

# **Kampanye Pemasaran Sosial Pengelolaan Sampah Organik Kampung Nelayan Tambakrejo Berbasis Maggot sebagai *Community Manager***

Maria Clara Dewi Arumdapta, S Rouli Manalu  
[mariaclara.dewi@gmail.com](mailto:mariaclara.dewi@gmail.com)

**Program Studi S1 Ilmu Komunikasi**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro  
Jl. dr. Antonius Suroyo, Universitas Diponegoro, Tembalang, Semarang  
Kotak Pos 50275 Telepon (024) 7465407 Faksimile (024) 746504  
Laman: <https://fisip.undip.ac.id> / Email: [fisip@undip.ac.id](mailto:fisip@undip.ac.id)**

## **ABSTRACT**

*Organic waste management is a challenge in the Kampung Nelayan Tambakrejo. This study aims to increase community participation in maggot-based waste management through a social marketing approach using Integrated Marketing Communication (IMC) strategies. The methods include online education via WhatsApp and offline activities such as workshops, door-to-door outreach, engagement with community organizations, Key Opinion Leaders, collaboration with Local Heroes, and the provision of supporting infrastructure. As a result, 29 households actively contributed organic waste, involving 84 participants. The communication approach successfully improved resident's understanding and participation, and led to the development of a waste management system by local actors. The supporting infrastructure proved to be the most effective factor in driving behavioral change in maggot-based waste management.*

**Keywords:** *Behaviour change, communication campaign, social marketing.*

## **ABSTRAK**

Pengelolaan sampah organik menjadi tantangan utama di Kampung Nelayan Tambakrejo. Proyek ini bertujuan meningkatkan partisipasi warga dalam pengelolaan sampah berbasis maggot melalui pemasaran sosial dengan strategi *Integrated Marketing Communication* (IMC). Metode mencakup edukasi daring via WhatsApp dan luring melalui workshop, *door-to-door*, organisasi masyarakat, *Key Opinion Leader*, kolaborasi *Local Heroes*, serta penyediaan infrastruktur. Hasilnya, 29 rumah tangga aktif menyeter sampah organik dengan 84 partisipan. Strategi ini berhasil meningkatkan pemahaman dan partisipasi warga serta membentuk sistem pengelolaan oleh aktor lokal. Penyediaan infrastruktur terbukti menjadi faktor paling efektif dalam mendorong perubahan perilaku pengelolaan sampah berbasis maggot.

Kata kunci: Kampanye komunikasi, pemasaran sosial, perubahan perilaku.

## PENDAHULUAN

Isu mengenai sampah merupakan permasalahan kompleks yang banyak dihadapi oleh komunitas di Indonesia. Sampah rumah tangga baik organik maupun anorganik menjadi jenis sampah yang paling banyak dihasilkan setiap harinya (Yuwana & Adlan, 2021). Sampah anorganik meliputi botol plastik, kantong plastik, bungkus bekas, minuman kaleng, styrofoam, dan berbagai bahan lain yang sulit terurai, sementara sampah organik rumah tangga adalah sisa makanan serta limbah dari kebun atau halaman rumah (Humairo et al., 2022).

Dilansir dari Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional (SIPSN) milik KLHK peringkat keempat secara nasional dari penyumbang sampah ini adalah provinsi Jawa Tengah dengan total volume 2,5 juta ton sepanjang tahun 2024. Berdasarkan total jumlah tersebut, dominan sampah yang dihasilkan merupakan sisa makanan yakni sebesar 43,16 persen.

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

pengolahan makanan dan lainnya. (Tangio et al., 2023). Buruknya sistem pengelolaan sampah menjadi salah satu isu lingkungan utama yang dihadapi kawasan pesisir (Verzosa et al., 2024). Oleh sebab itu, penerapan pengelolaan sampah yang efektif dan berkelanjutan sangat penting demi menjaga kelestarian lingkungan.

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

Kondisi ini berpotensi memunculkan permasalahan baru. proses relokasi dapat mengikis rasa kepemilikan komunitas terhadap lingkungan barunya (Watt, 2022) Rasa keterikatan yang rendah ini berkontribusi terhadap minimnya kepedulian terhadap kebersihan dan pengelolaan sampah (Amalia et al., 2020). Situasi serupa terjadi di Kampung Nelayan Tambakrejo, di mana masyarakat cenderung kurang peduli terhadap isu-isu

lingkungan di tempat tinggal mereka saat ini. Hal ini disebabkan akibat tidak adanya rasa kepemilikan terhadap hunian sementara yang mereka tempati. Akhirnya, partisipasi dalam pengelolaan lingkungan, termasuk pengelolaan sampah, menjadi rendah (I. Alghofani, komunikasi pribadi, 10 Februari 2025a).

Hasil survei yang melibatkan 84 warga warga Kampung Nelayan Tambakrejo menunjukkan bahwa mereka belum menjalankan pemilahan maupun pengelolaan sampah secara terpisah. Sampah yang ada selama ini biasanya dicampur dalam satu tempat dan kemudian dikumpulkan oleh petugas kebersihan setiap dua hari sekali untuk dibawa ke lahan kosong di sekitar RT 06, yang difungsikan sebagai Tempat Pembuangan Sementara (TPS). Kondisi ini menyebabkan penumpukan sampah di TPS menjadi tidak terkendali (Soniya & Suintiah, 2024).

