

STRATEGI KOMUNIKASI KEPALA UNIT PASAR DALAM PENGELOLAAN SAMPAH DI PASAR INDUK GEDEBAGE BANDUNG

R. Fajar Salim

Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Langlangbuana, Jl. Karapitan No. 116,
40261, Bandung, Indonesia, Telp. 022-4230601

Email: rfajarsalim72@gmail.com

ABSTRAK

Kepala Unit Pasar memerlukan strategi komunikasi untuk menyampaikan pemahaman sehingga bisa diterima dan dapat melakukan sinergisitas dengan semua yang terkait dalam pengelolaan sampah. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara observasi (pengamatan), wawancara, dokumentasi, dan triangulasi (gabungan). Hasil penelitian kepala unit pasar melakukan strategi komunikasi baik secara eksternal maupun secara internal. Secara eksternal menjalin kerja sama dengan Dinas Kebersihan Kota Bandung, PD Kebersihan Kota Bandung, Dinas Lingkungan Hidup Kota Bandung, dan relawan Gerakan Bandung Disiplin. Sedangkan secara internal kepala unit pasar menjalin sinergisitas dengan staf kantor unit pasar, perwakilan pedagang, dan pekerja harian lepas (PHL). Walau Kepala Unit Pasar masih mengakui bahwa pengelolaan yang dilakukan belum signifikan hasilnya, tetapi beliau optimis untuk terus mengedukasi dan diharapkan ada kesadaran dan perubahan, khususnya para pedagang dalam hal pengelolaan sampah.

Kata Kunci: Strategi; Komunikasi; Pengelolaan; Sampah

COMMUNICATION STRATEGY HEAD OF MARKET UNIT IN WASTE MANAGEMENT AT PASAR INDUK GEDEBAGE BANDUNG

ABSTRACT

Head of Market Unit requires communication strategy to convey understanding so that it can be accepted and can-do synergy with all those involved in garbage management. This research used descriptive qualitative approach. Data collection techniques are done by observation, interviews, documentation, and triangulation. The results of this research that the head of the market unit carried out a communication strategy both externally and internally. Externally established cooperation with Dinas Kebersihan Kota Bandung, PD Kebersihan Kota Bandung, Dinas Lingkungan Hidup Kota Bandung, and volunteer Gerakan Bandung Disiplin. While internally the head of the market unit established synergy with the market unit office staff, traders' representatives, and casual daily workers. Although the Head of the Market Unit still acknowledges that the results of the management have not been significant, but he is optimistic to

continue to educate and hopefully there will be awareness and change, especially traders in terms of garbage management.

Keywords: *Strategy; Communication; Waste Management*

PENDAHULUAN

Masalah sampah memang tidak ada habisnya. Permasalahan sampah sudah menjadi persoalan serius terutama di kota-kota besar, tidak hanya di Indonesia saja, tapi di seluruh dunia. Negara-negara maju telah melakukan berbagai upaya untuk mengatasi masalah tersebut, begitupun bagi pemerintah daerah dimana persampahan merupakan masalah yang serius. Produksi sampah yang terus menerus meningkat seiring dengan penambahan jumlah penduduk, perubahan pola konsumsi, dan gaya hidup masyarakat telah meningkatkan jumlah timbulan sampah, jenis, dan keberagaman karakteristik sampah.

Potensi sumber sampah dalam jumlah banyak adalah tempat keramaian. Salah satu tempat keramaian yang mempertemukan banyak orang adalah pasar. Pasar merupakan salah satu tempat yang memiliki kontribusi besar dalam menghasilkan sampah.

Kota Bandung sebagai kota metropolitan tidak terlepas dari permasalahan sampah. Kota Bandung memiliki banyak pasar tradisional, dari pasar tradisional kecil sampai pasar induk. Pasar

Induk Gedebage yang berada di wilayah timur Kota Bandung, menimbulkan sampah 60.413,7 liter/hari atau 16.357,5 kg/hari (Nurfitriana: 2016). Bila timbulan sampah yang dihasilkan Pasar Induk Gedebage tidak ditangani secara baik, akan sangat mengganggu terhadap aktivitas masyarakat pengguna pasar.

