lingkungan sebagai interaksi dua arah dari proses sosial yang memungkinkan orang yang bersangkutan untuk memahami faktor-faktor lingkungan tertentu dan saling ketergantungan.

Mereka juga merespon masalah dengan cara yang lebih baik dengan penggunaan metode ini. Komunikasi lingkungan bertujuan untuk meningkatkan

kemampuan masyarakat untuk bisa merespon setiap tanda-tanda yang tepat dari lingkungan dengan kesejahteraan baik peradaban manusia dan sistem biologis alami (Puji Lestari et all:56:2016 ).

Komunikasi lingkungan menurut Robert (2010) merupakan media pragmatis dan konstruktif untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai lingkungan. Menyangkut srategi pengemasan pesan dalam media untuk menumbuhkan kesadarn dan partisipasi masyarakat dalam pengelolaan lingkungan. Komunikator utama dalam komunikasi lingkungan adalah pemerintah dan organisasi non pemerintah yang punya comitmen terhadap pengelolaan lingkungan (Herutomo, 41:2013).

Fatonah (2008) berpendapat bahwa komunikasi lingkungan merupakan salah satu bagian dari komunikasi pembangunan berkelanjutan telah dikenal yang telah dikenal sejak tahun 1960 an merupakan segala upaya dan cara serta tehnik penyampaian gagasan dan ketrampilan dari pihak yang memprakarsai pembangunan yang ditujukan kepada masyarakat luas agar masyarakat dapat memahami, menerima dan berpartisipasi (Herutomo, 40:2013).

### 3. METODE PENELITIAN

Medode yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kualitatif dengan desain studi kasus tunggal. Studi kasus tunggal memiliki tiga rasionalisasi yaitu: *pertama*, manakala kasus tersebut menyatakan kasus penting dalam menguji suatu teori yang telah disusun dengan baik, *kedua* kasus tersebut menyajikan suatu *kasus ekstrem* atau *unik* dan *ketiga* adalah kasus penyingkapan (Yin, 2011:46). Keunikan dari program kampanye ini yaitu upaya Kodim 0503 Jakarta Barat untuk melakukan penghijauan hijau dilingkungan padat penduduk, kemudian program ini juga merupakan upaya TNI dalam mendukung pemerintah pada program ketahanan pangan nasional.

Pada penelitian ini, peneliti berupaya untuk memahami bagaimana Kodim 0503 Jakarta Barat melakukan proses identifikasi program kampanye meliputi proses penentuan sasaran, tujuan dan target dari sebuah program kampanye. Teknik pengumpulan data melalui wawancara dengan para narasumber yang relevan serta terlibat pada proses identifikasi kampanye gerakan lingkungan hijau dalam mendukung ketahanan pangan nasional yang diselenggarakan Kodim 0503 Jakarta Barat.

Selain itu, peneliti juga akan mengumpulkan data melalui observasi lapangan. Selain itu, penelitian ini didukung oleh data skunder yang diperoleh dari kantor, buku, (kepuustakaan) atau pihak-pihak lain yang memberiuakan data yang erat kaitannya dengan objek dan tujuan penelitian (Moh. Pabundu Tika, 2006:64). Data-data yang diambil merupakan data-data yang mengandung nilai informasi terkait proses identifikasi kampanye gerakan lingkungan hijau dalam mendukung ketahanan pangan nasional yang diselenggarakan Kodim 0503 Jakarta Barat, baik itu dari website, buku, dokumen-dokumen, foto dan lain sebagainya.

Pemilihan narasumber pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Misalnya melakukan penelitian tentang kualitas makanan, maka sampel sumber datanya adalah orang yang ahli makanan. Sampel ini lebih

cocok digunakan untuk penelitian kualitatif, atau penelitian-penelitian yang tidak melakukan generalisasi (Sugiyono. 124:2004). Narasumber yang dipilih diantaranya Anggota Dandim 0503 Jakarta Barat Sertu Rasyidi yang menjabat sebagai Koordinator lapangan untuk pengelolaan Hidroponik dan Aquaponik di Kodim 0503 Jakarta Barat, dan narasumber kedua yaitu Letkol Kav Andre Henry Masengi yang saat ini menjabat sebagai Komandan Dandim 0503 Jakarta Barat.