Di sisi lain, masih terdapat sebagian masyarakat yang membuang sampah langsung ke sungai, sehingga menimbulkan pencemaran pada perairan setempat. Menanggapi situasi tersebut, Wahana Lingkungan Hidup Indonesia (WALHI) Jawa Tengah hadir sebagai organisasi nirlaba yang berkomitmen dalam mendorong perbaikan pengelolaan lingkungan, khususnya di wilayah Jawa Tengah. Salah satu wilayah yang menjadi perhatian adalah Kampung Nelayan Tambakrejo.

Dalam beberapa tahun terakhir, WALHI Jawa Tengah aktif melakukan penelitian terhadap permasalahan lingkungan yang terjadi di kawasan ini. Tak hanya penelitian, pendekatan langsung kepada masyarakat, terutama kalangan pemuda, juga dilakukan guna membangun kesadaran mengenai sampah yang merupakan isu krusial bagi masyarakat pesisir. Sejumlah inisiatif telah dijalankan sebagai bentuk upaya konkret dalam mengatasi persoalan tersebut. Beberapa di antaranya adalah sosialisasi mengenai bahaya pembakaran sampah serta pelatihan pembuatan asbak dari limbah cangkang kerang, serta masih banyak lagi (I. Alghofani, komunikasi pribadi, 10 Februari 2025b).

Meski demikian, berbagai kampanye dan kegiatan yang dilakukan WALHI Jawa Tengah belum sepenuhnya berhasil membentuk masyarakat yang sadar dan aktif dalam pengelolaan sampah. Keberadaan infrastruktur seperti tempat sampah terpilah untuk organik dan anorganik masih belum mampu mengubah kebiasaan warga dalam memilah sampah secara konsisten (Marzuki, komunikasi pribadi, 23 Maret 2025). Upaya pendekatan kreatif seperti pembuatan asbak dari cangkang kerang pun tidak berlanjut karena masyarakat kesulitan memasarkan produk yang telah mereka hasilkan. Hal ini menunjukkan bahwa sejumlah praktik pengelolaan sampah yang pernah dicoba di Kampung Nelayan Tambakrejo belum berjalan secara efektif dan berkelanjutan.

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

Maggot memiliki kemampuan untuk menguraikan sampah organik dengan mengkonsumsinya secara langsung. Proses penguraian ini berlangsung dengan cepat, tidak menimbulkan bau, serta menghasilkan kompos organik (Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Probolinggo, 2021). Dalam waktu 24 jam, maggot mampu mengonsumsi sampah organik sebanyak dua hingga lima kali berat tubuhnya. Dalam masa pemeliharaan selama 25 hari, larva ini dapat terus mengolah sampah hingga siap untuk dipanen. Maggot yang sudah mencapai tahap prepupa maupun yang berupa bangkai lalat BSF kaya akan protein dan dapat dimanfaatkan sebagai pakan tinggi protein untuk ternak atau ikan, sementara kotorannya bisa digunakan sebagai pupuk alami.

Proses penguraian sampah ini aman bagi manusia karena BSF bukanlah lalat pembawa penyakit. Budidaya maggot pun bisa dijalankan dalam skala kecil di rumah tangga

maupun dalam skala industri (Dinas Lingkungan Hidup Kota Semarang, 2023). Selain sebagai solusi ramah lingkungan untuk pengelolaan sampah organik, maggot juga memiliki potensi bisnis yang menguntungkan karena dapat menghasilkan nilai tambah ekonomi (Pratama & Prodjo, 2023).

Hasil survei menunjukkan bahwa sebanyak 81 persen responden belum pernah mengetahui maggot sebelumnya. Sementara itu, sebagian lainnya hanya sekadar pernah mendengar istilah maggot, tetapi belum memahami secara jelas apa itu maggot dan fungsinya sebagai pengurai sampah organik. Meski demikian, mayoritas responden menunjukkan ketertarikan untuk mencoba menggunakan maggot sebagai metode pengelolaan sampah organik rumah tangga. Mereka juga bersedia untuk memilah sampah organik dan anorganik sebagai bagian dari langkah awal pengelolaan tersebut. Bahkan, terdapat beberapa orang yang menyatakan minat untuk turut serta dalam merawat maggot. Meskipun begitu masih ada sebagian kecil responden yang tidak berminat menggunakan maggot menyebutkan alasan utama mereka adalah keterbatasan waktu akibat kesibukan sehingga tidak sempat melakukan pemilahan sampah.

Melalui survei ini juga ditemukan bahwa minat masyarakat untuk menggunakan maggot meningkat jika terdapat sarana pendukung. Sarana tersebut mencakup infrastruktur yang memadai serta adanya pihak

yang mengelola sistem budidaya maggot secara langsung. Penerapan sistem ini dapat membawa berbagai manfaat, antara lain menguraikan sampah organik seperti sisa makanan dan daun kering, sehingga tidak bercampur dengan sampah anorganik dan mengurangi potensi pencemaran akibat sampah organik. Sistem ini juga berkontribusi dalam membangun kesadaran serta perilaku positif masyarakat untuk merawat lingkungan melalui pengelolaan sampah yang lebih terstruktur.