Keterlibatan banyak pihak di Pasar Induk Gedebage dalam pengelolaan sampah memerlukan koordinasi yang baik. Sehingga Pemerintah Kota Bandung, PD Pasar Bermartabat, PD Kebersihan, dan instansi terkait lainnya memerlukan strategi penataan kebersihan. Khususnya PD Pasar Bermartabat sebagai pengelola Pasar di Kota Bandung memerlukan strategi komunikasi untuk menjalin kerja sama dengan instansi terkait dalam menjalankan program pengelolaan kebersihan. PD Pasar Bermartabat dalam pengelolaan Pasar Induk Gedebage mengangkat kepala unit pasar sebagai ujung tombak dalam pelaksanaannya.

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui strategi komunikasi yang

dilakukan oleh Kepala Unit Pasar dalam pengelolaan sampah di Pasar Induk Gedebage Bandung.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini pada dasarnya adalah penelitian lapangan (*field research*), artinya penelitian dengan mengumpulkan data dari lapangan, menggambarkan, dan menguraikan keadaan sebenarnya terjadi berdasarkan fakta. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Pada dasarnya suatu pendekatan yang mengarah kepada keadaan yang secara utuh pokok kajiannya yang disederhanakan pada variabel yang telah ditata atau hipotesis yang telah direncanakan sebelumnya. Sehingga pendekatan ini diharapkan temuan-temuan empiris dapat dideskripsikan secara lebih rinci, lebih jelas dan lebih akurat. (Moleong, 2005)

Berdasarkan dari sumber datanya, pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer dan sumber sekunder. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sedangkan sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sedangkan

teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara observasi (pengamatan), wawancara, dokumentasi, dan triangulasi (gabungan). (Sugiyono, 2005: 62)

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami. (Sugiyono, 2005: 89)

Peneliti menggunakan analisis data model Miles dan Huberman. Sugiyono (2005: 91) menjelaskan analisis data Miles dan Huberman dengan cara: *data reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing/verification*. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. *Display data* atau penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, atau hubungan antar kategori. *Conclusion drawing/verification* atau kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang sebelumnya

belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek.

Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi uji: *credibility* (validitas internal), *transferability* (validitas eksternal), *dependability* (reliabilitas), dan *confirmability* (objektivitas). (Sugiyono, 2005: 121) *Credibility* dilakukan dengan perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan dalam penelitian, triangulasi, diskusi dengan teman sejawat, analisis kasus negatif, dan *member check*. *Transferability* dilakukan dengan cara memberikan uraian rinci, jelas, sistematis, dan dapat dipercaya. *Dependability* dilakukan dengan cara mengaudit terhadap keseluruhan proses penelitian. *Confirmability* berarti menguji hasil penelitian, dikaitkan dengan proses yang dilakukan.

Penelitian dilakukan di Kantor Unit Pasar Gedebage dan Pasar Gedebage Kota Bandung.



Sumber: Dokumentasi Penelitian, 2018
Gambar 1. Kantor Unit Pasar Gedebage

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kepala Unit Pasar Gedebage mempunyai nama lengkap M. Rizal Faisal. Dilahirkan di Kota Bandung, 46 tahun silam. Beristrikan Ibu Lena dan dikaruniai dua orang anak, yang pertama perempuan dan kedua laki-laki.

Bapak Rizal (panggilan Kepala Unit Pasar Gedebage) dimulai kariernya sebagai pegawai honor di Kantor Pusat Perusahaan Daerah Pasar Bermartabat Kota Bandung yang berlokasi di daerah jalan Sederhana. Seiring dengan waktu dan kepercayaan pimpinan, Bapak Rizal yang semula sebagai pegawai honor diangkat menjadi pegawai tetap Perusahaan Daerah Pasar Bermartabat Kota Bandung.

Pada tahun 2012, Bapak Rizal ditugasi pimpinannya untuk memfungsikan pasar Sarijadi yang terlantar. Tugas yang dipercayakan kepada beliau dikerjakan dan dilaksanakan secara giat dan ulet. Sehingga dalam kurun waktu satu tahun setengah pasar Sarijadi mulai bergeliat kembali dengan aktivitas pasarnya. Pertengahan 2013, Bapak

Rizal ditarik kembali ke Kantor Pusat Perusahaan Daerah Pasar Bermartabat.

