

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi komunikasi CSR Kompas Gramedia dalam memberdayakan masyarakat melalui program Urban Farming. Dalam upaya pemberdayaan, strategi yang dilakukan oleh Kompas Gramedia yakni dengan membangun relasi dengan masyarakat secara informal. Sehingga terdapat kedekatan yang merujuk pada keterbukaan dan penerimaan dalam masyarakat. Adapun Kompas Gramedia mengimplementasikan dua kegiatan terlebih dahulu untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga lingkungan dengan menganyam serta Bank Sampah. Lebih dalam, tentunya terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam penyusunan strategi komunikasi CSR, seperti kebutuhan masyarakat, penggalan data pesan, media, dan sasaran sebagai proses penyusunannya. Sedari awal, terlihat bahwa kebutuhan masyarakat yang paling dominan yakni masalah lingkungan yang kurang baik dan nyaman untuk ditempati. Terdapat berbagai sampah berserakan dan lahan tak terurus, hal ini menjadi keprihatinan khusus dan membuat Kompas Gramedia untuk mencari tahu lebih dalam dengan menggali data. Proses ini melibatkan masyarakat melalui FGD sehingga berbagai perspektif yang lebih luas. Dari hasil observasi pun terlihat komunikasi yang terjalin antara Kompas Gramedia dan

masyarakat sudah baik dan menunjukkan keakraban dari tata bahasa dan gestur yang dipakai.

Setelah memperoleh berbagai data tersebut, Kompas Gramedia menggandeng *stakeholder* eksternal yakni Salam Rancage sebagai fasilitator dan konseptor untuk merumuskan bersama. Masyarakat pada awalnya tidak dilibatkan secara langsung dalam memetakan sasaran program. Seiring berjalannya waktu, masyarakat yang sudah terlibat (*kader*) memiliki inisiatif sendiri untuk mengajak masyarakat lain membangun kebun Urban Farming. Hal ini pun juga berlaku ketika proses pemilihan media. Masyarakat cenderung menyukai program yang dilakukan secara tatap muka, Kompas Gramedia berusaha memenuhi hal tersebut. Namun Kompas Gramedia kerap mengunggah kegiatan Urban Farming ke media sosial. Hal ini menarik intensi masyarakat untuk melakukan hal serupa dan memberikan perspektif baru mengenai media *online*. Masyarakat memiliki inisiatif untuk memanfaatkan media sosial (Instagram) untuk mengedukasi masyarakat lain mengenai Urban Farming, salah satunya dengan membuat video pembuatan pupuk cair mikroorganisme lokal.

Berdasarkan data yang diperoleh, dalam menjalankan program ini terdapat tujuh tahapan manajemen strategi komunikasi CSR yang dilakukan oleh Kompas Gramedia. Dalam upaya mengimplementasikan dan mengedukasi program Urban Farming kepada masyarakat, Kompas Gramedia mengimplementasikan dua kegiatan terlebih dahulu, untuk memperkenalkan masalah lingkungan kepada masyarakat. Kedua program tersebut yakni daur ulang sampah dan Bank Sampah.

Dalam prosesnya, masyarakat berupaya dilibatkan dalam setiap tahapan yang dilewati. Realitasnya pelibatan yang dilakukan oleh perusahaan juga bukan semata-mata untuk memberdayakan saja, namun terdapat kepentingan lain di dalamnya. Program CSR menjadi salah satu alat untuk menjaga relasi dan mendapat dukungan dari masyarakat karena Kompas Gramedia sebagai perusahaan berinisiatif untuk menyelesaikan permasalahan yang ada di lingkungan masyarakat.

Hal tersebut terlihat dari Kompas Gramedia yang mendominasi dalam mengambil keputusan. Dari hal tersebut, posisi masyarakat saat ini hanya dilibatkan atau *involving*. Rasa kepemilikan masyarakat terhadap program tinggi namun masih didominasi oleh perusahaan dalam pengambilan keputusan. Tidak baik jika hal ini terus dilakukan oleh Kompas Gramedia karena akan mengancam *sustainability* program dan relasinya dengan masyarakat.

2. Saran

2.1 Saran Akademis

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang memanfaatkan metode wawancara dan observasi untuk melihat realita yang terjadi. Berdasarkan pengalaman peneliti, wawancara terkait dengan topik strategi komunikasi CSR membutuhkan perwakilan narasumber dari perusahaan yang merupakan inisiator program. Peneliti tidak berhasil untuk menghubungi inisiator terkait. Adapun saran lain yakni, wawancara yang dilakukan dengan masyarakat perlu lebih terstruktur

lagi dengan wawancara satu per satu, serta jauh dari jangkauan perusahaan. Hal ini penting dilakukan untuk menghindari bias maupun tekanan dari pihak lain.

2.2 Saran Praktis

Berdasarkan hasil temuan data dan pembahasan yang telah dideskripsikan pada BAB III, terdapat berbagai saran yang dapat menjadi masukan bagi Kompas Gramedia agar program CSR Urban Farming dapat dijalankan dengan lebih baik dan benar-benar mampu memperjuangkan pemberdayaan masyarakat. Berbagai masukan tersebut yakni:

- a. Membuat *annual report* atau laporan tahunan mengenai program CSR Kompas Gramedia sebagai bentuk transparansi program yang dapat diakses oleh seluruh *stakeholder* Kompas Gramedia. Hal ini dilakukan untuk menghindari kritik bagi Kompas Gramedia sebagai perusahaan yang melakukan SDGs-wash.
- b. Perlunya pendekatan bagian manajerial dengan masyarakat, sehingga manajerial mengetahui bagaimana kondisi yang terjadi di lingkungan masyarakat. Hal ini akan membantu dalam pengambilan keputusan.
- c. Memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk mengambil keputusan.
- d. Membenahi lahan sampah yang ada di sebelah kebun Urban Farming Kompas Gramedia saat ini menjadi lahan potensial baru.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus, A. (2020). Practicing of Corporate Social Responsibility for Community Empowerment: A Case of a Mining Company in Indonesia. *Randwick International of Social Science (RISS) Journal*. 1(3), h.608-618. diakses dari <https://www.randwickresearch.com/index.php/rissj/article/view/115>
- Andrade, A. D. (2009). Interpretive Research Aiming at Theory Building: Adopting and Adapting the Case Study Design. *The Qualitative Report*. 14(1), h.42-60. diakses dari https://www.researchgate.net/profile/Antonio-Diaz-Andrade/publication/264555272_Interpretive_Research_Aiming_at_Theory_Building_Adopting_and_Adapting_the_Case_Study_Design/links/54a074750cf256bf8bae1a10/Interpretive-Research-Aiming-at-Theory-Building-Adopting-and-Adapting-the-Case-Study-Design.pdf
- Astri, H. (2012). Pemanfaatan corporate social responsibility (csr) bagi peningkatan kualitas hidup manusia indonesia. *Pusat Pengkajian Pengolahan Data dan Informasi (P3DI) Sekretariat Jenderal DPR RI*. diakses dari <https://jurnal.dpr.go.id/index.php/aspirasi/article/view/265>
- Badan Perencanaan dan Pembangunan Nasional. (n.d.). Sekilas SDGs. *sdgs.bappenas.go.id*. diakses dari <https://sdgs.bappenas.go.id/sekilas-sdgs/>
- Badan Perencanaan dan Pembangunan Nasional. (n.d.). Tujuan 3 Kehidupan Sehat dan Sejahtera. *sdgs.bappenas.go.id*. diakses dari <https://sdgs.bappenas.go.id/tujuan-3/#:~:text=Kehidupan%20Sehat%20dan%20Sejahtera&text=Seluruh%20isu%20kesehatan%20dalam%20SDGs,sektor%20kesehatan%20yang%20perlu%20diwujudkan.>
- Badan Perencanaan dan Pembangunan Nasional. (2021). *Peta Jalan SDGs Indonesia Menuju 2030*. diakses dari https://sdgs.bappenas.go.id/website/wp-content/uploads/2021/02/Roadmap_Bahasa-Indonesia_File-Upload.pdf
- Bloom, B. D. & Crabtree, B. F. The qualitative research interview. *Medical Education*. 40(4). h.314-321. diakses dari <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1365-2929.2006.02418.x>
- Bo'do, S., Siahaan, H., & Ida, R. (2019). Social media, public sphere and movement discussion of urban farming in indonesia. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*. 2(3). diakses dari <https://scholar.archive.org/work/xkn34op26jgi3ipsjr6es3otyq/access/wayback/http://bircu-journal.com/index.php/birci/article/download/414/pdf>
- Broom, G. M. & Sha, B. L. (2013). *Cutlip & Center's Effective Public Relations*. (11th ed.). USA: Pearson
- Cangara, H. (2017). *Perencanaan & Strategi Komunikasi Edisi Revisi*. Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- Carroll, A. B. & Buchholtz A. K. (2009). *Business & Society: Ethics and Stakeholder Management*. (7th ed.). USA: South-Western CENGAGE Learning