Selain memberikan manfaat lingkungan, sistem ini juga berpotensi menghasilkan keuntungan ekonomi bagi masyarakat Tambakrejo, antara lain melalui pengurangan biaya untuk pakan ternak dan pupuk tanaman, serta peluang memperoleh pendapatan tambahan dari penjualan biomassa maggot yang kaya protein bagi para peternak maggot. Hal ini sejalan dengan aspirasi sebagian besar warga yang menginginkan sistem pengelolaan sampah yang dapat memberi manfaat ekonomi, baik dalam bentuk produk untuk dijual maupun sebagai pupuk dan pakan yang dapat menekan pengeluaran. Sementara itu, sebagian warga lainnya tidak terlalu fokus pada aspek ekonomi, melainkan hanya menginginkan sistem ini berfungsi untuk mengurangi jumlah sampah di lingkungan mereka.

Setelah mendapat data ini penulis merancang kampanye ini dengan menerapkan pendekatan *Integrated Marketing*

*Communication* (IMC), yaitu dengan menggabungkan strategi kampanye secara *offline* dan *online*. Kegiatan *offline* dilakukan melalui *community empowerment*, sedangkan kegiatan *online* difokuskan pada penyebaran konten edukatif mengenai pengelolaan sampah berbasis maggot melalui grup WhatsApp yakni media sosial yang paling umum digunakan oleh warga Kampung Nelayan Tambakrejo. Penggunaan grup Whatsapp ini didasarkan pada data hasil survei dimana sebagian besar warga mengakui penggunaan aplikasi Whatsapp sebagai media komunikasi daring untuk saling terhubung. Menurut hasil survei dengan warga juga ditemukan bahwa setiap organisasi memiliki grup Whatsapp untuk berkomunikasi melalui daring. *Community empowerment* menjadi strategi penting karena penyampaian isu lingkungan tidak akan berdampak tanpa adanya partisipasi aktif dari masyarakat. Keterlibatan publik membuka ruang kolaborasi antar semua pihak untuk menciptakan pendekatan yang lebih menyeluruh dan terintegrasi dalam menghadapi persoalan lingkungan serta mendukung pembangunan berkelanjutan (Ruppel & Houston, 2023). Keterlibatan dalam kegiatan lingkungan dapat membentuk kesadaran, pemahaman, dan rasa kepemilikan terhadap isu yang dihadapi. Partisipasi publik juga dapat memberikan beragam perspektif yang akan memperkaya proses perumusan kebijakan dan pengambilan keputusan yang lebih tepat dan berkelanjutan. Oleh karena itu,

*community empowerment* menjadi penting terlaksana untuk mendorong keterlibatan warga dalam praktik pengelolaan sampah, yang dapat dimulai dari diri sendiri maupun lingkungan sekitar. Sementara itu, kampanye daring melalui grup WhatsApp berfungsi sebagai media pendukung dalam memperkuat pesan-pesan dari program kampanye lingkungan ini.

*Community empowerment* ini akan melibatkan ibu-ibu PKK sebagai salah satu target kampanye utama. Hal ini dikarenakan hasil survei menunjukkan bahwa ibu berperan sebagai pengelola sampah utama pada sebagian besar rumah di Kampung Nelayan Tambakrejo dengan persentase sebesar 82,1 persen. Pada beberapa rumah tangga, sampah dikelola oleh ayah dengan persentase sebesar 11,9 persen dari total responden. Oleh karena itu, dalam salah satu cara rangkaian *community empowerment* yang dilakukan juga menyasar pada bapak-bapak. Program kampanye ini akan menggunakan model pemasaran sosial dari Philip Kotler sebagai landasan dalam merancang konsep, strategi, dan taktik komunikasi untuk mendorong perubahan sosial, khususnya terkait praktik pengelolaan sampah organik dengan maggot di RT 06 RW 16 Kampung Nelayan Tambakrejo. Dengan melibatkan masyarakat secara aktif dalam pengelolaan sampah, kampanye ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran, mengubah perilaku, serta menciptakan lingkungan yang lebih bersih dan sehat. Pendekatan ini juga

bertujuan membangun kembali rasa kepemilikan masyarakat terhadap lingkungan mereka dengan menunjukkan manfaat nyata dari sistem pengelolaan sampah yang baik. Dalam menghadapi tingginya volume sampah di pesisir Kampung Nelayan Tambakrejo, diperlukan adanya sistem pengelolaan sampah yang efektif. Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah memanfaatkan maggot, yaitu larva dari lalat *Black Soldier Fly* (BSF), sebagai agen pengurai sampah organik. Selain dibutuhkan sistem pengelolaan yang terstruktur, keterlibatan masyarakat juga berperan penting agar sistem dapat berjalan secara efektif dan berkelanjutan. Peran aktif masyarakat ini menjadi kunci dalam menjaga keberlanjutan lingkungan wilayah pesisir. Namun sayangnya, hingga saat ini, warga Kampung Nelayan Tambakrejo belum menerapkan praktik pengelolaan sampah secara optimal, termasuk dalam hal pemanfaatan maggot yang sebenarnya sangat potensial dalam mengurangi timbunan sampah organik di wilayah pesisir. Keberadaan sampah organik dan anorganik yang masih tercampur, tumpukan sampah yang tidak tertangani di Tempat Pembuangan Sementara (TPS), serta tercemarnya aliran sungai akibat limbah, mencerminkan rendahnya kesadaran dan penerapan perilaku pengelolaan sampah di Kampung Nelayan Tambakrejo. Rendahnya pengetahuan masyarakat tentang manfaat penggunaan maggot, ditambah dengan anggapan bahwa maggot berbau tidak sedap

