

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan bahwa:

1. Tahapan perencanaan yang dirumuskan oleh komunitas ZWID dalam program *31 Days Challenge* tidak menggunakan tahapan model perencanaan komunikasi berbasis KAP, karena komunitas tidak merumuskan tahapan *pre-testing* dalam perencanaan. Tahapan perencanaan oleh komunitas ZWID dalam program *31 Days Challenge* meliputi merumuskan permasalahan, tema, target, pesan, media, teknis program, pelaksanaan program dan evaluasi.
2. Implementasi program *31 Days Challenge* yang dilakukan oleh komunitas mulai tanggal 1 Januari-31 Januari 2019 sudah sesuai dengan tahapan perencanaan yang telah dirumuskan oleh komunitas ZWID diawal program. Meskipun pada tahapan *me-repost* foto tantangan program per hari di *feed instagram* untuk beberapa hari belum maksimal terunggah secara berurutan sesuai dengan urutan tantangan hari yang sudah dirumuskan. Namun program *31 Days Challenge* berhasil dilaksanakan dengan baik dengan diikuti oleh pengguna akun *instagram*.

B. Saran

1. Saran Praktis

Pelaksanaan *repost* foto di *feed instagram* dalam program *31 Days Challenge* yang tidak dilakukan secara tepat waktu dan berurutan oleh komunitas ZWID. Maka perlu adanya perencanaan metode SMART dan merumuskan pembagian tugas saat program terlaksana sehingga unggahan materi bisa diperbarui secara berurutan .

2. Saran Akademis

Dalam penelitian ini analisis dalam perencanaan masih terbatas pada beberapa teori dan model perencanaan komunikasi saja. Peneliti menyarankan kepada penelitian selanjutnya yang akan melakukan penelitian agar lebih fokus pada masing-masing tahap yang terdapat dalam perencanaan program komunikasi dengan model perencanaan komunikasi yang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Atmoko Dwi, Bambang. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Admin. (2018). *Tentang Komunitas Zero Waste Indonesia*. Diakses (27 Januari 2019) dari <https://zero.waste.id/knowledge/what-is-zero-waste-anyway/>
- Akib, Haedar. (2010). "Implementasi Kebijakan: Apa, Mengapa, dan Bagaimana." *Jurnal Administrasi Publik*, Volume 1, Nomor 1. Universitas Negeri Makassar.
- Arikunto, Suharsini. (2007). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : PT Rineka Cipta.
- Bungin, Burhan H.M, (2007). *Penelitian Kualitatif : Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial*, Jakarta : Kencana Prenama Media Group.
- Cangara. (2017). *Perencanaan & Strategi Komunikasi, Edisi Revisi*. Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- Cutlip, Scoot M, Allen Center, Glen M. Broom. (2006). *Effective Public Relations*. 9th editions. NJ : Prentice Hall.
- Danela, Rizky. (2013). "Potret Komunitas Gruinge (Studi Pada Komunitas Kaum Kucel di Bandar Lampung)" oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
- Dewi, Mutiara. (2016). "Perencanaan Komunikasi Pemerintah Kota Palembang dalam Kampanye Program Palembang EMAS (ELok, Madani, Aman, Sejahtera)". *Jurnal Komunikasi*, Volume 10, Nomor 2. Universitas Islam Indonesia.
- Tjiptono, Fandy. (1997), *Strategi Pemasaran*, Edisi 1, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Hamad, Ibnu. 2016. *Perencanaan Program Komunikasi*, Tangerang Selatan: Universitas Terbuka.
- NN. (2018). *cnnindonesia.com. Riset 24 Persen Sampah di Indonesia Masih Tak Terkelola*. Diakses (27 Januari 2019) dari <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20180425101643-282-293362/riset-24-persen-sampah-di-indonesia-masih-tak-terkelola>.
- Nurudin. (2012). *Media Sosial Baru*. Yogyakarta: Mata Padi Pressindo.
- Ma'aruf, Ali. (2017). "Analisa Penggunaan Instagram Sebagai Media Informasi Kabupaten Nganjuk" oleh Fakultas Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Pawito. (2007). *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: Pelangi Aksara Yogyakarta.
- Rachmawati, Raden Roro. (2017). "Evaluasi Penilaian Kinerja dengan metode SMART dan Dampaknya terhadap Kepuasan Kerja". *Jurnal ISEI Business and Management Review*, Volume 1. Nomor 2. ISEI Bandung.