- Cottrell, E. K., dkk. (2015). Defining the benefits and challenges of stakeholder engagement in systematic reviews. *Comparative Effectiveness Research*. 5. doi: <https://doi.org/10.2147/CER.S69605>
- Crowther, D. & Aras, G. (2008). *Corporate Social Responsibility*. Ventus Publishing.
- Das, L. (2022, April 12). Greenwash: what it is and how not to fall for it. [greenpeace.org.uk](https://www.greenpeace.org.uk/news/what-is-greenwashing/#:~:text=What%20is%20greenwashing%3F,looked%20at%20in%20more%20depth). diakses dari <https://www.greenpeace.org.uk/news/what-is-greenwashing/#:~:text=What%20is%20greenwashing%3F,looked%20at%20in%20more%20depth>.
- Dentsu. (2021). *Sustainability Communication Guide: A practical checklist and the social changes behind it*. diakses dari https://www.dentsu.co.jp/en/sustainability/sdgs_action/pdf/sustainability_communication_guide.pdf
- Dutot, V., Galvez, E. L., & Versailles, D. W. (2016). CSR Communications Strategies Through Social Media and Influence on E-Reputation (An Exploratory Study). *Management Decision Journal*. 54(2). h.363-389. diakses dari <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/MD-01-2015-0015/full/html>
- Effendy, O. U. (2015). *Ilmu, Komunikasi, Teori, dan Praktek Komunikasi*. Bandung: PT Citra Aditia Bakti.
- Elkington, J. (1998). *Cannibals With Forks: The Triple Bottom Line in 21st Century Business*. Gabriola Island, BC: New Society Publishers
- Frederick, W. C. (2006). *Corporation, Be Good! The Story of Corporate Social Responsibility*. Indianapolis, IN: Dog Ear Publishing.
- Garriga, E. & Mele, D. (2004). Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory. *Journal of Business Ethics*. 53. h.51-71. diakses dari <https://link.springer.com/article/10.1023/B:BUSI.0000039399.90587.34>
- Golob, U., Podnar, K., Elving, W. I., dkk. (2013). *Corporate Communications: An International Journal*. 18(2). h.176-192. diakses dari <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/13563281311319472/full/html>
- Hasanah, H. (2016). Teknik-Teknik Observasi. *Jurnal at-Taqaddum*, Vol. 8, No. 1, 21-46. diakses dari: <https://journal.walisongo.ac.id/index.php/attaqaddum/article/download/1163/932>
- Ihugba, B. U. (2012). CSR stakeholder engagement and Nigerian tobacco manufacturing sub-sector. *African Journal of Economic and Management Studies*. 3(1). ISSN: 2040-0705. diakses dari https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/20400701211197276/full/html?utm_source=repec&utm_medium=feed&utm_campaign=repec
- Kementerian Petanian. (2022). Urban Farming Dukung Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. pertanian.go.id. diakses dari <https://www.pertanian.go.id/home/?%20show=news&act=view&id=4691>

- Kim, S. (2019). The Process Model of Corporate Social Responsibility (CSR) Communication: CSR Communication and its Relationship with Consumers' CSR Knowledge, Trust, and Corporate Reputation Perception. *Journal of Business Ethics*. 154: h.1143-1159. diakses dari <https://link.springer.com/article/10.1007/s10551-017-3433-6>
- Kompas Gramedia. (n.d.). Bisnis. *Kompasgramedia.com*. diakses dari <https://www.kompasgramedia.com/#business>
- Kompas Gramedia. (n.d.). Filosofi 5C. *kompasgramedia.com*. diakses dari https://hr.kompasgramedia.com/files/lombalogo/Filosofi_5-C.docx
- Kompas Gramedia. (n.d.). Kontribusi Sosial. *kompasgramedia.com*. diakses dari <https://www.kompasgramedia.com/#csr>
- Kompas Gramedia. (n.d.). Kontribusi Sosial. *kompasgramedia.com*. <https://www.kompasgramedia.com/#csr>
- Kompas Gramedia. (n.d.). Pimpinan KG. *kompasgramedia.com*. diakses dari <https://www.kompasgramedia.com/about-kg/management>
- Kompas Gramedia. (n.d.). Tentang KG. *kompasgramedia.com*. diakses dari <https://www.kompasgramedia.com/#about>
- Kompas Gramedia. (n.d.). Visi dan Misi. *kompasgramedia.com*. diakses dari <https://www.kompasgramedia.com/about-kg/vision-mission>
- Lindlof, T. R. & Taylor, B. C. (2017). *Qualitative communication research methods*. Thousand Oaks, California: SAGE Publications.
- Martinez, Z. U., dkk. (2017). Exploring the conceptualization and research of empowerment in the field of youth. *International Journal of Adolescence and Youth*. 22(4), h.405-418. diakses dari [Exploring the conceptualization and research of empowerment in the field of youth \(tandfonline.com\)](#)
- Mefalopus, P. (2008). *Development Communication Sourcebook, Broadening the Boundaries of Communication*. Washington, DC: The World Bank. diakses dari [Mefalopulos: Development communication sourcebook:... - Google Scholar](#)
- Mody, B. (2003). *International and Development Communication: A 21st-Century Perspective*. USA: SAGE Publications.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif (edisi revisi)*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2017). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Naderifar, M., Goli, H., & Ghaljaie, F. (2017). Snowball Sampling: A Purposeful Method of Sampling in Qualitative Research. *Strides Dev Med Educ*. 14(3). diakses dari https://sdme.kmu.ac.ir/article_90598.html
- Nasution, S. (2003). *Metode penelitian naturalistik kualitatif*. Bandung: Tarsito.
- Park, H. & Kim, S. Y. (2021). Consumer empowerment in corporate social responsibility: the effect of participatory CSR on company admiration and word-of-mouth communications. *Corporate Communications: An International Journal*. 27(2). H,346-367. diakses dari

- <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/CCIJ-02-2021-0025/full/html>
- Populix. (2022). Understanding Consumers' Perception Towards Environmental Sustainability and Social Responsibility. *info.populix.co*. diakses dari <https://info.populix.co/en/report/understanding-consumers-perception-towards-environmental-sustainability-and-social-responsibility-2/>
- Prakoso, K. S. K. & Putri, D. W. (2018). Strategi Komunikasi Band Indie Elephant Kind dalam Perkembangan Subsektor Musik Indonesia. *Jurnal UltimaComm*, 10(1), h.33-52. diakses dari <https://ejournals.umn.ac.id/index.php/FIKOM/article/view/880>
- Prayitno, U. S. (2015). *Corporate Social Responsibility: Konsep, Strategi, dan Implementasi*. Jakarta: Pusat Pengkajian, Pengolahan Data, dan Infomrasi (P3DI) Sekretariat Jendral DPR RI. diakses dari https://berkas.dpr.go.id/puslit/files/buku_tim/buku-tim-public-40.pdf
- Retraningsih, H. (2015). Permasalahan corporate social responsibility (csr) dalam rangka pemberdayaan masyarakat. *Pusat Pengkajian Pengolahan Data dan Informasi (P3DI) Sekretariat Jenderal DPR RI*. diakses dari <https://jurnal.dpr.go.id/index.php/aspirasi/article/view/512/408>
- Saldana, J. (2009). *The coding manual for qualitative researchers*. London: Sage Publications.
- Salehuddin. (2017). *Strategi Komunikasi Pelaksanaan Porgram Corporate Social Responsibility (CSR) PT Telkom Reginal VII Makassar*. (Skripsi Sarjana, Universitas Hasanuddin). diakses dari <https://core.ac.uk/download/pdf/89565362.pdf>
- Soekanto, S. (2006). *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Srampickal, J. (2006). Development and Participatory Communication. *Communication Research Trends*. 25(2), h.3-32. ISSN: 0144-4646
- Stake, R. E. (2005). Qualitative case studies. In N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (Eds.), *The SAGE handbook of qualitative research* (3rd ed., pp. 443-466). Thousand Oaks: Sage Publications.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Vanderstoep, S. W. & Johnson, D. D. (2009). *Research methods for everyday life: blending qualitative and quantitative approaches*. San Fransisco, US: Jossey-Bass, A Wiley Imprint.
- Whitmore, E. & Kerans, P. (1988). Participation, Empowerment, and Welfare. *Canadian Review of Social Policy*. h.51-60. diakses dari <https://www.jstor.org/stable/45407891>
- World Business Council for Society Development. (2000). Definition CSR. *social-responsibility.at*. diakses dari <https://www.social-responsibility.at/definitions/world-business-council-for-sustainable-development-2000/>

- Yin, R. K. (1984). *Case Study Research: Design and Methods*. (7th ed.). Thousand Oaks: California: Sage Publications. diakses dari <https://www.academia.edu/download/55619180/yincasestudy.pdf>
- Yudarwati, G. A. & Gregory, A. (2022). Improving government communication and empowering rural communities: Combining public relations and development communication approaches. *Public Relations Review*. 48(3).