dan menjijikkan, menjadi faktor utama metode ini belum diterapkan sebagai sistem pengelolaan sampah di Kampung Nelayan Tambakrejo. Meskipun demikian, hasil survei menunjukkan adanya ketertarikan warga untuk menggunakan sistem ini, asalkan tersedia sarana pendukung yang memadai, seperti infrastruktur dan pengelolaan yang jelas. Berdasarkan situasi ini dapat dirumuskan permasalahan utama yang perlu diatasi, yaitu bagaimana merancang program kampanye pemasaran sosial yang efektif dan berkelanjutan untuk mendorong pengelolaan sampah organik berbasis maggot bagi masyarakat Kampung Nelayan Tambakrejo. Untuk itu dirumuskan tujuan karya bidang ini adalah meningkatkan keterlibatan 16 rumah, warga Kampung Nelayan Tambak Rejo, RT 06 RW 16, Kelurahan Tanjung Mas, Kecamatan Semarang Utara dalam pengelolaan sampah organik dengan menggunakan maggot selama kurun waktu dua bulan.

## **KERANGKA KONSEP**

Proyek ini mengadopsi kerangka *marketing mix* dalam pemasaran sosial sebagai dasar dalam merancang strategi komunikasi perubahan perilaku pengelolaan sampah organik. Kerangka ini terdiri dari empat elemen utama, yaitu *product*, *place*, *price*, dan *promotion*. Keempat elemen ini digunakan untuk merancang strategi yang dapat mendorong adopsi perilaku pengelolaan sampah berbasis maggot agar lebih mudah

dipahami, relevan dengan kebutuhan masyarakat, serta aplikatif dalam kehidupan sehari-hari. Dengan memanfaatkan pendekatan ini, proyek berupaya menurunkan hambatan adopsi perilaku, memperkuat keterlibatan masyarakat, serta menciptakan sistem pengelolaan sampah yang berkelanjutan di lingkungan Kampung Nelayan Tambakrejo.

Pada elemen produk, proyek ini merujuk pada apa yang nantinya akan dijual, perilaku apa yang diinginkan, dan manfaat apa yang akan didapatkan terkait dengan perilaku tersebut (Kotler et. al., 2002). Karya bidang ini menggunakan klasifikasi produk yakni *core product*, *actual product*, dan *augmented product*. *Core product* yang ditawarkan adalah kontribusi terhadap kebersihan lingkungan melalui pengelolaan sampah organik. Kegiatan ini dapat membantu pengurangan sampah yang akan masuk ke Tempat Pembuangan Akhir (TPA) dan akhirnya menurunkan emisi gas rumah kaca sehingga tercapainya lingkungan yang lebih bersih. *Actual product* dalam kegiatan ini berupa keterlibatan langsung warga Kampung Nelayan Tambakrejo dalam proses pengelolaan sampah organik menggunakan maggot. Sementara itu, *augmented product* mencakup penyediaan infrastruktur seperti wadah pemeliharaan maggot, modul pembelajaran, serta ketersediaan maggot itu sendiri.

Elemen *price* dalam pemasaran sosial mencakup seluruh bentuk biaya yang dirasakan oleh masyarakat saat mereka

mempertimbangkan untuk mengubah perilaku, baik yang bersifat moneter maupun non-moneter. Dalam konteks ini, harga dikategorikan menjadi dua, yaitu *entry cost* dan *exit cost*. *Entry cost* mencakup pengeluaran awal, seperti biaya pembelian infrastruktur maggot sebesar Rp 700.000, serta waktu yang dibutuhkan untuk mengikuti pelatihan, menyiapkan lokasi, dan menyesuaikan praktik pengelolaan sampah dengan kondisi lingkungan. Sementara itu, *exit cost* menggambarkan hambatan psikologis dan sosial seperti keengganan meninggalkan kebiasaan membuang sampah tanpa memilah, resistensi terhadap sistem baru yang belum familiar, dan ketidakpastian terhadap hasil yang akan diperoleh. Dengan memahami struktur harga ini, kampanye dirancang untuk meminimalkan hambatan dan meningkatkan nilai guna bagi warga.

Aspek *place* dalam kerangka ini merujuk pada lokasi di mana perilaku baru dapat dengan mudah dilakukan, sekaligus tempat warga mendapatkan dukungan serta fasilitas yang menunjang perubahan perilaku tersebut. Dalam konteks kampanye ini, Lapangan Parkir Blok D RT 06 RW 16 Kampung Nelayan Tambakrejo dipilih sebagai lokasi utama karena letaknya yang dekat dengan tempat tinggal audiens, serta mudah diakses untuk praktik langsung pengelolaan sampah berbasis maggot. Selain itu, *place* dalam pemasaran sosial mencakup lokasi dan waktu di mana audiens sasaran melakukan

perilaku yang diharapkan, memperoleh *tangible object*, serta menerima layanan yang mendukung (Kotler et. al., 2002). Dengan demikian, tempat dalam kampanye ini tidak hanya berfungsi sebagai lokasi fisik, tetapi juga menjadi ruang interaksi yang memungkinkan terbentuknya komunitas belajar dan praktik pengelolaan sampah yang baru.