Teknik analisis data menurut Miles dan Huberman mencakup tiga kegiatan yang bersamaan: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (verifikasi). Kemudian untuk menetapkan keabsahan data, maka peneliti melakukan tehnik triangulasi sumber.

Moleong (330:2013) menjelaskan bahwa pada teknik ini peneliti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan informasi yang diperoleh dengan cara: (1) membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara (2) membandingkan konsistensi jawaban narasumber, yaitu dengan cara membandingkan apa yang dikatakan narasumber di depan umum misalnya, dengan apa yang dikatakan secara pribadi (3) membandingkan perspektif seseorang, dengan orang lain di tim kerjanya.

#### **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

##### **Latar belakang program kampanye**

Kondisi perkotaan yang kian sempit dan terbatas akan lahan serta lingkungan hijau, hal tersebut lah yang menjadi alasan masyarakat perkotaan sulit untuk menerapkan lingkungan hijau. Namun sebenarnya hal tersebut dapat diatasi dengan berbagai pendekatan dan teknik pengelolaan lingkungan yang tepat. Salah satu teknik dalam mengelola lingkungan tanpa membutuhkan lahan yang luas yaitu dengan teknik menanam sayuran dengan teknik hidroponik.

Melihat banyaknya pemukiman padat dan tidak memiliki lingkungan yang hijau, hal inilah yang menjadi stimuli bagi Kodim 0503 Jakarta Barat untuk turut hadir dan berkontribusi pada masalah tersebut. Langkah yang ditempuh Kodim 0503 Jakarta Barat yaitu dengan mengembangkan teknik menanam sayuran dengan teknik hidroponik. Program ini pun kemudian diperluas untuk anggota Kodim 0503 Jakarta Barat dan secara serius dikampanyekan kepada berbagai stakeholder khususnya masyarakat di lingkungan Jakarta Barat.

Adapun hal yang melatar belakangi program ini yaitu rendahnya minat masyarakat untuk memanfaatkan ruang terbuka hijau dilingkungannya dikarenakan keterbatasan lahan. Untuk itu, program hidroponik ini merupakan salah satu program yang dapat mengatasi permasalahan lingkungan yang gersang sekaligus dapat membantu ekonomi masyarakat melalui konsumsi sayuran yang ditanam sendiri. Namun hal lain yang menjadi motivasi Kodim 0503 untuk melaksanakan gerakan lingkungan hijau melalui teknik hidroponik ini yaitu karena adanya instruksi Presiden Joko Widodo sejak 2016, presiden Joko Widodo ingin ditahun 2017 Indonesia sudah mulai bergerak menciptakan ketahanan pangan nasional guna menghadapi persaingan global.

Langkah kodim 0503 dalam menginisiasi program gerakan lingkungan hijau merupakan bagian dari upaya komunikasi lingkungan yang ditujukan kepada

masyarakat, sehingga masyarakat mendapat manfaat berupa lingkungan hijau, serta terpenuhinya kebutuhan dasar berupa hasil panen sayuran yang ditanam melalui metode hidroponik. Dengan demikian maka masyarakat akan melaksanakan program yang berkelanjutan, mengingat program ini jika dilaksanakan secara serius dapat memberikan manfaat dalam jangka panjang.

Hal tersebut pun sependapat dengan pernyataan Fatonah (2008) bahwa komunikasi lingkungan merupakan salah satu bagian dari komunikasi pembangunan berkelanjutan telah dikenal yang telah dikenal sejak tahun 1960 an merupakan segala upaya dan cara serta tehnik penyampaian gagasan dan ketrampilan dari pihak yang memprakarsai pembangunan yang ditujukan kepada masyarakat luas agar masyarakat dapat memahami, menerima dan berpartisipasi (Herutomo, 40:2013).