LAMPIRAN

Lampiran 1. Matrix Penelitian

No	Konsep	Data yang dibutuhkan	Sumber Data	Teknik Pengumpulan Data
1	Pertanyaan Umum	Perspektif subjek penelitian mengenai program CSR Kompas Gramedia secara umum. Data dari pertanyaan akan menunjukkan seberapa jauh narasumber memahami dan merasakan manfaat program yang dijalankan Kompas Gramedia.	Narasumber: Corporate Communication Kompas Gramedia, Kader Urban Farming	Wawancara Mendalam
2	Relasi Bisnis Masyarakat dan CSR	Hubungan antara Kompas Gramedia dengan masyarakat sekitar melalui transparansi program dan pemenuhan kontrak sosial yang ada.	Narasumber: Corporate Communication Kompas Gramedia, Kader Urban Farming Studi Dokumen: Pemberitaan di media digital melalui berbagai artikel berita, akun sosial media, dan <i>website</i> Kompas Gramedia	Wawancara Mendalam, Studi Dokumen, dan Observasi
3	Komunikasi CSR dalam Pembangunan Berkelanjutan	a. Partisipasi Bagaimana masyarakat terlibat, berperan, dan	Narasumber: Corporate Communication Kompas Gramedia,	Wawancara Mendalam, Studi Dokumen,

	<p>a. Partisipasi</p> <p>b. Pemberdayaan</p>	<p>bertanggung jawab dalam pelaksanaan program CSR Urban Farming.</p> <p>b. Pemberdayaan Bagaimana Kompas Gramedia berupaya untuk memberdayakan masyarakat melalui edukasi dan pelatihan, serta pengetahuan dan perubahan apa yang dirasakan oleh masyarakat.</p>	<p>Kader Urban Farming</p> <p>Studi Dokumen: Arsip konten yang diunggah pada akun Instagram @kompasgramedia mengenai kegiatan Urban Farming, pemberitaan artikel dan <i>website</i> karyawan Kompas Gramedia (mykg.id).</p>	<p>dan Observasi</p>
4	<p>Strategi Komunikasi CSR: Model 1</p> <p>a. Degree of Ownership</p> <p>b. Defining the Problem</p> <p>c. Planning and Programming</p> <p>d. Taking Action and Communicating</p> <p>e. Evaluation</p> <p>f. Communicating on Impact</p>	<p>a. Degree of Ownership Mengetahui proses peralihan kepemilikan program dari perusahaan menuju seutuhnya pada masyarakat.</p> <p>b. Defining the Problem Mengetahui latar belakang masalah dibentuknya program Urban Farming dan keterlibatan masyarakat dalam proses penggalian data.</p> <p>c. Planning and Programming Mengetahui proses penentuan target sasaran, penyusunan</p>	<p>Narasumber: Corporate Communication Kompas Gramedia, Kader Urban Farming</p> <p>Studi Dokumen: Arsip dokumen mengenai program CSR Urban Farming ketika pembentukan program dimulai dan laporan kegiatan.</p>	<p>Wawancara Mendalam, Studi Dokumen, dan Observasi</p>

		<p>pesan, media yang dipilih, hingga objektif kegiatan dari program CSR Urban Farming, serta pembagian tugas antara Kompas Gramedia dan masyarakat.</p> <p>d. Taking Action and Communicating</p> <p>Mengetahui realita yang terjadi dari perencanaan yang telah disusun pada tahapan sebelumnya, dari hal ini dapat dilihat bagaimana peran dan tanggung jawab masyarakat.</p> <p>e. Evaluation</p> <p>Mengetahui keresahan dan perasaan yang dirasakan oleh masyarakat terkait pelaksanaan kegiatan program CSR Urban Farming.</p> <p>f. Communication Impact</p> <p>Mengetahui proses masyarakat dari semula <i>unaware</i> menuju adopsi yang berkelanjutan setiap tahapan manajemen program.</p>		
--	--	--	--	--

5	Strategi Komunikasi CSR: Model 2	Bagaimana proses komunikasi dan kepemilikan masyarakat terhadap program CSR Urban Farming.	Narasumber: Corporate Communication Kompas Gramedia, Kader Urban Farming	Wawancara Mendalam dan Observasi
---	---	--	--	----------------------------------



Lampiran 2. Pedoman Wawancara Mendalam

Narasumber:

1. Corporate Communication Kompas Gramedia
2. Kader Urban Farming

Daftar Pertanyaan:

1. Menurut Anda, bagaimana relasi antara masyarakat sekitar dan Kompas Gramedia selama ini?
2. Apa saja program CSR Kompas Gramedia yang Anda ketahui?
3. Bagaimana tanggapan Anda terkait dengan berbagai program CSR tersebut?
4. Apa saja yang Anda ketahui mengenai program CSR Urban Farming?
5. Mengapa dibentuk program CSR Urban Farming?
6. Siapa saja sasaran komunikasi dari program CSR Urban Farming?
7. Siapa saja pihak yang terlibat dalam proses perumusan program CSR Urban Farming?
8. Bagaimana proses perumusan terbentuknya program CSR Urban Farming?
 - a. Bagaimana pembagian tanggung jawab antara kader Urban Farming dan Kompas Gramedia pada setiap proses tahapannya?
 - b. Bagaimana proses penemuan masalah yang melatarbelakangi?
 - c. Pesan seperti apa yang ingin disampaikan program CSR Urban Farming?
 - d. Bentuk komunikasi seperti apa yang dilakukan dalam program CSR Urban Farming?
 - e. Media komunikasi apa yang digunakan dalam program CSR Urban Farming?
9. Apa target yang ingin dicapai dalam pelaksanaan program CSR Urban Farming?
10. Apa jenis kegiatan yang dilaksanakan dalam program CSR Urban Farming?
11. Bagaimana keuntungan yang dirasakan dan atau diperoleh masyarakat dalam pelaksanaan program CSR Urban Farming?
12. Bagaimana edukasi mengenai Urban Farming yang dilakukan kepada masyarakat?
 - a. Apa saja *skill* yang diajarkan kepada masyarakat melalui program CSR Urban Farming?
13. Apa prestasi atau pencapaian yang telah didapat dari program CSR Urban Farming?
14. Apa saja hal yang dapat diperbaiki dari pelaksanaan program CSR Urban Farming?

15. Bagaimana kendala yang dialami dari pelaksanaan program CSR Urban Farming?
16. Bagaimana perubahan yang dirasakan setelah dilaksanakannya program CSR Urban Farming?
17. Bagaimana transparansi dari program CSR yang telah dilakukan oleh Kompas Gramedia?
18. Bagaimana perencanaan jangka pendek dan jangka panjang terkait pelaksanaan CSR Urban Farming selanjutnya?



Lampiran 3: Pedoman Observasi Non Partisipasi

Subjek Penelitian:

1. Corporate Communication Kompas Gramedia
2. Kader Urban Farming

Lokasi Penelitian:

Menara Kompas (Jl. Palmerah Sel. No.21, RW.2, Gelora, Kecamatan Tanah Abang, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10270), dan sekitarnya.

No	Aspek	Tujuan
1	Proses komunikasi yang dilakukan antara Kompas Gramedia dan masyarakat sekitar, meliputi gaya bahasa, pemilihan kata, gestur, dan lain-lain.	Mengetahui hubungan atau kedekatan antara Kompas Gramedia sebagai perusahaan dan masyarakat sekitarnya dalam upaya pemenuhan kontrak sosial.
2	Partisipasi masyarakat dalam pelaksanaan program CSR Urban Farming, secara khusus melihat keterlibatan, peran, dan tanggung jawabnya.	Mengetahui realita dari implementasi program CSR Urban Farming yang kemudian akan dieksplorasi lebih lanjut terkait komunikasi CSR yang selama ini dilakukan dengan menekankan pada 'partisipasi'.
3	Proses penyusunan dan persiapan kegiatan CSR Urban Farming, yang meliputi proses penentuan target, penyusunan pesan, pemilihan media, dan aktor yang berperan.	Tahap eksplorasi penyusunan strategi komunikasi CSR yang dilakukan dengan menekankan pada 'pemberdayaan' masyarakat melalui pengambilan keputusan.
4	Respon dan antusiasme masyarakat dalam menjalankan program CSR Urban Farming.	Mengetahui sejauh mana penerimaan program CSR Urban Farming dan dampaknya bagi masyarakat sekitar.
5	Partisipasi masyarakat dalam pelaksanaan	Mengetahui sejauh mana

	program CSR Urban Farming.	masyarakat terlibat, berperan, dan bertanggung jawab atas program CSR Urban Farming.
6	Kondisi Urban Farming Kompas Gramedia di wilayah binaan.	Mengetahui situasi dan kondisi lokasi <i>urban farming</i> binaan Kompas Gramedia (keterawatan, jenis tumbuhan yang ditanam, hasil panen, kebersihan, dan lain-lain).
7	Proses Komunikasi Corporate Communication Kompas Gramedia.	Mengetahui pengambilan keputusan dan prioritas yang dipilih oleh Kompas Gramedia dalam menentukan dan merancang program CSR.