Pada awal tahun 2014, Bapak Rizal ditugasi kembali oleh pimpinan PD Pasar Bermartabat Kota Bandung untuk membenahi pasar Cihapit. Dengan pengalaman yang pernah beliau lakukan di pasar Sarijadi, tugas sebagai Kepala Unit Pasar Cihapit dilaksanakan sampai tahun 2016. Berbagai prestasi diraih, salah-satunya adalah Pasar Cihapit menjadi pasar percontohan dan menjadi pasar wisata di Kota Bandung.

Awal tahun 2017 Bapak Rizal kembali ditarik ke Kantor Pusat PD Pasar Bermartabat Kota Bandung di daerah jalan Sederhana. Satu tahun beraktivitas di Kantor Pusat PD Pasar Kota Bandung, Bapak Rizal kembali ditugasi menjadi Kepala Unit Pasar yang ditempatkan di Pasar Gedebage pada awal tahun 2018 sampai sekarang.

Strategi komunikasi yang dibangun oleh Bapak Rizal dilakukan dengan cara eksternal dan internal. Secara eksternal menjalin kerja sama dengan PD Kebersihan Kota Bandung, Dinas Kebersihan Kota Bandung, dan Dinas Lingkungan Hidup Kota Bandung. Secara administratif, Bapak Rizal melakukan negosiasi dengan Dinas

Kebersihan Kota Bandung untuk pengadaan alat berat untuk membersihkan dan mengangkut sampah. Adapun secara teknis pelaksanaan membersihkan dan mengangkut sampah dengan alat dilakukan oleh PD Kebersihan Kota Bandung. Timbulan sampah yang dihasilkan oleh pedagang di pasar Gedebage perhari mencapai 7-8 truk, ditambah timbulan sampah masyarakat sekitar mencapai 4-5 truk. Dengan menggunakan alat berat bisa dilakukan pengepresan sampah, sehingga daya angkut sampah lebih optimal. Bila ada penumpukan sampah, pada hari selasa dan Jumat ada penambahan angkutan sampai 15 truk. Dengan Dinas Lingkungan Hidup Kota Bandung, yang dimediasi oleh Relawan Gerakan Bandung Disiplin, Bapak Rizal mempersilahkan para relawan untuk memberikan edukasi kepada para pedagang, terutama sayuran dan buah-buahan untuk memanfaatkan sisa atau sampahnya dijadikan pupuk kompos dan pupuk cair. Sisa atau sampah sayuran dan buah-buahan tersebut, ditampung di bak sampah, kemudian dilakukan pengolahan untuk dijadikan pupuk kompos dan pupuk cair. Saat ini para pedagang sudah banyak yang

memanfaatkan pupuk kompos maupun pupuk cair, terutama pedagang sayuran.



Sumber: Dokumentasi Penelitian, 2018

Gambar 2. Alat Berat

Bapak Rizal secara internal melakukan pendekatan yang baik kepada pegawai unit pasar, pekerja harian lepas, dan perwakilan pedagang. Bapak Rizal senantiasa memberikan arahan dan mengingatkan kepada Kepala Urusan Ketertiban dan Kebersihan Bapak Saipan untuk menyampaikan kepada para pedagang bahwa sampah harus menjadi tanggung jawab bersama. Begitu pula kepada pekerja harian lepas yang berjumlah 18 orang, Bapak Rizal mendelegasikan kepada Koordinator-nya yaitu Bapak Deden, bahwa mereka diperlukan dan sangat penting dalam proses pengelolaan sampah di Pasar Gedebage. Kepada para perwakilan pedagang, Bapak Rizal suka menemui mereka secara informal.

Sehingga kedekatan secara emosional terjalin. Terkadang para perwakilan pedagang menyengaja datang ke kantor unit sekedar untuk nongkrong. Perwakilan pedagang tersebut terdiri dari perwakilan Cimol oleh Bapak H. Yudi. Perwakilan PKL Bapak Sihombing, perwakilan sayuran Bapak H. Agus dan Bapak Tanto, dan perwakilan buah-buahan Bapak H. Ateng. Bapak Rizal dalam beberapa kesempatan suka menyampaikan permasalahan pengelolaan sampah, dengan tujuan supaya ada pemahaman bahwa sampah di Pasar Gedebage adalah tanggung jawab bersama. Sedangkan untuk para pedagang secara umum, Bapak Rizal membuat grup WA pedagang untuk menyampaikan informasi dan ajang silaturahmi.