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa hal yang melatar belakangi pelaksanaan program lingkungan hijau ini yaitu karena adanya permasalahan yang terjadi dilingkungan masyarakat, serta bagian dari upaya mewujudkan instruksi presiden yang menekankan bahwa negara perlu memberdayakan rakyatnya untuk melestarikan lingkungan serta mendidik rakyat untuk memahami pentingnya dukungan seluruh elemen bangsa dalam memperkuat ketahanan pangan nasional.

Mengacu pada temuan penelitian tersebut maka peneliti melihat adanya pelaksanaan fungsi PR (Wilcox at all, 24:2006) oleh Kodim 0503 Jakarta Barat diantaranya yaitu: 1) Sensor terhadap Perubahan Sosial, dalam konteks ini Kodim 0503 dengan sensitif menangkap berbagai kebutuhan masyarakat dan kemudian menjawabnya dengan pengembangan program kampanye lingkungan ini, 2) Nurani Lembaga, Kodim bergerak untuk berkontribusi dan bersinergi dengan stakeholder dalam mendukung terciptanya lingkungan hijau serta memperkuat ketahanan pangan nasional melalui program kampanye ini, 3) Komunikator, berupaya mendengar dan merespon kebutuhan masyarakat. Dalam konteks ini, Kodim 0503 permasalahan lingkungan hijau pada pemukiman padat penduduk tersebut dengan penyelenggaraan program kampanye ini, dan 4) Monitor lembaga, melihat berbagai permasalahan di masyarakat kemudian merumuskan solusi yang cocok dengan masyarakat. Masalah keterbatasan lingkungan dikarenakan lahan yang tidak memadai ini dicarikan solusinya melalui program kampanye lingkungan dengan penanaman sayuran melalui teknik bioponik.

Memang program ini tentu hanya sebagai program yang dapat menjadi motivasi dan simbol dari upaya membangkitkan kesadaran masyarakat akan pentingnya partisipasi dalam berbagai aspek pembangunan, salah satunya dengan mendukung lingkungan hijau dan berdaya dalam memperkuat kemandirian masyarakat, minimal untuk memenuhi kebutuhannya sendiri melalui gerakan menanam sayuran dengan teknik hidroponik. Untuk mendukung program tersebut, tentunya diperlukan proses komunikasi yang dibangun tidak difahami oleh masyarakat. Untuk itu, komunikasi lingkungan haruslah dikemas sedemikian rupa sehingga dapat difahami dan mendapat partisipasi masyarakat yang cukup tinggi.

### **Tujuan Pelaksanaan Program**

Tentunya setiap program kampanye tentu memiliki tujuan yang hendak dicapai. Kodim 0503 menjalankan program kampanye gerakan lingkungan hijau dalam mendukung ketahanan pangan nasional yaitu untuk mengedukasi masyarakat

untuk tetap menjaga dan menciptakan lingkungan hijau walaupun dengan keterbatasan lahan. Hal lain yang menjadi tujuan dari program ini yaitu membangun motivasi dan optimisme kepada masyarakat dalam mendukung dan memperkuat ketahanan pangan nasional melalui kemandirian pangan, dengan hal terkecil dapat dilakukan penanaman sayuran di lingkungan masyarakat melalui teknik hidroponik.

Selain bagian dari upaya mendekatkan diri dengan masyarakat, gerakan kampanye lingkungan hijau ini pun merupakan bagian dari komitmen TNI dalam mendukung semua kebijakan presiden dan pemerintah. Oleh karena itu, tujuan program ini yaitu untuk mendukung pemerintah melalui program-program yang mendukung ketahanan pangan nasional sekaligus ikut terlibat dalam menegasi lingkungan. Segenap jajaran Angkatan Darat melalui Kodim 0503 Jakarta Barat terlibat dalam mengkampanyekan program ini. Harapannya program ini dapat menjadi pelajaran bagi warga masyarakat lainnya untuk dapat berusaha memanfaatkan lingkungan pekarangannya secara baik dengan menanam berbagai macam tanaman yang bermanfaat dengan menggunakan Teknik hidroponik.