Lampiran 4: Transkrip Wawancara Mendalam

Keterangan:

NR1: Communication Manager Kompas Gramedia

NR2: CSR Analyst Officer Kompas Gramedia

NR3: Founder Salam Rancage

NR4: Ketua PKK dan Ketua Kader Urban Farming

NR5: PokTan PKK dan Kader Urban Farming

NR6: Kader Urban Farming

P: Pewawancara

Identitas:

NR1: Communication Manager Kompas Gramedia

	Transkrip
P:	“Selamat siang Mba Agatha, terima kasih atas kesempatannya. Mungkin Wulan akan jelaskan sedikit terkait skripsi yang Wulan susun ya. Jadi skripsi ini berjudul “Strategi Komunikasi CSR Kompas Gramedia dalam memberdayakan masyarakat”, dan di sini studi kasusnya pada program CSR Urban Farming. Karena Wulan jurusan Ilmu Komunikasi, di sini akan lebih banyak membahas terkait dengan komunikasinya, perancangan program, dan keterlibatan masyarakat di dalam program tersebut sih mba.”
NR1:	“Oke boleh Wulan, misal sekiranya nanti aku belum terlalu nangkep, bisa kita diskusikan lewat interview ini ya.”
P:	“Oke deh. Mungkin nih mba untuk gambaran awal, boleh tolong dijelaskan gak sih relasi Kompas Gramedia sama masyarakat itu selama ini seperti apa? Apalagi kan Kompas Gramedia itu berada di lingkungan masyarakat.”
NR1:	“Sejauh ini, relasi Kompas Gramedia sama masyarakat bisa dibilang baik ya. Maksudnya kalau yang terkendala konflik atau yang apa sih enggak. Tapi yang namanya apa ya, sama tetangga gitu, mungkin kan ada yang kaya misalnya persoalan sampah, atau apa gitu kadang karena kita industri jadi gampang kena tuduh. Apa lagi kita ada percetakan Gramedia gitu, misalnya kan ada sungai tuh, dan sungainya warga kotor, akan jadi gampang kena tuduh ke Kompas Gramedia karena kita yang paling dekat. Padahal sebenarnya ya gak juga, karena kita mengolah limbah sudah sesuai arahan Dinas Lingkungan Hidup. Misalnya setelah diselidiki lagi, ternyata itu

	<p>sumbernya bukan dari kami, tapi dari perusahaan lain yang sejalur karena itu kan sungainya ada Kompas Gramedia, ada Mall, PLN, dll. Nah itu penelusurannya kan sampai jauh gitu, kita kena tuduh karena kita yang paling dekat sama mereka aja sih. Cuman dari hal-hal seperti itu bisa dikomunikasikan, didiskusikan, kita terbuka aja sih sama mereka. Jadi relasinya sejauh itu ya baik ya. Kita masih apa ya dari kita dan masyarakat sama-sama membuka untuk ruang komunikasi dan ruang diskusi. Saling terbuka gitu sih”</p>
P:	<p>“Berarti terlepas dari berbagai permasalahan-permasalahan, Kompas Gramedia setiap hari ketemu sama masyarakat juga ya mba?”</p>
NR1:	<p>“Iya bener, karyawan kita kan juga banyak yang ada di daerah situ. Banyak yang nge kost di tempat warga, misalnya di sini juga banyak tempat makan yang mana usaha milik warga. Jadi interaksi karyawan dan warga sekitar juga dibbilang cukup dekat ya. Baik di ranah formal maupun informal gitu. Kalau di ranah formal tadi misalnya yang kita kegiatan bersama, dalam ranah informal juga karyawan bisa dibbilang mewakili kita juga gitu. Misalnya kita ngobrol-ngobrol sama warga gitu, jadi relasinya cukup baik ya. Justru dari komunikasi-komunikasi informal itulah relasi antara Kompas Gramedia dan masyarakat sekitar itu lebih terjaga.”</p>
P:	<p>“Oke berarti didukung sekali dari komunikasi informal sehari-hari ya mba. Nah, kalau di Kompas Gramedia sendiri Wulan liat ada beberapa program CSR kan ya. Saat ini program yang sedang dijalankan itu ada apa aja sih mba?”</p>
NR1:	<p>“Untuk dilingkup masyarakat atau secara umum? Kalau secara umum program kita itu ada AkuBaca, itu program donasi untuk TBM maupun sekolah-sekolah yang apa ya, jauh atau di daerah pelosok yang sulit untuk akses bahan bacaan. Taman Baca Masyarakat ini kan penggerak literasi juga ya, di daerah yang aksesnya sulit. Kemudian selain AkuBaca, kita ada Kampung Kreasi yang menyasar masyarakat dengan program-program kreativitas. Jadi mendorong masyarakat untuk lebih terampil, kegiatannya bermacam-macam seperti Urban Farming, ada Bank Sampah, kemudian juga ada pelatihan-pelatihan lain juga. Yang sekiranya kita diskusikan apa yang diperlukan oleh masyarakat, itu yang melalui Kampung Kreasi ini. Kemudian kalau secara umum lagi kita ada lewat unit bisnis-unit bisnis kita ya, misalnya kita ada GRCC (Gramedia Reading Community Competition), kita menyasar TBM TBM juga dari Gramedia untuk perkembangan</p>

	<p>masyarakat. Kemudian selain itu, kita ada Bentara Budaya dari sisi budaya yang menjadi panggung untuk seniman-seniman lokal dengan upaya menjaga tradisi nusantara. Dari sisi pendidikan kita juga ada program pencegahan stunting yang dilakukan oleh Tribun, nah itu bekerja sama dengan BKKBN. Kita berusaha mengedukasi untuk pencegahan stunting dan program penyaluran untuk anak-anak yang terindikasi stunting.</p> <p>Jadi semua program CSR Kompas Gramedia itu di satu payung KG Semesta namanya. Nah KG Smeesta itu ada Semesta Pendidikan yang menasar di aspek pendidikan, kemudian Semesta Lingkungan yang menasar di ranah lingkungan, dan Semesta Budaya yang menasar untuk di aspek budaya. Untuk Semesta Lingkungan kita ada Bank Sampah, Urban Farming, kemudian ada pengolahan panel surya, dan sebagainya. Nah KG Semesta itu memang menasar program-program yang sifatnya eee sustain atau kita tujuan pembangunan berkelanjutan ya, SDGs. Target kita menasar program-program SDGs, seperti itu di bawah payung besarnya KG Semesta.”</p>
P:	Oke berarti program CSR yang dijalankan oleh Kompas Gramedia basisnya juga lihat dari SDGs itu sendiri ya mba?
NR1:	Iya, kita bergerak dari situ. Dari SDGs itu, dan karena SDGs ranahnya banyak ya, kita ambil beberapa yang memang relevan dengan unit bisnisnya Kompas Gramedia.
P:	Untuk program CSRnya Kompas Gramedia itu, apakah Kompas bergerak sendiri atau ada seperti NGO yang bekerja sama juga sama Kompas?
NR1:	Untuk Kompas Gramedia dalam program CSR kita bekerja sama dengan banyak pihak ya Wulan. Ada yang memang dari dana kita sendiri, atau perusahaan yang sifatnya kontribusi sosial perusahaan. Tetapi kita juga membuka dengan mitra-mitra supaya program itu bisa semakin luas jangkauannya untuk melibatkan banyak pihak. Seperti program stunting itu dalam hal ini Tribun bekerja sama dengan BKKBN. Sifatnya jadi bisa menjangkau lebih banyak khalayak gitu, mungkin Tribun digandeng BKBBN juga karena Tribun ada di seluruh Indonesia, jadi jangkauannya juga seluruh Indonesia. Kemudian misalnya, kalau untuk di masyarakat di sekitar Palmerah, kita menggandeng Salam Rancage sebagai fasilitator untuk membantu memberikan edukasi terkait pengelolaan Bank Sampah,