Elemen terakhir adalah *promotion*, yang difokuskan pada penyampaian pesan kampanye secara strategis agar mampu menggerakkan warga dari tahap ketidaktahuan menuju tindakan nyata. Kampanye ini mengusung pesan utama “Bersama Maggot, Sampah Hilang, Hati Tenang,” yang dikembangkan berdasarkan *Transtheoretical Model* mengenai tahapan perubahan perilaku. Pesan-pesan disesuaikan dengan tahapan audiens, mulai dari pra-kontemplasi (meningkatkan kesadaran akan dampak buruk sampah), kontemplasi (mendorong minat untuk mencoba), persiapan (menyediakan informasi teknis), hingga aksi (memberikan dukungan lanjutan). Untuk menyampaikan pesan tersebut, kampanye menggunakan kombinasi berbagai saluran media sebagai berikut.

Tabel 1. Saluran Media Optimalisasi Kampanye

<i>Advertising</i>	Media iklan yang digunakan adalah <i>out of home</i> media dalam bentuk spanduk. Spanduk ini akan dipasang pada infrastruktur maggot guna menarik perhatian
--------------------	---

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

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Keberhasilan kampanye pengelolaan sampah organik berbasis maggot di Kampung Nelayan Tambakrejo diukur melalui serangkaian indikator kinerja utama yang mencerminkan efektivitas strategi komunikasi serta tingkat partisipasi masyarakat terhadap perubahan perilaku yang diharapkan. Pencapaian target pada tiap indikator tidak dapat dilepaskan dari peran aktif Community Manager yang bertindak sebagai penghubung antara tim pelaksana dan warga, sekaligus sebagai fasilitator perubahan sosial di tingkat komunitas. Berikut capaian yang dihasilkan:

Tabel 2. Evaluasi *Community Manager*

Metriks	Target	Capaian
Audiens Kampanye	50 Partisipan	84 Partisipan
KOL & <i>Local Heroes</i>	2 KOL & 2 <i>Local Heroes</i>	2 KOL & 11 <i>Local Heroes</i>

Salah satu indikator keberhasilan paling menonjol adalah pencapaian infrastruktur pengolahan maggot. Dari target awal dua unit, program berhasil membangun delapan unit infrastruktur baru yang tersebar di wilayah RT 06 RW 16, atau meningkat sebesar 300 persen dari target. awal yang hanya sebanyak 2 unit. Selain itu, kampanye ini juga berhasil menjangkau sebanyak 84 rumah tangga dan melampaui target yang telah ditetapkan semula sebanyak 50 rumah, sehingga mengalami peningkatan sebesar 68 persen.

Selanjutnya, berdasarkan hasil *monitoring*, tercatat kini 29 rumah sudah

terlibat secara rutin dalam penyetoran sampah organik ke infrastruktur maggot. Catatan ini menunjukkan peningkatan target awal sebesar 81,25 persen dari sebelumnya 16 rumah. Peningkatan ini menunjukkan tidak hanya peningkatan kesadaran masyarakat (*awareness*), tetapi juga keterlibatan nyata (*action*) dari warga dalam mendukung pengelolaan sampah yang ramah lingkungan dan berkelanjutan. Untuk itu Efektivitas kegiatan ini dievaluasi juga melalui pendekatan AIDA (*Awareness, Interest, Desire, Action*), dengan data yang dikumpulkan melalui hasil survei pasca kegiatan serta pengamatan langsung selama implementasi.

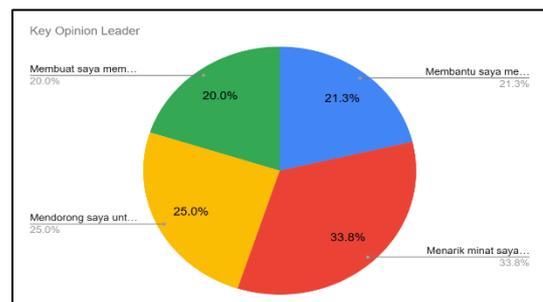
Tabel 3. Efektivitas Taktik Berdasarkan AIDA

<b>AIDA</b>	<b>Taktik</b>
<b>Awareness</b>	<b>Workshop “Sampah Jadi Cuan”</b> membantu 32% audiens dalam memahami pengelolaan sampah dengan maggot
<b>Interest</b>	<b>Konten Video Whatsapp</b> menarik minat 41,1% audiens pada pengelolaan sampah menggunakan maggot
<b>Desire</b>	<b>Poster yang ditempelkan di TPQ, Warung, dan Infrastuktur</b>

	mendorong 48,9% audiens untuk mengelola sampah menggunakan maggot
<b>Action</b>	<b>Infrastruktur Maggot</b> membuat 46,8% audiens melakukan pengelolaan sampah dengan maggot

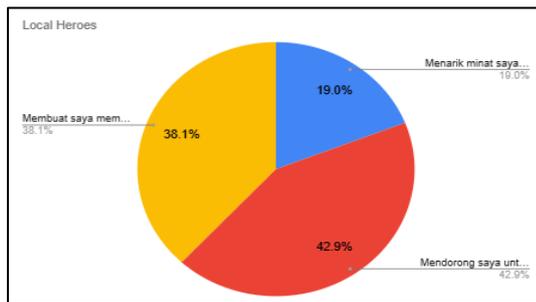
Capaian didorong oleh strategi pelibatan masyarakat. Salah satu elemen utama yang memperkuat daya jangkau kampanye adalah pelibatan tokoh masyarakat melalui mekanisme *Key Opinion Leaders* (KOL) dan *Local Heroes*. Kedua aktor ini memiliki pengaruh kuat terhadap jejaring sosial warga dan memainkan peran sebagai penghubung antara materi kampanye dan penerima pesan.