Permasalahan lingkungan dan ketahanan pangan nasional merupakan kata kunci pada program kampanye ini, mengingat hal tersebut merupakan salah satu faktor terpenting untuk mendukung kemakmuran dan kesejahteraan rakyat dari sebuah negara. Bank dunia mendefinisikan ketahanan pangan sebagai jaminan akses bagi setiap orang pada setiap waktu untuk memperoleh pangan yang cukup bagi kehidupan yang aktif dan sehat (Armawi, 79:2009). Pernyataan tersebut sesuai dengan hasil penelitian bahwa program ini merupakan upaya Negara untuk memberdayakan masyarakat agar dapat memenuhi kebutuhannya secara mandiri.

Apabila diidentifikasi lebih dalam, maka tujuan program kampanye gerakan lingkungan hijau dalam mendukung ketahanan pangan nasional ini yaitu 1) berupaya melakukan perubahan pada tingkat pengetahuan (*knowledge*), dimana Kodim 0503 Jakarta Barat memberikan berbagai informasi dan ilmu mengenai bagaimana menghijaukan lingkungan yang terbatas akan lahan, sekaligus untuk memperkuat ketahanan nasional dengan penyelenggaraan program menanam dengan teknik hidroponik, 2) membentuk sikap (*attitude*), dengan memunculkan simpati, rasa suka, kepedulian masyarakat untuk terlibat pada program tersebut, 3) perilaku (*behavioral*), yaitu Kodim 0503 Jakarta Barat berupaya secara nyata mengajak dan melibatkan masyarakat secara langsung untuk berpartisipasi pada program tersebut. Hal ini dapat dilihat dari berbagai kerjasama yang dilakukan Kodim 0503 dengan berbagai stakeholder seperti dengan Suku Dinas Pertanian dan Peternakan Jakarta Barat serta Suku Dinas Kelautan Perikanan dan Ketahanan Pangan Jakarta Barat, sekolahan, dan kelurahan di lingkungan Jakarta Barat.

Selain itu peneliti pun melihat tujuan dari pelaksanaan program kampanye gerakan lingkungan hijau dalam mendukung ketahanan pangan nasional ini pun selaras dengan peraturan perundang-undangan, yakni UU 23 tahun 1997 tentang pengelolaan lingkungan hidup penting bagi pemerintah untuk memberikan pengetahuan dan kesadaran bagi masyarakat akan pentingnya pelestarian lingkungan hidup. Pada konteks ini maka Kodim 0503 Jakarta Barat telah mendukung keberadaan undang-undang tersebut.

## Sasaran Pelaksanaan Program

Masih rendahnya partisipasi masyarakat dalam melakukan gerakan lingkungan hijau dikarenakan terkendala oleh keterbatasan lahan di pemukiman pada penduduk diperkotaan. Hal tersebut sebetulnya dapat disiasati dengan teknik-teknik pengelolaan lingkungan yang tepat, sebagai contoh menanam sayuran dengan menggunakan Teknik hidroponik. Mengingat program ini dilaksanakan dilingkungan Kodim 0503 Jakarta Barat, maka sasaran dari program ini pun yaitu stakeholder yang ada di Jakarta Barat, khususnya masyarakat sekitar Kodim.

Pada konteks kampanye public relations (*PR campaign*), menurut Ruslan dalam arti sempit bertujuan meningkatkan kesadaran dan pengetahuan khalayak sasaran (*target audience*) untuk merebut perhatian serta menumbuhkan persepsi atau opini yang positif terhadap suatu kegiatan dari suatu lembaga atau organisasi (*corporate activities*) agar terciptanya suatu kepercayaan dan citra yang baik dari masyarakat melalui penyampaian pesan secara intensif dalam jangka waktu tertentu yang berkelanjutan (Libertine, 3:2014).