	<p>Urban Farming, dan edukasi yang sifatnya pengembangan masyarakat. Kemudian untuk donasi-donasi buku kita juga dengan banyak pihak. Misalnya waktu itu kita dengan program Pengembangan Taman Baca di BKN itu ada dengan organisasi ... Pokoknya orang Indonesia yang ada di luar negeri (ada asosiasinya). Misal dulu pernah juga lewat Paper Run dengan Sinarmas, seperti pemenangnya akan didonasikan lewat AkuBaca. Jadi kita menggandeng banyak pihak juga supaya jangkauan semakin luas.</p>
P:	<p>Kalau untuk Program Urban Farming gitu ya mba, sebenarnya program yang seperti apa sih? Tadi kan dibilang kalau program CSR Kompas dipilih dari yang relevan dengan kondisi masyarakat dan unit bisnis, kalau urbfan farming relevansinya gimana?</p>
NR1:	<p>Kalau urban farming itu ga relate ke kita atau unit bisnisnya Kompa Gramedia secara langsung ya. Urban Framing itu berangkat dari kondisi masyarakat di sekitar kita. Kaya banyak lahan-lahan kosong terbengkalai, hanya jadi tempat pembuangan sampah. Hal itu juga secara pemandangan gak nyaman gitu kan. Sementara kita juga pengen gak cuma lingkungan Kompas Gramedia aja yang sehat dan baik gitu kan, kita juga pengen masyarakat juga punya lingkungan yang nyaman. Karena kalo kita sehat sendiri, dan masyarakatnya enggak, itu kan juga gak baik ya. Terlebih karyawan kita banyak yang tinggal di daerah situ. Jadi berangkat dari situ kita mencoba mengajak masyarakat mengelola lahan yang tidak produktif menjadi produktif melalui inisiasi program urban farming. Jadi ranahnya edukasi sebenarnya. Basicnya KG itu industri berbasis pengetahuan, dalam hal inipun menjadi edukasi kepada masyarakat kalo menjaga lingkungan itu bagian dair menjaga kesehatan. Kaya perbaikan well being, merupakan bagain dari perbaikan di lingkungan sekitar kita. Jadi basicnya bernagkat dari edukasi untuk membersihkan lingkungan kita, menghijaukan, jadi dari sisi itulah urban farming terfokus menjadi sebuah inisiatif. Selain itu juga bisa menjadi sumber ekonomi masyarakat jika semakin serius, seperti hasil panen yang nantinya dijual. Kalau tidak dijual juga bisa untuk konsumsi mereka sendiri, dari situkan konsumsinya lebih sehat ya untuk masyraakat karena mereka kan tum buhnya dari kebun sendiri gitu.</p>
P:	<p>Berarti kalau untuk urban farming itu di well-being ya mba, buat SDGs sendiri di bagian kelayakan hidup masyarakat sekitar maupun karyawan-karyawan KG juga gitu ya mba?</p>
NR1:	<p>Well being dan lingkungan juga ya. Kaya kita membuat lingkungan semakin hijau.</p>
P:	<p>Terus terkait dengan urban farming sendiri, dalam proses peranangan</p>

	<p>programnya seperti apa? Misalnya membuat sosialisasi, dll, itu yang mencetuskan siapa, apakah dari perusahaan atau masyarakat juga?</p>
NR1:	<p>Untuk urban farming kami gandeng fasilitator, itu tadi Salam Rancage. Untuk membantu menyusun program ini gitu. Berartikan mulai dari “mengapa sih kita harus mengolah lahan terbengkalai ini menjadi lahan produktif?” itu kan langkah awal untuk masyarakat tertarik pada program ini. Ketika mereka sudah tertarik step selanjutnya berarti skillnya harus gimana. Nah itu skillnya kita ajarkan dengan berbagai pelatihan-pelatihan yang dibantu oleh Salam Rancage yang lebih kompeten dalam hal ini. Mereka yang memberi pelatihan untuk mengelola tanaman seperti apa. Karena kalau urban farming itu kan tantangannya mengelola lahan terbatas itu kan, bukan kita menanam kek yang dikebon atau disawah. Tantangannya terbatas dan kondisinya seperti itu. Nah itu kan gimana kita mengolahnya. Kalo misal tanah ga bisa ditanami ya kita inisiasikan dengan pakai polybag, itu lah dasar-dasar tentang urban farming yang dibantu dan difasilitasi oleh Salam Rancage. Itu masih berjalan sampai sekarang, walaupun sekarang sudah bisa dibilang advance tapi dasar-dasarnya kita sudah berikan. Sekang sudah mulai gimana buat pupuk cair, gimana tanaman lebih bisa produktif, kurang lebih sih seperti itu.</p> <p>Jadi kalau program dalam hal ini kurikulum yang kita lakukan ini, dari Kompas Gramedia bersama Salam Rancage kita diskusikan step-stepnya seperti apa. Dari masyarakat kita ada diskusi atau forum dengan mereka juga, mereka ingin terlibatnya seperti apa, apa yang menjadi keresahan mereka tentang lahan itu, gimana mereka bisa mengoptimalkan lahan menjadi produktif. Itu menjadi masukan-masukan yang akan kita terima untuk menyusun program.</p>
P:	<p>Berarti gak cuma dari perusahaan aja, tapi kita juga coba dengerin aspirasi masyarakat seperti apa ya mba?</p>
NR1:	<p>Karena mereka yang tinggal di situ setiap hari, jadi mereka yang lebih kenal dengan sekitarnya, habitnya seperti apa. Mungkin ada sekelompok masyarakat yang sudah mau memebersihkan, tapi ada kelompok lain yang merasa lahan tsb tempat sampah, muncul pertanyaan “nanti aku buang sampahnya di mana kalau lahannya dipake?”. Itu kan yang mungkin dari perusahaan gak terlalu melihat karena ga setiap hari menghadapi, nah itu masyarakat yang lebih paham. Hal-hal itu yang menjadi masukan ya, jadi referensi jadi pengembangan program supaya lebih tepat sasaran dan bisa diaplikasikan dalam masyarakat.</p>

P:	Kalau untuk jangkauan programnya sejauh apa sih mba? Urban farming ada dimana aja?
NR1:	Urban farming itu kita mau fokusin di warga yang jadi ring satunya Kompas Gramedia. Tapi sekarang urban farming sudah kita kembangkan lagi di karyawan, karena kita ada lahan kosong bekas gedung kantor kita yang tidak dipakai lagi. Kita alihkan lagi lahan bekas tersebut menjadi lahan hijau terbuka, di situ ada co working space juga untuk karyawan. Untuk bekerja outdoor atau istirahat. Di situ kita kembangkan KG Farm yaitu komunitas karyawan penggiat urban farming. Jadi kita meng-encourage mereka untuk merawat lahannya bersama, sebagai semacam ekskul kalau dikampus atau sekolah. Sekarang yang sedang berlangsung kita ada lomba urban farming antar pilar bisnis Kompas Gramedia. Kita petak-petakin, ada tujuh pilar bisnis, dan itu akan menjadi kebunnya mereka.
P:	Seru banget sih mba, mereka pasti semangat buat bawa unit bisnisnya.
NR1:	Itu antusiasmenya tinggi, dan jadi apresiasi ya karena mereka niat banget.
P:	Nah tadi dari masyarakat dan karyawannya itu ada semacam PIC nya sendiri, atau hanya dari Corporate aja mbak?
NR1:	Nah kalau untuk masyarakatnya kita ada kader-kader penggiat urban farming ya. Kader ini yang menjadi PIC. Mungkin ga semua orang yang punya kegemaran untuk berkebun ya. Nah mereka ini yang akan mengajak tetangga-tetangganya atau warga lain untuk bergerak bersama untuk terlibat dalam urban farming. Jadi PICnya atau kader ini menjadi aliran komunikasi kita kepada masyarakat, selain mereka yang memiliki tanggung jawab lebih terhadap kebun-kebunnya ya. Kalau di karyawan sendiri ada PIC tiap unit yang menjadi saluran komunikasi yang berkoordinasi dengan kita terkait dengan pengelolaan kebun-kebun masing-masing unit.
P:	Berarti kalau pembagian tugasnya sendiri antara PIC dan Kadernya itu sebagai saluran komunikasi antara Corporate dan masyarakat?
NR1:	Sebagai saluran komunikasi, sebagai penggerak masyarakat di sekitarnya, sebagai pengelola utama lahannya juga. Ibaratkan kebun bersama tetep harus ada yang mantau kan, apakah tanaman perlu dipupuk, apakah sudah bisa dipanen, itu PICnya yang menjadi penanggung jawab kebun gitu lah ya. Yang bisa memantau dan bertanggung jawab mengelola kebun itu, ibaratnya ketua kelas atau ketua gengnya gitu. Jadi ada tiga RW binaan kita, di setiap RW itu ada kelompok urban farmingnya, ada satu kepala yang menjadi penanggung jawabnya gitu.