- Wahab, Solichin. (2008). *Analisis Kebijakan Dari Formulasi Ke Implementasi Kebijakan Negara, Edisi Kedua*. Jakarta: P.T. Bumi Aksara.
- Wicaksana, Rheza. (2015). "Kampanye Produk Minuman Kesehatan Melalui *Games* Interaktif (Studi Kasus *Go Sweat Go Ion Game* Sebagai Media Kampanye Pemasaran Produk Pocari Sewat)". *Jurnal Komunikasi*, Volume 3, Nomor 1. Universitas Padjadjaran.



Lampiran 1:

TRASNSKIP WAWANCARA

a. Identitas Diri

1) Nama :Maurilla Imron

2) Jabatan di Organisasi : *Founder* ZWID

b. Tanggal Penelitian : 14 Maret 2019

c. Pertanyaan penelitian:

P = Peneliti

M =Maurilla

P : Selamat siang kak muril, jadi bersedia tidak? untuk aku wawancara tentang perencanaan dan implementasi program 31 Days Challenge yang dilakukan oleh oleh komunitas ZWID

M :Pastinya kan sudah janji diawal, masa menolak sih

P :**Aku mengikuti akun ZWID sudah lumayan lama kak, kalo ga salah waktu jumlah followersnya masih 7.000 dan aku tertarik untuk mengenal lebih jauh tentang program komunikasi tentang gaya hidup zero waste. Nah boleh diceratin engga. Bagaimana awal mula konsep atau gambaran program komunikasi 31 Days Challenge yang dibuat komunitas?**

M :Program komunikasi atau di komunitas sebagai bentuk kampanye yang kita komunitas lakuin merupakan kegiatan untuk mengajak masyarakat ya di awal bulan Januari 2019. Biasanya kan diawal tahun orang membuat resolusi baru, namun tidak dibarengi dengan action plan yang jelas. Nah dengan program 31 Days Challenge yang kita buat, untuk membuat struktur action plan orang-orang yang memiliki resolusi bergaya hidup lebih minim dalam kepedulian lingkungan. Nah struktur

plannya dalam bentuk tantangan seperti program-program komunitas sebelumnya tetapi lebih luas mengenai gaya hidup zero waste tentunya.

P :Berarti konsepnya semacam ajakan orang-orang untuk ikut serta dalam program tantangan 31 Days Challenge untuk mengurangi sampah sesuai dengan gaya hidup zerowaste ya?

M : Iya, agar juga bisa menerapkan tantangan yang ada dalam program sebagai bentuk untuk minim sampah.

P :**Lalu setelah gambaran konsep sudah ada, sebelum pelaksanaan program 31 Day Challenge sendiri, komunitas melakukan sebuah perencanaan program terlebih dahulu gitu tidak kak? Karena kan kalo misal kita membuat sebuah acara pasti kan penting adanya sebuah perencanaan.**

M :Ya saya setuju, bahwa penting perlu adanya perencanaan dalam menyusun sebuah program ya, dan kita juga engga butuh waktu lama buat perencanaan program ini engga ada dari dua minggu, dan saat itu saya sebagai founder merencanakan dan melakukannya sendiri terlebih dahulu untuk mencari permasalahan. Selanjutnya diskusi dan menentukan tema. Selebihnya ya perencanaan setelah ada tawaran kolaborasi sih. “Kolaborasi adalah kunci penting di organisasi kami, saat itu kami diajak media partner @sayapilihbumi yang merupakan sebuah gerakan yang digagas oleh National Geographic Indonesia. Kami berkolaborasi bersama-sama untuk menyuarakan hal mengurangi sampah. Tugas saya sebagai founder saat itu, ya mengajak tim ZWID untuk berdiskusi dalam merumuskan perencanaan program ya.

P :Jadi ini program antara kolaborasi ZWID dengan organisasi lain ya kak?

M :Iya kolaborasi dengan tim sayapilihbumi yang sama basic komunitasnya tentang peduli lingkungan gitu

P :**Lalu bisa dijelaskan kak, bagaimana tahapan perencanaan sendiri yang dirumuskan oleh komunitas dalam program ini? Dari awal perencanaan program sendiri misal seperti target, pesan yang digunain, dan media nya.**

M :dulu kita langsung sih adain diskusi bareng tim zwid tentang tawaran ajakan kolaborasi dari ZWID setelah itu sama dengan perencanaan program lainnya, kita tetapin permasalahannya apa dulu untuk mengambil kira2 tema yang cocok untuk program yang kita buat apa, dan seterusnya ya tentuin target, pesan, media yang kita pake hingga memikirkan bagaimana pelaksanaan teknis programnya mau berbagi informasi, kuis atau diskusi gitu hingga evaluasi diakhir untuk lihat program gitu. Dasar sih karena kan sebenarnya itu yang utama target, media, dan pesan untuk program yang sesuai dan jelas.