Bapak Rizal dalam pengelolaan sampah sudah memulai dengan program Kang Pisman, yaitu singkatan kurangi, pisahkan dan manfaatkan yang menjadi program pemerintahan Kota Bandung. Program ini dimulai dengan pedagang sayuran dan buah-buahan. Sisa atau sampah dari pedagang tersebut diolah menjadi pupuk kompos dan pupuk cair. Pernah berjalan program bank sampah, yaitu para pedagang mengumpulkan dan menyeteror

sampah yang berbahan plastik kemudian diolah untuk dijadikan bahan dasar pembuatan alat-alat dari plastik. Tetapi tidak berjalan lama, banyak hal yang mesti disiapkan, keluh Bapak Rizal.

Selain program Kang Pisman yang sudah berjalan, pada bulan Desember 2018; walaupun disampaikan secara lisan, ada aturan bahwa yang membuang sampah sembarangan didenda uang sebanyak Rp 100.000,-. Hal ini sudah mulai ada hasil, kata Bapak Rizal. Mudah-mudahan nanti aturan ini bisa disepakati secara mufakat, dan diberlakukan secara tertulis untuk dijadikan produk hukum. Sekarang para pedagang tidak seenaknya membuang sampah sembarangan. Mereka menyediakan tempat sampah, walau ala kadarnya di depan kios mereka. Mudah-mudahan ini bisa berlanjut, kata Bapak rizal berharap.

SIMPULAN

Strategi komunikasi yang dilakukan Kepala Unit Pasar Gedebage dilakukan secara eksternal dan internal. Secara eksternal dengan Dinas Kebersihan Kota Bandung, PD Kebersihan Kota Bandung, Dinas Lingkungan Hidup Kota Bandung, dan Relawan Gerakan Bandung Disiplin. Secara

internal dilakukan terhadap pegawai unit pasar Gedebage, pekerja harian lepas, dan para perwakilan pedagang yaitu: perwakilan dari Cimol, PKL, sayuran, dan buah-buahan.

Pengelolaan sampah yang berjalan adalah program Kang Pisman, singkatan dari kurangi, pisahkan, dan manfaatkan. Program tambahan walau masih bersifat lisan, pada bulan Desember 2018 diberlakukan denda Rp 100.000,- bagi yang membuang sampah sembarangan.

Dibutuhkan keuletan dan kesabaran dalam menghadapi para pedagang dalam hal pengelolaan sampah. Karena untuk mengadakan perubahan, harus merubah kebiasaan atau kebudayaan. Ini memerlukan waktu yang tidak sebentar. Tetapi mengedukasi para pedagang harus terus dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, Burhan. (2006). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana.
- Cangara, Hafied. (2013). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Effendy, Onong Uchjana. (2004). *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Littlejohn, Stephen W. & Karen A. Foss. (2009). *Teori Komunikasi* (Penerjemah Mohammad Yusuf Hamdan). Jakarta: Salemba Humanika.

- Mulyana, Deddy. (2001). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Rosdakarya.
- Moleong, Lexy J. (2005). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Morissan, (2009). *Teori Komunikasi Organisasi*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nurfitriana, Wisye. (2016). <https://ejurnal.itenas.ac.id/index.php/lingkungan/article/-view/1043>.
- Pambayun, Ellys Lestari. (2012). *Communication Quotient*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Pawito. (2008). *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LkiS.
- Rakhmat, Jalaluddin. (2015). *Psikologi Komunikasi (edisi revisi)*. Bandung: Rosdakarya.
- Sugiyono. (2005). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Tim. (2002). *Kamus Besar Bahasa Indonesia (edisi ketiga)*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Widjadja, A.W. (2008). *Komunikasi: Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Wood, Julia T. (2013). *Komunikasi Teori dan Praktik (Komunikasi dalam Kehidupan Kita) edisi 6*. Jakarta: Salemba Humanika.