P:	Ketiga RW nya itu ada di mana aja sih Mba?
NR1:	Ketiga RW itu RW 02 Kelurahan Glora, RW 6 dan 14 Kelurahan Grogol Utara. Aku agak gak hafal sih antara RW 6 dan 14 suka kebalik, besok ada interview dengan Ardi kan? Bisa coba dikonfirmasi sama Ardi ya. Nanti ngikut yang dari Ardi aja. Aku suka agak kebalik soalnya.
P:	Okay siap mba, hahaha. Nah kalau untuk target dalam pelaksanaan CSR Urban Farming sendiri itu mau gimana sih mba bayangannya?
NR1:	Target ke depannya sih kita berharap urban farming ini bisa sustain, paling nggak basicnya dulu lah. Gak sekedar musiman, kaya misal sekarang lagi trend dan seneng terus udah gitu aja gak dijalanin lagi. Kita berharap bisa sustain baik yang di masyarakat atau karyawan. Selanjutnya kalau udah bisa sustain, kalo bisa lebih produktif dan ada nilai ekonominya akan lebih baik lagi. Karena itu akan lebih baik lagi, karena kan berdampak dan bermanfaat juga bagi masyarakat kan. Misalnya itu tadi apakah dari hasil kebun itu untuk konsumsi hari-hari dulu, itu bisa mengurangi uang belanja. Tahap berikutnya adalah kalau sudah diolah lagi, apakah itu bisa menghasilkan dan bisa dijual yang ada nilai ekonominya. Selain itu juga tetep untuk penghijauan, pengurangan energi karbon. Jejak karbonnya kan jadi berkurang ketika kita mengambil makanan itu dari kebun kita sendiri, dibanding kita misal beli jeruk impor. Itu kan ada jejak karbon yang panjang ya kaya dari luar negeri, di sananya, kemudian dia naik pesawat, kemudian dia diimpor ke kita. Dengan urban farming ini produk-produk lokal itu akan menjadi sarana juga untuk kita berkontribusi kepada lingkungan untuk pengurangan karbon.
P:	Berarti targetnya mau sustain dan ningkatin ekonomi masyarakat, dan untuk lingkungannya juga ya Mba. Nah, dalam upaya mencapai ke sana itu, urban farming udah ada kegiatan apa aja ya Mba?
NR1:	Yang pastinya edukasi dari awal, ya itu tadi dengan menggandeng Salam Rancage. Kurang lebih setiap bulan kita pasti ada pelatihan untuk warga, ya jadi ada ilmu baru lah. Misalnya bagaimana intensifikasi pertanian, jadi tadikan kaitannya dengan lahan terbatas ya, kaya gimana si lahan ini tetap produktif, walaupun kita gak nambah area lahan tapi hasilnya semakin banyak. Terus misalnya memberantas hama dengan bahan-bahan organik, kemudian membuat pupuk cair atau mikroenzim, dan lain-lain. Nah edukasi seperti itu yang penting untuk kita, supaya warga juga mendapat ilmu terus. Karena urban farming kan juga bergerak terus ya, aspeknya banyak untuk pemeliharaan urban farming. Nah edukasi itu yang pasti. Kedua, sosialisasi pasti, melalui masyarakat juga. Kaya kenapa sih urban farming itu penting,

	<p>karena penanggungjawab atau PIC ini memiliki kesibukan juga, ga mungkin mereka selalu in charge, jadi ketika ada kader baru, semakin banyak orang yang terlibat mengurus kebun itu. Jadi pembagian dan pengolahannya bisa menjadi semakin baik. Kemudian, ada support juga dari Kompas Gramedia. Lalu ada juga untuk menjaga minat atau semangatnya masyarakat terhadap urban farmingnya, kita buat juga semakin lomba-lomba kecil, semacam urban farming awards. Dari ketiga RW ini kita buat mana yang urban farmingnya produktif, mana yang estetik, mana yang paling kompak kadernya. Gimik-gimik seperti itu untuk menjaga msyarakat untuk tetap sustain dan setia pada urban farming.</p>
P:	Bentuk apresiasi juga untuk mereka ya mba.
NR1:	Iya betul, bentuk apresiasi untuk mereka yang rela mencurahkan waktunya mengurus urban farming.
P:	Nah, tadi waktu yang disosialisasi itu tadi ketika masyarakat diberikan program urban farming itu susah gak sih mba membuat mereka aware tiba-tiba harus mengelola kebun?
NR1:	<p>Nah ini yang aku agak gap ya, karena waktu itu kan aku belum terlalu in charge di sini ya awal urban farming terbentuk. Tapi sepanjang yang aku tau, gak sesulit itu sih. Awal-awal tuh udah ada sebagian masyarakat yang senang bercocok tanam, kaya hampir setiap rumah ada tanemannya kan. Mungkin dari situ paling yang kita ajak, juga kan di setiap kampung ada buzzer-buzzer kan, kaya mereka yang mudah memengaruhi teman-teman sekitarnya. Itu sih yang kita bidik dan kita ajak awalnya untuk kita bersama-sama mengelola urban farming ini. Mungkin awal-awal kesulitannya tadi kaya semacam tanah itu kan udah dari zaman dulu jadi tong sampah, kenapa sih harus repot bersihin. Nah itu kendala awal kita. Muncul juga pertanyaan kaya yang ngerawat siapa, dananya gimana, Kompas sebagai perusahaan masuknya dari itu. Kaya inikan untuk kesehatan dan kesejahteraan kita juga, bukan kepentingan perusahaan aja. Tapi kepentingan masyarakat utamanya, kalo lingkungannya enak dan buat mereka juga.</p>
P:	Nah kalau sampai sejauh ini ya mba, dari perspektif perusahaan program CSR urban farming sekiranya apakah memberikan keuntungan atau impact bagi perusahaan sendiri?
NR1:	Kalo impact secara langsung sih enggak ya, kalo dibilang semacam omset gitu sih enggak ada juga. Tapi kalo impact ke hubungan dengan masyarakat itu ada banget, karena dengan urban farming ini bikin semakin baik dan dekat ya. Karena mereka merasa disupport oleh perusahaan, diberikan

	<p>fasilitas dan kesempatan gitu ya. Mereka jadi lebih terbuka, kadang kita nih dari PIC CSR di Corcomm itu sering loh diundang ke kebun, misal untuk sekedar makan sayur asem bareng, ya di kebun aja. Kaya piknik di kebunnya warga, kita makan bareng, kita ngobrol-ngobrol sama warga. Nah itu kan dampak sosial ya, mungkin ke situ, kaya relasi kita sama masyarakat semakin akrab. Merasa mereka saudara kita, tetangga baik kita, kaya kita sama tetangga lah. Nah ini dampak sosial itu yang lebih terasa ya, dibanding dampak secara ekonomi. Kita juga ga mengambil omset atau laba juga dari hasil mereka. Misal ada hasilnya pun itu juga buat mereka, jadi kita sama sekali gak ada secara bisnisnya juga.</p>
P:	<p>Jadi makin deket sama warganya ya Mba. Kalo kaya gitu tuh ada pertemuan rutinnya gak sih Mba?</p>
NR1:	<p>Kalo pertemuan rutin itu tadi lewat pelatihan bulanan kepada warga. Kemudian tinjauan ke kebun warga, biasanya rutin. Aku lupa periodenya gak terlalu apal sih, tapi perbulannya pasti ada untuk memantau progressnya. Atau misal warga lagi panen apa gitu ya, nah itu kita ikut diundang panen bareng, paling kaya gitu.</p>
P:	<p>Terus kalau komunikasinya sama masyarakat gitu apakah ketika pertemuan rutin dan peninjauannya aja, atau ada bentuk komunikasi digitalnya juga mba?</p>
NR1:	<p>Biasanya dari Grup sih. Kita ada grup sama warga, dari situ kita info-info nya. Misal, wah ini kita habis panen nih atau misalnya kita habis bersihin kebun, atau misalnya kita habis tanam apa. Itu sih yang kita obrolin sama warga, itu kan sifatnya random juga ya, maksudnya bukan yang rutin terjadwal juga. Ya setiap kali ada progress di kebunnya aja sih, itu yang kita pantau dari grup.</p>
P:	<p>Itukan kalau untuk komunikasinya ya mba, kalau untuk pelatihannya sendiri itu apakah selama ini selalu on site maksudnya ada kegiatan, atau ada juga pelatihannya berbentuk webinar gitu?</p>
NR1:	<p>Kalau sejauh ini yang kita lakukan pelatihannya selalu on site sih, karena pelatihannya itu sama praktek juga. Jadi setelah ada pelatihan secara teori, biasanya kita langsung ada prakteknya, entah itu di kebun atau di Rumah Kreasi biasanya. Praktek mencangkok misalnya, itu ada teorinya, kita langsung ke kebun misal langsung untuk mencobanya. Nah, karena selalu teori dan praktek jadi kita selalu on site untuk pelatihannya.</p>
P:	<p>Untuk sejauh ini apakah udah ada prestasi atau pencapaian dari urban</p>