P : **Nah tahapan awal kan diskusi internal tim zwid ya kak? Itu dilakuin dimana dan membahas apa?**

M :Kalo diskusi internal tim kebetulan kita lakukan secara online waktu itu ya melalui group WhatsApp karena kan kita beda-beda tempat jadi pakai online saja biar cepat dan diskusi. Di group saya sampaikan tentang ajakan kolaborasi “Sayapilihbumi” kepada kita buat kampanye program untuk mengurangi sampah dan Alhamdulillah semua senang dengan setuju dengan ajakan kolaborasi itu.

P : Kapan itu kak diskusi internal tim kira-kira dilakukan?

M :Aduh saya lupa waktunya tapi tidak lama setelah saya mendapatkan tawaran dari “Sayapilihbumi” kalo ga salah satu hari setelah itu di pertengahan bulan November kalo ga salah sepulang saya dari kantor. saya langsung tuh informasiin ke teman-teman di WA.

P : **Oke, tadi kan kak Mauril menjelaskan perencanaan awal untuk program juga menemukan permasalahan, permasalahan seperti apa kak yang sampai akhirnya ini dibuatnya program 31 Days?**

M :Fact finding saat itu yang saya temukan sebelum membuat program 31 Days Challenge dan mendasari program ini ya berita online cnn tentang kondisi yang cukup memprihatinkan yang ada di Indonesia dimana Indonesia kala engga salah sebagai negara kedua penyumbang sampah plastik terbesar nah maka dari itu sejalan dengan tujuan komunitas akhirnya kita membuat program komunikasi yang juga bertujuan buat

mengurangi sampah. Selain itu juga banyak acuan informasi dari zero waster yang sudah lebih aktif lebih lama di luar negeri mengenai gaya hidup zerowaste.

P : Oke kalo untuk pemilihan tema program kenapa sampe akhirnya memilih tema tantangan dalam program 31 Days kak?

M :Jadi tema sendiri saya kepikiran buat tantangan yang bisa melibatkan pengikut untuk secara langsung terlibat di program gitu sesuai sama permasalahan sampah yang di Indonesia semakin tinggi. nah akhirnya saya usulin ke teman ZWID by chat group, dengan program tantangan 31 Days Challenge yaitu mengenai gaya hidup zero waste, disitu kita membantu untuk membuat sebuah struktur action plan orang-orang yang memiliki resolusi bergaya hidup lebih minim dalam kepedulian lingkungan. Pun untuk orang-orang yang belum memiliki resolusi ini, untuk tergerak mengenal lebih jauh dan mengikuti. Sehingga sesuai dengan visi dan misi yang dianut oleh kami, yaitu informasi, edukasi dan berkolaborasi mengenai gaya hidup zero waste yang bertujuan untuk mengurangi sampah begitu.

P :Lalu apakah semua tim setuju dengan usulan tema itu kak?

M :Iya untungnya mereka setuju setuju aja dengan usulan aku, dan mengiyakan tema dalam program tantangan itu buat kampanye mengurangi plastik.

P :Oke, lalu tahapan perencanaan selanjutnya kak? Setelah tema, target audiens ya? Bagaimana komunitas menentukannya?

M :Target audience dari program ini adalah para followers kami, yaitu dominan usia kisaran 18-44 tahun dan aktif di instagram. Lalu orang-orang yang sudah aware namun belum memulai atau orang-orang yang sudah memulai namun ingin lebih terstruktur/berprogress dan melakukannya bersama-sama dalam program ini. Tapi tidak menutup kemungkinan target kita juga bisa untuk follower yang mulai tertarik untuk mengenal atau belajar lebih jauh mengenai gaya hidup zero waste dengan memperoleh informasi-informasi yang kita post.

P :Lalu ada kaya menentukan kriteria target berdasarkan faktor-faktor seperti geografis, pendapatan, lingkungan, pendidikan, dan ideology gitu engga kak?

M :Untuk faktor-faktor lain selain usia dalam merumuskan target, kita engga nentuin sih, alasannya kita juga memilih usia range segitu karena berdasarkan insight di instagram. mungkin karena ini juga kampanye sosial gitu jadi kita berfikiran semua bisa mengikuti program ini yang dilakukan di instagram.

P : Jadi komunitas hanya mennetukan target dari usia ya kak?

M : Iya dengan melihat insight usia di instagram

P :Oke terus mb untuk tahapan perencanaan pesan ada tidak penggunaan pesan khusus yang emang dibuat untuk program 31 Days?