Dari apa yang disampaikan Ruslan jelas sekali bahwa Kodim 0503 Jakarta Barat harus mampu mengidentifikasi siapa khalayak sasarannya, sehingga program kampanye dapat berjalan dan menghasilkan sasaran yang diinginkan. Langkah identifikasi sasaran program kampanye yang dilakukan Kodim 0503 dengan melakukan pemetaan stakeholder mana saja yang memungkinkan dapat dilibatkan pada program ini. Hasil pemetaan menunjukkan bahwa stakeholder yang menjadi sasaran diantaranya yaitu sekolah-sekolah dan masyarakat dilingkungan kelurahan yang ada di Jakarta Barat. Untuk mensukseskan program tersebut maka Kodim 0503 melibatkan stakeholder lain diantaranya yaitu Suku Dinas Pertanian dan Peternakan Jakarta Barat serta Suku Dinas Kelautan Perikanan dan Ketahanan Pangan Jakarta Barat.

Untuk mengetahui siapakah khalayak sasaran, McQuail & Windahl (1993) mendefinisikan bahwa khalayak sasaran merupakan sejumlah besar orang yang pengetahuan, sikap, dan perilakunya akan diubah melalui kegiatan kampanye (Venus, 97:2009). Mengingat teritori atau wilayah kerja Kodim 0503 Jakarta Barat, maka khalayak sasaran dari program ini yaitu masyarakat di wilayah Jakarta Barat. Hal ini dikarenakan setiap Kodim memiliki daerah teritori masing-masing. Namun dalam konteks ini, Kodim 0503 Jakarta Barat terbuka kepada seluruh lapisan masyarakat diluar Jakarta Barat terkait program tersebut.

Faktor terbesar dalam keberhasilan program kampanye gerakan lingkungan hijau dalam mendukung ketahanan pangan nasional yaitu tingkat partisipasi dari khalayak sasaran. Semakin tinggi partisipasi maka semakin besar pula peluang tercapainya tujuan dari program ini. Hal ini dikarenakan pada program ini masyarakat sasaranlah yang menjadi subjek dari gerakan kampanye ini, dimana masyarakat didukasi dan dilibatkan secara aktif bagaimana menjaga lingkungan hijau, mengelola tanaman dengan teknik bioponik, serta bagaimana menyebarkan informasi terkait konten kampanye ini kepada masyarakat luas.

## Manfaat Program Kampanye

Dari hasil penelitian setidaknya menunjukkan bahwa manfaat dari program kampanye ini diharapkan dapat memiliki manfaat bagi Kodim 0503 Jakarta Barat, Masyarakat Jakarta Barat, dan Lingkungan di Jakarta Barat. Hal penting disampaikan Libertine (2014) bahwa manfaat pelaksanaan program kampanye tentu akan diperoleh ketika penyelenggara program kampanye secara konsisten memberikan penerangan terus menerus serta pengertian dan memotivasi masyarakat terhadap isu kampanye yang sedang diselenggarakan melalui proses dan teknik komunikasi yang berkesinambungan dan terencana.

Manfaat penyelenggaraan kampanye bagi Kodim 0503 Jakarta Barat yaitu Kodim 0503 sebagai lembaga negara yang terlibat aktif bersama masyarakat dalam mengatasi masalah lingkungan sekaligus memperkuat ketahanan pangan nasional. Dengan demikian maka TNI dapat lebih dekat dan dicintai masyarakat. Hal tersebut dapat memperkuat legitimasi masyarakat pada TNI, serta berdampak positif pada citra dan reputasi TNI.