Gambar 1. Dampak AIDA *Key Opinion Leader*



Evaluasi menunjukkan bahwa Sebanyak 33,8 persen responden menyatakan bahwa mereka tertarik untuk mengelola sampah organik setelah mendapatkan informasi dari *Key Opinion Leader* (*interest*).

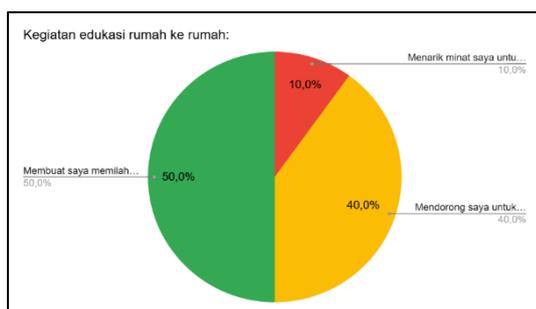
Gambar 2. Dampak AIDA *Local Heroes*



Sementara, sebanyak 42,9 persen responden menyatakan bahwa mereka terdorong untuk mengelola sampah organik setelah melihat keterlibatan langsung dari *Local Heroes*. Capaian ini mengindikasikan bahwa keterlibatan tokoh lokal yang telah dikenal warga secara personal memberikan dampak yang lebih besar.

Selain pelibatan aktor kunci, kampanye juga mengandalkan pendekatan interpersonal melalui kegiatan edukatif *door-to-door*. Strategi ini dinilai paling efektif dalam menjangkau individu secara langsung dan membangun pemahaman yang lebih mendalam mengenai isu pengelolaan sampah berbasis maggot. Edukasi dilakukan melalui kunjungan ke rumah-rumah warga disertai dengan materi cetak, dialog terbuka, dan pemberian fasilitas wadah *thinwall* sebagai dukungan teknis.

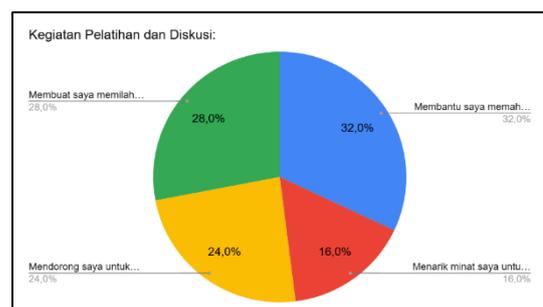
Gambar 3. Dampak AIDA *Door-to-door*



Hasil evaluasi menunjukkan bahwa 50% audiens yang terpapar strategi ini kemudian mulai terlibat aktif dalam pengumpulan dan penyetoran sampah organik. Pendekatan *door-to-door* juga berhasil mengurangi resistensi awal, terutama yang berkaitan dengan persepsi negatif terhadap maggot serta keraguan terhadap efektivitas sistem yang ditawarkan.

Workshop “Sampah Jadi Cuan” menjadi salah satu strategi komunikasi tatap muka yang efektif dalam meningkatkan pemahaman awal warga mengenai pengelolaan sampah berbasis maggot. Kegiatan ini menggabungkan penyampaian materi edukatif dengan praktik langsung, serta melibatkan tokoh lokal untuk memperkuat penerimaan pesan. Sebanyak 72 persen peserta memperoleh informasi kegiatan dari undangan yang dibagikan langsung oleh Community Manager dan tokoh masyarakat, menunjukkan keberhasilan pendekatan penjangkauan berbasis komunitas. Komposisi peserta juga merepresentasikan tiga segmen target utama, yaitu ibu rumah tangga, bapak-bapak, dan pemuda, yang sejak awal telah ditetapkan dalam strategi segmentasi audiens.

Gambar 4. Dampak AIDA Workshop



Hasil survei menunjukkan bahwa sebagian besar peserta mengalami peningkatan pemahaman dan menyatakan ketertarikan untuk memulai budidaya maggot. Sebanyak 28 persen dari total peserta bahkan telah mengadopsi praktik tersebut setelah mengikuti workshop.

Kolaborasi dengan organisasi lokal menjadi bagian penting dalam memperluas jangkauan kampanye serta memastikan keberlanjutan program di tingkat komunitas. Pendekatan dilakukan dengan menghadiri pertemuan rutin yang sudah berjalan, sehingga kampanye tidak membebani agenda organisasi. Strategi ini dijalankan melalui koordinasi langsung dengan pengurus masing-masing organisasi untuk memperoleh izin sekaligus membangun komunikasi awal. Hasilnya menunjukkan bahwa pendekatan ini berjalan efektif, dengan total 58 individu terpapar pesan kampanye, melebihi target awal yang ditetapkan.