M : Pesan dalam program ini kita buat dalam bentuk tagline sih yaitu mengikuti dengan kampanye zerowaste lainnya bahwa kita bisa memulai dari diri sendiri dengan hastag sustainability starts with you untuk masa depan lingkungan dengan ajakan buat melakukan hal kecil sederhana. Sehingga sesuai dengan program yang kita buat bahwa hal sederhana dapat memberi dampak besar, dengan mengikuti tantangan selama 31 hari makanya kita buat nama program 31 Days Challenge juga nantinya pesan dalam hastag #zerowasteid31days ini dengan berisikan ide-ide disetiap tantangan per harinya yang menjelaskan dimana, kapanpun serta bagaimana caranya berupaya minim sampah.

P :Oke jadi pake #zerowasteid31days dan #sustainabilitystartswith you

M :Iya

P :Lalu selanjutnya untuk pemilihan media yang digunakan dalam program, media apa yang dipilih oleh komunitas dan mengapa memilih media itu kak?

M :Oke Kami ingin membuat Instagram tidak hanya menjadi sarana melihat hidup orang lain dan membanding-bandingkan atau sekedar berbagi. Namun lebih dari itu, dengan nilai positif yang bisa diimplementasikan di

kehidupan sehari-hari. Misalnya dengan wadah berbagi informasi mengenai gaya hidup zero waste untuk kesadaran peduli akan lingkungan dan mengurangi sampah. Selain itu juga melihat karena komunitas kita merupakan komunitas berbasis account khusus dan online platform dalam bahasa Indonesia dengan media sosial Instagram, sekalian untuk memperkenalkan lebih luas lagi akun instagram komunitas kami.

P : Oke berarti programnya pake media sosial instagram saja atau ada yang lain?

M : hanya satu media yaitu instagram aja yang kita pilih dalam program ini

P : **Oke target, pesan, media sudah dirumuskan oleh komunitas lalu ada diskusi bersama dengan tim sayapilihbumi yang dalam program ini kan berkolaborasi bersama zwid? Mungkin dijelaskan kak.**

M : Lalu kita ada diskusi bersama sayapilihbumi, dalam diskusi itu saya langsung jelaskan kalo tim sudah membuat gambaran tema besar program, target, pesan dan media, chat pc di whatsapp ke ketuanya. Dan syukurnya mereka setuju dengan konsep program 31 Days Challenge untuk mengajak masyarakat mengurangi sampah dalam bentuk tantangan per harinya. Nah selanjutnya aku ajakin diskusi kira-kira materi apa untuk isi tantangan tiap harinya dan cara keikutsertaan audiens di program ini.

P : Berarti tugas mba mengajak diskusi sayapilihbumi untuk buat list tantangan program, nah bagaimana tuh mba proses merumuskan list tantangan per harinya?

M : Iya

P : Iya tugas saya sebagai founder membuat beberapa list tantangan untuk setiap harinya, untungnya karena ini kolaborasi bersama sayapilihbumi saya dibantu juga sama ketua sayapilihbumi dalam merumuskan list tantangannya. List tantangan itu aku terinspirasi dari hal-hal sederhana yang aku ilakui sehari-hari dan beberapa dari referensi zero waste luar negeri yang kami sedikit ubah sehingga cocok untuk diimplementasikan dengan tepat melihat kebiasaan orang Indonesia untuk mengurangi

sampah. Ya dari hal sederhana seperti mengurangi penggunaan kemasan plastik dari mulai sedotan air kemasan hingga memilah sampah.

P :Oke nah list apa saja kak yang akhirnya fix komunitas gunakan dalam program 31 Days?

M :Nanti kamu bisa cek di poster aja program di instagram ada kok, jadi desainnya aku buat rincian tantangan per harinya

P : Oke berarti nanti aku cek di instagram komunitas ya kak

M :Iya

P :**Oh ya kak, kalo bisa kan merumuskan list tantangan kan sebagai perencanaan teknis program ya, lalu selanjut ada perencanaan apa yang dibuat komunitas dalam mematangkan program 31 Days?**

M :Ada selain membuat list tantangan per harinya yang berbeda-beda, saya dibantu bersama “Sayapilihbumi” juga merumuskan dibarengi teknis cara mengikuti program dan pelaksanaannya. Selain itu juga teknis pemberian giveaway yang kita diskusikan karena dari sayapilihbumi yang akan menyediakan hadiah. karena kita bahkan semua tahu bahwa manusia memerlukan sesuatu untuk bergerak. Selain edukasi yang kami lakukan terus menerus, sebuah giveaway bisa menjadi penyemangat daya tarik untuk termotivasi melakukan sesuatu. Tapi kita juga buat ketentuan atau cara mengikuti program ini yaitu pengikut harus terlebih dahulu memfollow akun komunitas ZWID yang menandakan telah bergabung bersama komunitas dan mengajak tiga orang untuk ikut memfollow ZWID , kemudian mengikuti tantangan setiap harinya, dan saat melakukan tantang tersebut posting foto atau bisa juga story lalu sertakan caption atau cerita inspirasi dengan menyertakan tagar #suistanabilitystarswithyou #zerowaste31Days #sayapilihbumi31Days dan mention ke akun instagram atau sayapilihbumi gitu.