Pada konteks ini maka Kodim 0503 Jakarta Barat telah menerapkan aktivitas komunikasi lingkungan, dimana menurut Robert (2010) merupakan media pragmatis dan konstruktif untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai lingkungan. Menyangkut strategi pengemasan pesan dalam media untuk menumbuhkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam pengelolaan lingkungan. Komunikator utama dalam komunikasi lingkungan adalah pemerintah dan organisasi non pemerintah yang punya komitmen terhadap pengelolaan lingkungan (Herutomo, 41:2013). Dengan kata lain, program kampanye tersebut merupakan sebuah keharusan bagi Kodim 0503 Jakarta Barat sebagai lembaga negara untuk berperan sebagai komunikator utama dalam komunikasi lingkungan.

Manfaat kedua dari program kampanye ini yaitu terjadinya perubahan pengetahuan, sikap, dan perilaku dari masyarakat. Artinya melalui program ini maka akan terbangun mental masyarakat yang berkomitmen untuk mendukung ketahanan pangan nasional. Melalui program ini, masyarakat akan teredukasi untuk memahami pentingnya menjalankan program gerakan lingkungan hijau dalam mendukung ketahanan pangan nasional. Melalui pengetahuan akan pentingnya program kampanye ini, hal ini akan menyentuh aspek sikap menjadi suka dan ingin terlibat dalam program kampanye ini. Implikasi positif dari adanya pengetahuan dan sikap tersebut, hal ini akan mendorong masyarakat untuk tergerak untuk menjalankan program secara konsisten.

Manfaat terakhir dari program kampanye ini yaitu adanya peningkatan kualitas lingkungan. Jika dikaji secara spesifik maka manfaat dari program kampanye bagi lingkungan yaitu 1) peningkatan kualitas udara bersih (oksigen) di lingkungan perumahan yang padat penduduk. Hal tersebut dikarenakan banyak tanaman yang dapat menghasilkan oksigen di tiap – tiap rumah masyarakat, 2) lingkungan perumahan semakin tertata dengan baik (estetika). Dengan demikian maka dapat menciptakan kenyamanan pada lingkungan perumahan, 3) dapat meningkatkan kualitas kesehatan masyarakat. Hal tersebut dikarenakan dengan adanya lingkungan yang lebih hijau, tertata, dan nyaman, ini semua dapat meningkatkan kualitas lingkungan yang berdampak positif bagi kesehatan masyarakat.

Berbagai manfaat yang dapat diperoleh dari program kampanye ini merupakan sebuah gambaran dari pentingnya desain komunikasi lingkungan yang ditujukan kepada masyarakat melalui program kampanye. Hal ini sebagaimana disampaikan Oepen and Hamacher (Puji Lestari et al, 2016) bahwa komunikasi lingkungan merupakan proses komunikasi secara terencana dan strategis yang digunakan produk media untuk mendukung pembuatan kebijakan yang efektif, partisipasi masyarakat dan pelaksanaan proyek yang diarahkan pada kelestarian lingkungan.

Pernyataan tersebut menjelaskan bahwa dengan adanya desain komunikasi lingkungan yang partisipatif (dua arah) dapat memungkinkan pihak yang bersangkutan dalam hal ini Kodim 0503 Jakarta Barat untuk saling memahami akan pentingnya program kampanye tersebut. Hal ini sebagaimana disampaikan Puji Lestari (2016) bahwa komunikasi lingkungan bertujuan untuk meningkatkan kemampuan masyarakat untuk bisa merespon setiap tanda-tanda yang tepat dari lingkungan dengan kesejahteraan baik peradaban manusia dan sistem biologis alami.