Keberhasilan ini menunjukkan efektivitas peran Community Manager dalam menjalin hubungan strategis, serta menyesuaikan pola komunikasi sesuai karakteristik organisasi. Tingkat partisipasi aktif juga terkonfirmasi melalui survei yang menunjukkan bahwa 50 persen anggota PKK yang hadir mulai mengelola sampah organik. Sementara 63 persen peserta dari koperasi juga menyatakan terlibat dalam praktik serupa. Kolaborasi dengan Karang Taruna turut mendorong peran mereka sebagai

Local Heroes yang menjadi bagian dari pengelolaan sampah berbasis maggot.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Kampanye pengelolaan sampah organik berbasis maggot di RT 06 RW 16 Kampung Nelayan Tambakrejo menunjukkan bahwa strategi komunikasi berbasis komunitas dapat mendorong keterlibatan masyarakat secara aktif dalam isu lingkungan. Keberhasilan program terlihat dari meningkatnya kesadaran warga terhadap pentingnya pemilahan sampah serta meningkatnya jumlah partisipan yang terlibat dalam pengumpulan dan pengolahan sampah organik menggunakan maggot. Capaian utama berupa pembangunan delapan unit infrastruktur pengolahan dan keterlibatan 29 rumah tangga yang rutin menyetorkan sampah mencerminkan bahwa pendekatan ini berhasil menggerakkan perubahan perilaku secara kolektif. Aktivitas kampanye yang dilaksanakan secara *offline* melalui edukasi langsung dan secara *online* melalui grup WhatsApp terbukti efektif menjangkau warga dari berbagai latar belakang. Selain itu, pelibatan tokoh lokal seperti ibu-ibu PKK, Karang Taruna, dan KOL menjadi kekuatan tersendiri dalam membangun kepercayaan serta memfasilitasi penyebaran pesan kampanye secara kontekstual.

Peran Community Manager dalam menjembatani komunikasi antara tim pelaksana dan masyarakat menjadi aspek kunci

yang mendukung keterpaduan pelaksanaan program. Keberhasilan kampanye tidak hanya bergantung pada materi edukatif yang disampaikan, melainkan juga pada relasi sosial yang dibangun secara berkelanjutan. Edukasi *door-to-door* yang dilakukan oleh tim kampanye memberikan ruang bagi masyarakat untuk berdiskusi secara langsung, menyampaikan kekhawatiran, dan memperoleh pemahaman teknis secara lebih rinci. Strategi ini berhasil menurunkan resistensi awal terhadap maggot yang sebelumnya dianggap menjijikkan atau tidak relevan dengan kebutuhan warga. Pendekatan komunikasi yang interpersonal dan berbasis kebutuhan warga menjadi dasar dari keterlibatan aktif yang muncul selama program berlangsung. Hal ini memperlihatkan bahwa komunikasi dalam kampanye lingkungan bukan sekadar penyampaian informasi, melainkan juga proses membangun kedekatan, empati, dan rasa memiliki terhadap solusi yang ditawarkan.

Meskipun demikian, pelaksanaan kampanye juga melewati sejumlah tantangan yang dapat menjadi pembelajaran untuk program ke depan. Beberapa warga masih menganggap proses pemilahan dan perawatan maggot sebagai aktivitas yang memerlukan waktu dan tenaga lebih, sehingga belum semua rumah tangga bersedia menerapkannya secara rutin. Selain itu, kampanye dalam durasi yang terbatas menghadapi kendala dalam membentuk kebiasaan jangka panjang,

khususnya dalam masyarakat yang memiliki beban kerja harian cukup tinggi. Fakta ini menunjukkan bahwa perubahan perilaku tidak dapat dicapai hanya melalui satu atau dua kali intervensi, tetapi memerlukan pendampingan intensif dan berkelanjutan. Dalam konteks wilayah pesisir yang memiliki riwayat relokasi dan keterbatasan infrastruktur, proses membangun kepercayaan dan rasa kepemilikan terhadap lingkungan memerlukan pendekatan yang lebih sabar, konsisten, dan disesuaikan dengan dinamika sosial yang ada.

Berdasarkan evaluasi terhadap keberhasilan dan tantangan kampanye, disarankan agar program serupa di masa mendatang dijalankan dalam rentang waktu yang lebih panjang. Durasi kampanye yang lebih lama akan memberi ruang bagi masyarakat untuk menginternalisasi pesan, mencoba praktik secara berulang, dan membentuk rutinitas baru secara mandiri. Selain itu, wilayah implementasi dapat diperluas ke seluruh RW 16 agar dampak kampanye dapat dirasakan secara lebih merata. Perlu juga dilakukan integrasi program dengan potensi ekonomi lokal, seperti menjadikan maggot sebagai bagian dari rantai usaha mikro melalui produksi pakan ternak atau kompos. Upaya ini akan memperkuat insentif bagi warga, tidak hanya dari sisi lingkungan tetapi juga dari sisi manfaat ekonomi yang langsung dirasakan. Penguatan kapasitas tokoh lokal melalui pelatihan dan pendampingan akan memastikan mereka dapat terus berperan aktif

sebagai agen perubahan meskipun kampanye formal telah berakhir.