P : hmm... itu diskusi bersama tim zwid lainnya juga kak?

M : tidak itu diskusi aku bersama sayapilihbumi, nah tapi setelah fix tetap aku share ke wa group tim jadi biar mereka juga jelas gambaran program

seperti apa. Karena juga aku yang bisa menghandel program ini. Yaudah gapapa aku yang merumuskan dari awal.

P :Oke, kalo udah perencanaan teknis tentang programnya ya kak, lalu komunitas menyiapkan perencanaan apa untuk ketika pelaksanaannya sendiri.

M :Perencanaan untuk saat pelaksanaan programnya itu gambarannya diawali dengan postingan pengumuman program sebelum program Challenge dilakukan ya tepatnya sebelum awal tahun agar target mengetahui adanya program itu. lalu saya membuat desain postingan sendiri yang berisikan list challenge setiap harinya, lalu diposting dan menuliskan caption yang berisi cara mengikuti program ini dan pengumuman adanya giveaway dalam program. Selanjutnya untuk tugas selama program berlangsung jadi nanti sistemnya repost gitu setiap story dan kita memilih satu foto untuk ditaruh di feed akun komunitas dengan kriteria cerita pengalaman yang menginspirasi dan edukatif yang berpeluang menjadi pemenang giveaway di program kita pilih lima orang setiap dua minggu sekali selama program lalu diakhir program diumumkan.

P :Oke, apakah itu udah ada pembagian tugas gitu kak?

M : Engga ada sih, cuman kalo dari tim ZWID sendiri saat pelaksanaan program pembagian tugas tidak ada karena semua saya lakukan sendiri, Karena kebetulan saya yang bisa dari tim. Dari mulai desain publikasi program, Jadwal rutin untuk mengupdate ig story dan foto yang dilakukan di pagi hari waktu Indonesia dan malam waktu Indonesia karena pada saat pelaksanaan program tersebut saya masih berada di Belanda hingga memilih pemenang dengan caption edukatif dan menarik.

P :Oke lalu untuk tahapan terakhir nih, kan kalo pelaksanaan otomatis ada evaluasi untuk mengetahui program yang dijalankan baik atau engga. Nah komunitas membuat perencanaan evaluasi seperti apa kak?

- M :Nah kalo untuk perencanaan untuk monitoring dalam program ini dari awal memang karena kita juga merumuskannya sederhana jadi monitoring nantinya dengan melihat banyaknya antusias target yang mengikuti program 31 Days Challenge. Karena juga sebenarnya ada yang mengikuti program ini setiap harinya kami tim udah merasa cukup berhasil dalam program ini ya. Terpenting pesan untuk kesadaran dalam menjaga lingkungan dengan cara mengurangi sampah dalam program bisa diketahui oleh masyarakat.
- P **:Jadi monitoring sebagai evaluasi di program hanya melihat seberapa besar antusias pengikut ya kak?**
- M : Iya karena kan kalo yang ikut banyak pada program 31 days berarti mulai banyak yang kenal dengan komunitas kita dan pesan dalam tujuan komunitas untuk mengajak mengurangi sampah juga banyak yang tahu dan mengikutinya gitu.
- P :Tapi ada patokan harus berapa banyak yang mengikuti program ini gitu tidak kak?
- M :Engga sih, kita bikin pencapaian simple banget karena juga mikirnya program sosial juga kan jadi engga muluk-muluk tinggi banget gitu.
- P **: Maaf balik lg ke perencanaan nih kak, jadi pelaksanaan program secara langsung nih. Komunitas melakukankay uji coba atau uji-pre esting semacam tes ombak gitu ga mengenai materi sebelum akhirnya dilaksanakan ke target audiens?**
- M :Hmm uci coba semacam langsung di materi tantangan gitu ya?
- P : Iya bisa jadi gitu
- M : Kalo uji coba sayangnya engga ada, Karena perencanaan program ini seperti mengalir gitu aja loh. Jadi yang terpenting di target, pesan,media, cara mengikuti program tantangan itu jelas. Intinya saat kita udah merencanakan nih kita langsung eksekusi.
- P **:Oke, oke mba lanjut aku mau tanya, pada teknis program selain program tantangan juga ada giveaway ya? Nah siapa yang bertugas**

untuk memilih pemenang dalam program dan kriteria pemenang seperti apa?