## 5. SIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Simpulan

Dari penelitian ini dapat disimpulkan: *pertama*, kampanye gerakan lingkungan hijau dalam mendukung ketahanan pangan nasional ini dilatarbelakangi keprihatinan pada minimnya lingkungan hijau di pemukiman padat penduduk perkotaan, serta wujud dari komitmen TNI dalam mendukung program pemerintah terkait lingkungan dan ketahanan pangan nasional. *Kedua*, tujuan pelaksanaan program ini yaitu untuk meningkatkan pengetahuan (*knowledge*), membentuk sikap (*attitude*), merubah perilaku (*behavioral*) masyarakat untuk mampu melakukan pengelolaan lingkungan sekaligus melibatkan partisipasi masyarakat dalam memperkuat ketahanan pangan nasional melalui penanaman sayuran dengan teknik bioponik. *Ketiga*, target khalayak sasaran program ini yaitu masyarakat dilingkungan kelurahan dan Sekolah-sekolah yang berada di Jakarta Barat.

Kemudian stakeholder yang terlibat diantaranya Suku Dinas Pertanian dan Peternakan Jakarta Barat serta Suku Dinas Kelautan Perikanan dan Ketahanan Pangan Jakarta Barat. *Keempat*, Manfaat program kampanye ini yaitu 1) Menjadikan TNI dalam hal ini Kodim 0503 Jakarta Barat semakin dekat dan dicintai masyarakat, sehingga berdampak positif pada citra dan reputasi TNI, 2) Adanya perubahan pengetahuan (*knowledge*), sikap (*attitude*), dan perilaku (*behavioral*) masyarakat yang lebih baik dan sadar bagaimana mengelola lingkungan hijau 3) Peningkatan lingkungan menjadi lebih bersih, sehat, tertata, dan nyaman.

### 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian maka peneliti menyarankan agar Kodim 0503 Jakarta Barat sebaiknya identifikasi khalayak sasaran perlu melibatkan stakeholder lain, seperti perguruan tinggi di wilayah Jakarta Barat. Dengan demikian maka proses identifikasi khalayak sasaran tidak hanya menghasilkan daftar sasaran yang dituju, tetapi disertakan dengan penyusunan pesan, penentuan metode kampanye

serta pemilihan media kampanye yang lebih beragam sesuai dengan karakteristik dari khalayak sasaran kampanye program tersebut. Identifikasi khalayak sasaran merupakan hal pertama dilakukan sebelum menyusun pesan kampanye gerakan lingkungan hijau dalam mendukung ketahanan pangan nasional, oleh karena itu perlu dipertimbangkan dalam memilih metode dan strategi dalam proses identifikasi tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

- Basrowi. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Herdiansyah, Haris. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Moleong, J. Lexy, 2013. *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: CV. Afabeta
- Wilcox L. Dennis, Ault H. Phillip, dan Agee K. Warren. 2006. *Public Relations Strategi dan Taktis Jilid Satu*. Penerjemah: Rosa Kristiwati. Interaksara.
- Yin K. Robert. 2011. *Studi Kasus: Desain & Metode*. Penerjemah: M. Djauzi Mudzakir. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

### **Sumber Lain**

- Yuliatwati. Irawan, Pera Enjang. Peran *Cyber Public Relations* Humas Polri Dalam Memberikan Pelayanan Informasi Publik Secara Online. *Vol 1, No 1 (2016): JURNAL POLITIKOM INDONESIA*.
- Libertine, Alodia Chandra. Strategi Kampanye “Breast Cancer Awareness Month”. *Jurnal E-Komunikasi*. Universitas Kristen Petra, Surabaya. Vol 2. No.1 Tahun 2014
- Puji Lestari, et all. Komunikasi Lingkungan Untuk Mitigasi Bencana Erupsi Gunung Sinabung. *Jurnal ASPIKOM*, Volume 3 Nomor 1, Juli 2016
- Herutomo. Ch. Komunikasi Lingkungan Dalam Mengembangkan Hutan Berkelanjutan. *Acta Diurna (Jurnal Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Jenderal Soedirman)*. | Vol 9 No . 2 | 2013.
- Armawi, Armaidly. Memaknai Kembali Ketahanan Pangan. *Jurnal Ketahanan Pangan Nasional*, XIV (1) April 2009.