	farming Kompas?
NR1:	Ada untuk urban farming! Tapi pastinya aku agak lupa RW yang mana, tapi kebunnya mereka pernah jadi juara tingkat kelurahan. Nah itu membanggakan sekali ya buat mereka, karena itu bersaing dengan kebun-kebun yang lain di wilayah yang lain.
P:	Gak cuma dari Kompas aja gitu ya mba.
NR1:	Iya, kalo kelurahan itu kan jadi bersaing sama seluruh kebun kota di Gelora atau Grogol Utara misalnya, nah binaan KG gak semua di kelurahan itu. Nah, jadi ketika itu menang di antara kebun-kebun itu membanggakan bagi mereka dan bagi kita juga.
P:	Okee, kalau untuk sejauh ini ya Mba, kita-kita apa sih yang perlu diperbaiki dari pelaksanaan urban farming itu sendiri?
NR1:	Umm, mungkin kalau untuk kondisi saat ini urban farming itu kan mulai baru semacam revitalisasi setelah pandemi. Kemarin sewaktu pandemi itu kan program ini agak sulit berjalan, karena harus praktek langsung. Sementara kita kan harus juga menghindari kerumumanan orang, tidak ada kumpul bersama. Nah urban farming itu selama pandemi mungkin gak mati total, karena warga kan masih merawat. Tapi gak ada pelatihan-pelatihan, ilmunya belum berkembang lagi nih. Sekarang itu posisinya masih dalam recovery dan revitalisasi untuk urban farming warga. Harapannya kita itu sih semangatnya warga bangkit lagi, karena dulu tuh gak cuma di kebun aja, di rumah-rumah warga itu di tembok-temboknya mereka punya vertical tanaman itu loh. Harapannya mereka bisa mengembangkan urban farming juga dengan sendirinya, semangatnya bisa kembali tinggi lagi gitu.
P:	Berarti urban farming itu udah ada dari berapa lama sih mba?
NR1:	Iya udah lama, aku agak lupa awalnya gimana, tapi seingat aku itu sekitar tahun 2016. Warga itu udah mulai ada yang tanam-tanam gitu sih di rumahnya, pokoknya sebelum pandemi itu sudah mulai jadi. Berarti inisiasinya sekitar segitu yaa.
P:	Kalau kendala selama ini yang sering dirasain itu apa mba?
NR1:	Masyarakat itu kan sibuk ya, hahahhaa. Kegiatan di masyarakat itu sibuk, kita yang suka susah itu nyari waktu untuk pelatihannya. Misal kita mau pelatihan bu, dari fasilitator bisa, dari warganya gak bisa, sebaliknya juga sama. Misalnya masyarakatnya ngomong Mas, kita ada PKK sama

	kelurahan, atau ada kegiatan apa. Nah untuk atur waktunya ini yang kita sering gak ketemu untuk mengadakan pelatihan itu tadi. Cuma ya kita harus upayakan setiap bulan kita selenggarakan gitu.
P:	Setidaknya setiap bulan ada edukasi, pelatihan, dan semacamnya gitu ya mba. Nah kira-kira ada perubahan yang dirasakan setelah dan sebelum urban farming gak sih mba?
NR1:	Kalau sebelum ada urban farming, ya mungkin itu tadi ada lahan-lahan terbengkalai yang jadi tempat sampah, itu bikin keliatan gak enak. Nah setelah ada urban farming lahan-lahan kosong itu jadi produktif dan enak dilihat. Mereka belajar gimana menjaga kebersihan, terus menanam tanaman-tanaman yang bermanfaat juga bagi mereka. Lebih ke situ sih kalo dari sisi masyarakatnya. Kesadaran mereka untuk “hijau” itu semakin baik.
P:	Habit masyarakat juga berubah gak sih mba?
NR1:	Iyaa bener, kaya awareness terhadap sampah misalnya itu juga semakin tinggi. Mereka jadi tau kalo sampah itu kan bisa diolah lagi. Kaya sampah-sampah organik itu bisa diolah jadi pupuk cair. Kan mereka jadi semakin aware sama sampahnya mereka ya. Kalo misalnya itu menjadi zero waste kan lebih baik lagi.
P:	Kalau untuk transparansi programnya dari perusahaan ke masyarakat atau khalayak umum itu gimana mba? Apa lagi ini kan bentuk CSR perusahaan juga ya.
NR1:	Transparansi dalam hal apa dulu?
P:	Misalnya pelaporan program tahunan gitu sih mba, atau secara finansial, misal ada tabungan atau apa gitu mba.
NR1:	Kalau di urban farming setau aku kita gak ada tabungan atau kas ya, mereka gak setor uang. Beda lagi sama Bank Sampah, kalo itu kan mereka menabung dan butuh laporan keuangan. Kalau urban farming transparansinya lebih ke support mereka aja, misal RW A butuh tanaman apa gitu ya, atau butuh polybag baru lagi. Nah itu nanti Kompas Gramedia support, paling dari situ aja sih. Misal dari masyarakat butuh apa, perusahaan akan berusaha support, kalau perusahaan belum bisa support kita akan sampaikan kalau kita belum bisa support untuk apa yang dibutuhkan masyarakat. Tapi kita coba carikan solusi, misal apakah bisa menggunakan solusi yang lain. Misalnya, polybag masyarakat butuhnya 20, tapi harganya mahal. Nah itu kita coba diskusikan dan coba kelola lagi jadi

	bisa kok kalau jadinya 10 gitu misal. Diskusi-diskusi seperti itu kita terbuka untuk berusaha support mereka juga.
P:	Kalau untuk perencanaan jangka pendek dan panjang urban farming Kompas mau dibuat seperti apa sih mba?
NR1:	Dalam jangka pendek kita sih akan tetap berusaha untuk mengadakan pelatihan-pelatihan di masyarakat ya. Karena tujuannya ya tadi untuk mengembalikan semangat warga untuk terus bergerak di urban farming ini. Biar mereka semakin bisa meningkatkan urban farming ini, mereka bisa bangga juga. Jangka panjangnya ya program ini bisa sustain, gak musiman aja. Nah ketika itu bisa menjadi sesuatu yang bernilai ekonomis itu akan lebih baik lagi untuk masyarakat.
P:	Okay kalo gitu, segitu aja sih mba yang mau Wulan tanyakan. Terima kasih Mba Agatha sudah meluangkan waktu dan bersedia Wulan wawancara. Semoga sehat selalu dan sukses untuk KG dan program-programnya.

Identitas:

NR2: CSR Analyst Officer Kompas Gramedia

P:	“Halo Mas Ardi, sebelumnya terima kasih ya mas udah bantu kasih info tipis-tipis sebelum wawancara beneran hahaha. Mungkin Wulan luruskan lagi ya buat skripsinya ini akan fokus ke bagaimana strategi komunikasi CSR program Urban Farming yang dilakukan Kompas Gramedia untuk benar-benar memberdayakan masyarakat. Pembahasannya akan lebih ke arah alur dan proses perancangan program, keterlibatan masyarakat, dan relasi perusahaan, masyarakat, maupun <i>stakeholder</i> lain, gitu mas.”
NR2:	“Oke-oke lan aman aja itu mah, gimana?”
P:	“Dari yang mendasar mungkin ya mas, kaya gimana sih gambaran relasi antara masyarakat sekitar dan Kompas Gramedia selama ini yang Mas Ardi rasain?”
NR2:	“Sebenarnya ya layaknya hidup bertetangga lan, Kompas Gramedia kan beroperasi di kawasan pemukiman masyarakat kaya yang kamu liat di sini deket banget sama warga. Lapangan belakang itu udah bisa diliat dari genteng warga, banyak warga juga yang jualan makanan atau buka usaha di sekitar Kompas kan. Nah, sudah swajarnya juga Kompas Gramedia memposisikan diri sebagai “warga” setempat, jadi kita hidup berdampingan. Menurutku posisinya adalah Kompas Gramedia menjadikan masyarakat sebagai mitra bisnisnya juga, artinya ada relasi horizontal di mana kita sejajar, tidak ada yang di atas dan juga tidak ada yang di bawah.”
P:	“Aah okay, jadi gak ada ngerasa kaya punya otoritas tertentu juga gitu ya mas sebagai perusahaan?”
NR2:	“Bener lan, rasanya ya kita semua sama lah. Masyarakat butuh apa kita bantu, dan sebaliknya juga misal kita butuh masyarakat juga mau bantu. Itu sih yang aku rasain ya. Toh juga kita hidup di lingkungan masyarakat, deket sama warga, gak bisa kalau kita mau seenaknya aja, kita hidup berdampingan dan punya tanggung jawab sendiri-sendiri.”
P:	“Oh ya, Mas Ardi tuh masuk KG dari tahun kapan sih mas?”
NR2:	“Aku di KG itu udah hampir dua tahun lan, kisaran tahun 2021 aku masuknya.”
P:	“Langsung di CSR mas?”