M : Itu saya juga yang menentukan dan memilihnya dengan aku yang mengikuti program tantangan dengan caption yang informative dan menginspirasi untuk pembaca lainnya. Nah selain itu karena komunitas ini bekerja secara tim yang masih kecil dengan dibantu 1 orang saja yang bersifat volunteer tetapi tidak terikat dengan struktur dan tugas dalam komunitas jadi tim yang lebih handle program ini adalah saya sendiri hingga akhir menentukan pemenang.

P : **Nah kan sekarang program 31 Days Challenge sudah berlangsung ya kak, apa lagi akan ada program baru yang dibuat oleh komunitas yaitu Tukar Baju. Lalu bagaimana evaluasi oleh kak Mauril sebagai founder berdasarkan dari awal perencanaan hingga pelaksanaan program 31 Days Sendiri?**

M : Evaluasi dari kita buat 31 Days Challenge sih sangat memuaskan banget ya, karena apa? Alhamdulillah aku engga nyangka juga banyak yang mengikuti program ini dengan umur komunitas kita yang waktu itu belum ada setahun ya. Dan pastinya @zerowaste.id_official juga makin banyak yang mengenal banyak yang follow. Inget banget dulu sebelum program ini followers kita baru sekitar 20.000 nah dengan viralnya program itu banyak yang ngikutin dan ngajak temen jadi followers kita tiba-tiba naik hampir 10.000 gitu dan tawaran kerja sama dengan komunitas kita juga banyak.

Lampiran 2:

TRASNSKIP WAWANCARA

a. Identitas Diri

1) Nama :Amanda Zahra

2) Jabatan di Organisasi : *PR and Marketing Manager ZWID*

b. Tanggal Penelitian : 17 Maret 2019

c. Pertanyaan penelitian:

P =Peneliti

A = Amanda

P :Selamat siang mb Amanda

A :Siang Fit

P :Kemarin kan aku sudah wawancara sama kak mauril. Nah sekarang gantian sama mb Amanda. Jadi bersedia dan sudah siap mba? Hehe

A : Insyaa Allah sudah, tapi maaf ya kalo nanti panjang kalo aku jelasinnya

P :Gapapa kok mba, malah biar jelas hehe. Langsung aja ya mba, aku kan udah cukup lama follow akun ZWID di instagram, nah untuk program 31 Days Challenge sebagai bahasan topic penelitian aku ini. Boleh dijelaskan bagaimana konsep program 31 Days Challenge yang dibuat oleh komunitas?

A :Tim ZWID mengkonsepkan program yang ringan sederhana aja, engga ribet tapi tentunya yang sejalan dengan apa yang menjadi tujuan yang ingin dicapai komunitas ya tentunya dengan lihat visi dan misi komunitas. Nah kan ada poin-poin tiga elemen bisa kamu cek di website kita dalam visi misi yaitu informasi, edukasi dan kolaborasi tentunya kita sebagai komunitas ingin berbagi informasi kepada masyarakat dalam mengedukasi gaya hidup yang ramah lingkungan dan minim sampah yang dapat kita lakukan dengan hal kecil sehari-hari yaitu tentunya bisa diikuti bersama pengikut komunitas ZWID melalui program nyata nerapin 31 Days Challenge.

P :Berarti konsepnya mengajak pengikut untuk berpartisipasi melalui program yang mengedukasi untuk mengurangi sampah ya mba?

A : Iya betul

P : Oke ada tidak kak, sebuah perencanaan sendiri yang dirumuskan oleh komunitas diawal membuat program 31 Days Challenge?

A :Ya, Perencanaan merupakan hal penting ya sebelum menjalankan sebuah program. Biar tau arah bagaimana program ini bisa dilaksanakan dengan baik. Nah tentunya perencanaan juga dilakukan oleh ZWID yang diatur secara langsung oleh founder kita mauril dalam mencari permasalahan, data, sehingga memutuskan program apa yang akan kita lakukan di 31 Days pastinya dengan diskusi bersama tentunya.

P :Nah diskusi bersama yang dilakukan tim ZWID seperti apa yang dilakukan kak saat merumuskan perencanaan program?

A :Diawal banget buat program ini Mauril ajakin kita buat diskusi bareng bareng, Iya jadi kalo ga salah november gitu mauril jelasin ke kita di group WA kalo ada tawaran kolaborasi sama “Sayapilihbumi” dan aku pun setuju karena kan tawarannya juga untuk bikin program yang sesuai dengan ZWID yaitu kampanye untuk mengajak masyarakat sadar untuk mengurangi sampah.

P :Kak mauril kemarin menjelaskan bahwa ada tahapan fact finding atau temuan permasalahan yang mendasari program dibuat, betul kah itu kak? Kalo boleh tau temuan seperti apa yang ditemukan?