Untuk menjamin keberlanjutan program, kolaborasi lintas sektor antara masyarakat, organisasi lingkungan, pemerintah daerah, dan sektor swasta perlu dibangun secara sistematis. Pendekatan *multi-stakeholder* ini memungkinkan terciptanya sistem dukungan yang lebih kuat, baik dalam hal regulasi, pembiayaan, maupun pengembangan infrastruktur. Selain itu, strategi komunikasi perlu terus diperbarui dengan memperhatikan dinamika teknologi dan preferensi media warga. Penggunaan media digital mudah diakses dapat menjadi alternatif penguatan kampanye dalam jangka panjang. Riset lanjutan terkait efektivitas sosial dan ekonomi dari program juga penting dilakukan sebagai dasar untuk memperluas skala program ke wilayah pesisir lainnya. Dengan strategi yang inklusif, berbasis komunitas, dan kontekstual, model kampanye ini memiliki potensi untuk direplikasi secara luas sebagai solusi pengelolaan sampah organik yang berkelanjutan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alghofani, I. (2025). *Wawancara Dengan Manager Eksternal WALHI Jawa Tengah* [Personal communication].
- Amalia, A. F., Dian Alfia Purwandari, & Shahibah Yuliani. (2020). Hubungan Sense Of Belonging Dengan Partisipasi Masyarakat Pada Bank Sampah Di Wilayah Kecamatan Kemayoran. *Edukasi IPS*, 4(1), Article 1.
- Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Probolinggo. (2021). *Pengolahan Sampah Organik dengan Maggot di TPA Seboro*. <https://dlh.probolinggakab.go.id/pengolahan-sampah-organik-dengan-maggot-di-tpa-seboro/>
- Dinas Lingkungan Hidup Kota Semarang. (2023). *Kurangi Sampah Organik, DLH Kota Semarang Ternak Maggot di TPA Jatibarang*. <https://dlh.semarangkota.go.id/kurangi-sampah-organik-dlh-kota-semarang-ternak-maggot-di-tpa-jatibarang/>
- Humairo, M., Dwianggimawati, M. S., Silfiani, R., Anggraini, A. D., Nurhanifah, L., Ayunita, N., & Nashriyah, N. (2022). Pendampingan Pemilahan Sampah Rumah Tangga di Kelurahan Burengan, Kota Kediri. *ABDIKESMAS MULAWARMAN: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 51–57. <https://doi.org/10.30872/abdikesmasmulawarman.v2i2.39>
- Kotler, P., Roberto, N., & Lee, N. (2002). *Social Marketing: Improving the Quality of Life* (2nd ed.). Sage Publications.
- Kurniawan, W., Birahayu, D., Adhayanto, O., & Irman, I. (2022). Marine Coastal Waste Management in the Coastal Area of Gresik Regency as an Effort to Maintain The Potential of Marine Resources. *Proceedings of the 1st International Conference on Social-Humanities in Maritime and Border Area, SHIMBA 2022, 18-20 September 2022, Tanjung Pinang, Kep. Riau Province, Indonesia*. Proceedings of the 1st International Conference on Social-Humanities in Maritime and Border Area, SHIMBA 2022, 18-20 September 2022, Tanjung Pinang, Kep. Riau Province, Indonesia, Tanjung Pinang, Indonesia.

<https://doi.org/10.4108/eai.18-9-2022.2326021>

- Latifah, S. L., & Maulana, A. F. (2024). Penggusuran Rumah di Bantaran Sungai: Tantangan Agraria di Tambakrejo, Semarang Utara. *Jurnal Hukum Bisnis*, 13(01), Article 01. <https://doi.org/10.47709/jhb.v13i01.3528>
- Marzuki. (2025). *Wawancara dengan Aktivits Lingkungan Lokal Kampung Nelayan Tambakrejo* [Personal communication].
- Mustofa, M. S., Iswari, R., Luthfi, A., Kristiwati, E., & Anugrah, R. D. (2021). *Reinterpretation of Maritime Identity of Small Fishermen on the North Coast of Semarang City*. <https://www.atlantis-press.com/proceedings/icospolhum-20/125951835>
- Pratama, N. W., & Prodjo, W. A. (2023). *Tips Meraup Cuan dari Bisnis Budidaya Maggot*. KOMPAS.com. <https://umkm.kompas.com/read/2023/08/21/070000183/tips-meraup-cuan-dari-bisnis-budidaya-maggot>
- Ruppel, O. C., & Houston, L. J. H. (2023). The Human Right to Public Participation in Environmental Decision-making: Some Legal Reflections. *Environmental Policy and Law*, 53(2–3), 125–138. <https://doi.org/10.3233/EPL-239001>
- Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional. (2024). *Data Pengelolaan Sampah & RTH*. Sipsn.Menlhk.Go.Id. <https://sipsn.menlhk.go.id/sipsn/public/data/sumber>
- Soniya, & Suntiah. (2024). *Laporan Susunan Umum Pendahuluan Dokumentasi Wilayah Kelola Perempuan*. Kelompok Perempuan Pesisir Indonesia & Sajogyo.
- Tangio, J. S., Botutihe, D. N., Lukum, A., Mohamad, E., Sihalohe, M., & Husain, R. (2023). Edukasi Pengelolaan Sampah Kawasan Pesisir Sebagai Upaya Mendukung Program Kampung Bahari Nusantara di Kelurahan Leato Selatan. *Damhil: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(2), 74–84.
- Verzosa, R. C., Katipunan, F. J. M., Lumangyao, J. G. B., & Antonio, E. S. (2024). Solid waste management awareness and practices in coastal communities. *Davao Research Journal*, 15(3), 60–77. <https://doi.org/10.59120/drj.v15i3.247>
- Watt, P. (2022). Displacement and estate demolition: Multi-scalar place attachment among relocated social housing residents in London. *Housing Studies*, 37(9), Article 9. <https://doi.org/10.1080/02673037.2020.1867081>
- Yuwana, S. I. P., & Adlan, M. F. A. S. (2021). Edukasi Pengelolaan Dan Pemilahan Sampah Organik Dan Anorganik di Desa Pecalongan Bondowoso. *Fordicate*, 1(1), 61–69. <https://doi.org/10.35957/fordicate.v1i1.1707>