A : Ya mauril pada saat diskusi dia mengirimkan link sebuah artikel gitu yang cukup mengagetkan ya, kalo Indonesia menjadi negara kedua penyumbang plastik kedua setelah china. Nah dari itu membuat kita semakin yakin membuat program yang mengajak masyarakat untuk prihatin dengan kenyataan itu dan mulai untuk mengurangi penggunaan plastik. “Iya akhirnya komunitas juga ambil tema semacam ingin berbagi informasi kepada masyarakat dalam mengedukasi gaya hidup yang ramah lingkungan dan minim sampah yang dapat kita lakukan dengan hal kecil sehari-hari yaitu tentunya dalam berkolaborasi bersama pengikut

komunitas ZWID melalui program nyata di tantangan 31 Days Challenge.

P : jadi tema berbagi informasi dan edukasi tentang gaya zero waste melalui tantangan menjadi tema dalam program 31 Days ya kak?

A :Iya

P **:Lalu kak, kalo untuk merumuskan targetnya sendiri dalam program ini. Bagaimana komunitas merumuskannya?**

A :Kalo untuk target sendiri sebenarnya luas ya dalam program ini,ga spesifik. Siapa aja bisa ikutan dalam program ini yang jelas mereka melek media khususnya instagram dan tertarik untuk mengikuti tantangan. Tapi kalo dilihat dari karakteristik banyaknya pengikut yang mengikuti program ini, yaitu dari remaja hingga orang yang sudah bekerja kantor. Terlihat dari postingan yang masuk ke komunitas dan ini insight yang dari instagram kalo range usia target kita kebanyakan usia 18-40an dan rata-rata berasal dari kota kota besar terbanyak Jakarta, Bandung dan Yogyakarta.

P **:Jadi hanya berdasarkan range usia yang ada di insight instagram ya kak?**

A : Iya kemarin sih waktu kita diskusi menentukannya dari situ

P :Data dari kak MAuril range usia 18-44 tahun kak?

A : Ya kira-kira seusia itu

P :Oke, terus mba pesannya sendiri di program yang komunitas buat apa? Adakah hastag kan mengingat program di lakukan di instagram.

A : “Nanti silahkan cek sendiri ya #Hastag apa yang kita gunain di program ini karena menjadi bagian pesan, kalo engga salah pesan dari awal yang pingin kita sampaikan adalah #zerowasteid31days untuk menggambarkan program dan sustainability starts with you yang jelas ada kok. Intinya ya pesan tersebut kita gunain balik lagi sesuai tujuan yang diinginkan dalam program ini yaitu untuk membuat kesadaran masyarakat dalam mengurangi sampah dan ya mengajak masyarakat untuk ikut dalam program ini sebagai bentuk aksi nyata dalam kehidupan sehari-hari.

P :Oke siap mb. Lalu mb untuk perencanaan media digunakan dalam program bagaimana?

A : Kalo untuk media sendiri yang kita rencanain dalam program ini yaitu Instagram. Karena kita tau kan instagram beberapa tahun belakang ini menjadi media sosial yang digemari dan hampir pasti digunakan sama anak muda, nah maka kita juga ingin memikirkan bahwa bisa nih kita memviralkan program ini agar banyak pengguna instagram lainnya banyak yang tahu program ini dan mengikutinya. Selebihnya media lain tidak ada, seluruhnya dari mulai hari pertama pelaksanaan hingga akhir dilakukan di media sosial Instagram. Dan aku rasa karena ini program sederhana khususnya jg untuk melibatkan antusias pengkikut secara langsung bersama komunitas ya instagram memfasilitasi hal itu dengan mention dan tag membantu kita bisa mengetahui.

P : Selanjutnya kan akhirnya komunitas mengiyakan untuk buat program ajakan mengurangi plastik dalam bentuk tantangan ya mba, aku tanya bagaimana tahapan perencanaan untuk komunitas menentuin tantangan per harinya?

A :Oh kalo selama merumuskan isi tantangan aku engga ikut buat, itu semua pure dari maurill sendiri. Pas kebetulan juga saat itu aku agak sibuk. Jadi mauril share ke kita di group tentang fix keseluruhan teknis program aja sih.

P : Oh gitu mba, kalo untuk teknis merencakan cara mengikuti program 31 days oleh target sendiri bagaimana?

A :Sebenarnya kalo ditanya perencanaan lebih ke mauril yang buat ya untuk tentang cara mengikuti program ini di instagram, tapi dia tetep share ke kita via group. Seingat aku dulu tuh cara buat bisa ikutan program dengan komen di pengumuman 31 Days Challenge dan mengajak teman untuk ikutan program tantangan ini tapi juga follow akun komunitas dulu, nah nantinya setiap tantangan post atau instastory terus pakai hastag sustainability starts with you dan zerowaste31days. Kalo juga diawal perencanaan kita udah siapan kuis atau semacam

giveaway gitu buat pemenang yang ikutan program dengan cerita pengalaman yang menarik.

P : Oh gitu ya mba, lalu untuk perencanaan pelaksanaan programnya?

A : Untuk perencanaan pelaksana program sendiri aku udah terima beres gitu dari mauril, jadi dia kasih gambaran ke kita di group. Tentang keseluruhannya jadi aku kurang tau sih saat perencanaannya tapi saat pelaksanaan programnya aku tau.

P : Berarti kak Mauril yang merumuskan ya?

A : Iya

P : Lalu apakah setuju? Maksudnya tim dari zwid lainnya setuju dengan rumusan yang dibuat kak mauril dalam pelaksanaan program?

A : Karena aku lihat juga pelaksanaan programnya sudah jelas dan mauril juga bilang sudah diskusi dengan sayapilihbumi kalo ga salah jadi aku setuju dan mengiyakannya.

P : Oke, terus untuk tahapan terakhir ni mba, evaluasi. Mba tau perencanaan evaluasi yang dibuat komunitas untuk program 31 Days Challenge?

A : Kalo monitoring sebagai bahan evaluasi program nantinya, waktu itu aku sendiri mengusulkan ke Mauril saat diskusi disesuaikan dengan tujuan dan harapan yang kita inginkan. Karena kan program kita mengajak untuk mengurangi sampah, maka antusias banyaknya yang ikut program jadi monitoring dalam program untuk melihat program udah berhasil belum. Tapi kayaknya sama Mauril ga dibuat semacam monitoring yang terukur gitu dari awal, dan alhamdulillah banyak banget yang ikut program ini.

P : Tadi aku menanyakan seputar perencanaan yang dilakukan komunitas sebelum program ya mba, nah kalo untuk pelaksanaan atau implementasi saat programnya sendiri. Ada pembagian tugas tidak? Dan mba Amanda ditugaskan pada apa?

A :Sebenarnya secara keseluruhan dari desain postingan, caption dan segala halnya dilakuin oleh murid sendiri yang pegang instagram, hingga repost dan menentukan pemenang. aku saat itu belum secara keseluruhan langsung bertugas dalam pelaksanaan program ini. Karena sedang menyiapkan konten Tukar Baju dari komunitas juga.

P :Berarti dalam pelaksanaan program mba Amanda tidak berkontribusi dalam program?

A :Iya aku cuman membantu Mauril untuk merumuskan perencanaan diawal program tapi jujur sih aku juga suka ikut memantau berlangsungnya program ini gimana. Seneng aja lihatnya karena banyak yang ikutan dalam program ini.

P : Terakhir nih mb, lalu evaluasi seperti apa sih yang tim ambil atau lihatdalam pelaksanaan program 31 Days apakah sudah berhasil atau belum?

A :Kalo evaluasi dari program pelaksanan program sendiri udah baik ya, dan bisa dikatakan berhasil dalam program 31 Days karena banyak pengguna instagram lainnya yang antusias buat mengikuti program yang kita buat. Tentunya dari program tersebut juga bisa menyadarkan masyarakat buat minim sampah dengan memulai gaya hidup zerowaste dan selanjutnya membuat kita terus buat program tentang zero waste yang minim sampah lagi biar semakin banyak pengikut yang kenal zerowaste.id dan juga buat kesuksesan program komunitas selanjutnya.

Lampiran 3:

PEDOMAN OBSERVASI

Pada pengamatan (observasi) yang dilakukan dalam penelitian ini adalah menemukan temuan data pada media sosial *instagram* komunitas Zero Waste Indonesia (ZWID) yaitu pada akun *@zerowaste.id_official* dalam memperoleh data tentang implementasi program komunikasi *31 Days Challenge* meliputi:

A. Tujuan:

Tujuannya untuk melihat implementasi kesesuaian kegiatan yang dilakukan oleh Komunitas ZWID melalui akun *instagram @zerowaste.id_official* dan mengamati target yang mengikuti program *31 Days Challenge*.

B. Aspek yang diamati:

1. Aktivitas *update* informasi di *Instagram*
2. Target yang mengikuti program *31Days Challenge* dengan *tag, mention* pada akun *@zerowaste.od_official*

C. Teknis (alat) yang diperlukan:

1. *Smarthphone*
2. Internet
3. Buku catatan
4. Pulpen

D. Waktu Pelaksanaan: 7 Mei-22 Juli 2019