NR2:	<p>“Iya, basicnya aku emang tertarik di kegiatan sosial, karena dulu juga ambilnya Kesejahteraan Sosial kan. Jadi kerjanya emang lebih banyak di lapangan dan ketemu langsung sama masyarakat.”</p>
P:	<p>“Wiih keren-keren mas. Terus buat saat ini itu program CSR KG ada apa aja sih mas?”</p>
NR2:	<p>“Program-program CSR KG itu ada banyak, karena KG sendiri itu perusahaan multi-industri yang di mana banyak unit bisnis di dalamnya, dan setiap unit bisnis punya model CSR yang berbeda-beda menyesuaikan dengan aktivitas bisnisnya. Cuma mungkin aku akan kerucutkan tentang program CSR yang dihandle sama Corcomm ya sebagai <i>functional unit</i>. Oh iya lan, disclaimer sedikit kita ada rebranding nih dibandingin waktu terakhir kamu magang tuh kita CSR punya masih Inspirasi Nusantara kan? Sekarang kita ganti jadi KG Semesta, jadi seluruh kegiatan CSR KG mau dari unit manapun ada di bawah payung KG Semesta. Cuma pusat utama programnya masih dipegang sama Corcomm. Nah program yang dihandle Corcomm kurang lebih sama kaya sebelumnya, itu ada AkuBaca, Urban Farming, Bank Sampah, Pojok Anyam, dan ATM Setor Buku.”</p>
P:	<p>“Nah, kalau menurut Mas Ardi sendiri kenapa sih CSR itu penting dilakuin? Terus tanggapan terkait CSR yang udah dijalanin sama KG selama ini gimana?”</p>
NR2:	<p>“Oke menurutku CSR itu penting dan harus jadi <i>concern</i> banyak perusahaan sih, karena secara tidak langsung CSR berkontribusi juga terhadap laba perusahaan kalo dari yang aku lihat. Buat saat ini secara nyata ya lan, lagi banyak banget perusahaan-perusahaan yang mau pasang iklan di media punya KG, tapi mereka juga mau melihat dulu seberapa jauh kontribusi sosial lingkungan dan ekonomi Kompas Gramedia kepada lingkungan sekitar, artinya CSR bukan lagi hanya sekedar <i>charity</i> tapi bagaimana CSR bisa menjadi CSV sehingga menciptakan keselarasan antara rantai bisnis dengan ekonomi sosial lingkungan di masyarakat sekitar perusahaan. Di samping itu, balik lagi ke yang awal tadi kalo misalnya kita ada di lingkungan masyarakat yang mana punya posisi sejajar, jadi CSR juga bagian dari wadah atau kegiatan bersama masyarakat.</p> <p>Terus tentang tanggapan CSR KG, secara relevansi beberapa program CSR KG sangat sesuai dengan aktivitas bisnis unit Kompas ya, seperti Program AkuBaca, ini merupakan Gerakan Literasi Nusantara yang di mana Kompas Gramedia turut berkontribusi untuk meningkatkan minat baca anak melalui pengadaan buku-buku yang sesuai usia pembaca yang di mana Kompas</p>

	Gramedia juga memiliki unit bisnis Toko Buku Gramedia. Banyak sih program KG bisa diliat di <i>website</i> lan.”
P:	“Kalo inisiasi-inisiasi program KG itu berarti emang melihat relevansinya dengan unit bisnis atau gimana tuh mas?”
NR2:	“Hmm iya tapi gak sepenuhnya. Kalo selama ini yang kita jalanin adalah KG mengupayakan agar program-programnya dapat berkelanjutan dan sesuai dengan capaian SDGs.”
P:	“Oke berarti pedoman dasarnya itu SDGs ya mas dalam memformat kegiatannya juga gitu?”
NR2:	“Iya bener, KG turut berkontribusi dan kiblatnya ada ke capaian SDGs. Contohnya, buat yang urban farming sesuai topik skripsimu gitu ya, kita fokus ke No 3 lan, kehidupan sehat. Karena urban farming kita 100% organik semua ga pake bahan-bahan kimia dan lain-lain”
P:	“Wee menarik sih mas, aku kita urban farming akan ngarah ke bagian ekonomi masyarakat juga.”
NR2:	“Ekonomi justru bukan tujuan utama sih, dan mungkin untuk saat ini gitu ya belum begitu kena lan, lebih tepatnya karena skalanya masih kecil, masih dikonsumsi masyarakat sekitar aja sebagai penguat ketahanan pangan. Untuk ke depannya akan coba lebih besar sih semiga bisa. Tapi diutamakan untuk lingkungan sekitar dulu. Supaya lingkungan sekitar juga turut berkontribusi mengonsumsi sayuran organik di semua rentang usia.”
P:	“Nah, karena Mas Ardi juga udah mention tentang urban farming nih mas. Boleh dong jelasin mas urban farming itu kegiatan yang seperti apa?”
NR2:	“Secara singkat program CSR Urban Farming KG itu sebuah gerakan memanfaatkan lahan terbatas atau ruang terbatas di tengah pemukiman padat di perkotaan menjadi kawasan atau ruang hijau yang produktif berbasis pemberdayaan masyarakat. Program Urban Farming ini bekerja sama dengan pihak ke-3 sebagai fasilitator pemberdayaan masyarakat yaitu Salam Rancage, dan program urban farming ini sudah dijalankan secara aktif sejak tahun 2018 kalo aku gak salah inget ya.”
P:	“Terus kenapa Urban Farming mas? Terlebih ini kah gak <i>in line</i> sama unit bisnisnya KG gitu ya”
NR2:	“Sebenarnya ini jadi point penting juga yang harus digaris bawahi, kenapa perusahaan media bikin programnya urban farming. Kan padahal ga ada

	<p>kaitannya sama lingkungan dan sumber daya alam. Jadi sebenarnya gini, tidak harus tidak merusak lingkungan baru bikin program perbaikan lingkungan. Jadi ya kita kontribusi aja ke lingkungan sekitar, karena kalo di KG itu kan multi-industri ya, gak cuma media, ada percetakan juga. Nah percetakan itu menghasilkan limbah, dan limbah kalo ga dikelola dengan baik akan mencemarkan ekosistem air lingkungan sekitar. Nah makannya di percetakan (GOMAN) mereka punya program IPAL (Instalansi Pengelolaan Air Limbah), mereka memastikan air yang keluar itu tidak mencemari lingkungan. Bahkan emreka sampe menguji cobanya dengan menaruh ikan nila, ikan lele, di tempat pembuangannya. Dan terbukti ikan itu hidup. Artinya bahwa si percetakan (GOMAN) sudah melakukan tanggung jawabnya secara benar. Di samping itu mereka bisa melakukan kontribusi sosial untuk masyarakat.</p> <p>Kalo buat sejarah urban farming, awalnya kita mengajak masyarakatlah untuk sama-sama menggali atau mengenali kondisi sosial dan lingkungan yang mereka punya saat ini, apa yang menjadi permasalahan di lingkungan mereka, lalu kapasitas apa yang sudah dimiliki, baik dari Kompas Gramedia maupun dari masyarakat sekitar. Nah, mereka menemukan bahwa di lingkungan mereka itu minim sekali lahan penghijauan. Nah dari situlah berangkat kita bikin urban farming. Karena urban farming itu kan memanfaatkan lahan terbatas di tengah pemukiman padat untuk jadi lahan penghijauan. Terus prosesnya juga ada kaitannya sama regulasi yang mengatur tentang ketahanan pangan, aku cek dulu bentar ya.</p> <p>Nah ini ada di UU No 18 Tahun 2012 tentang pangan dan juga PP No 68 Tahun 2002 Pasal 8 Ayat 2 yang menyebutkan cadangan pangan dilakukan secara mandiri menyesuaikan kemampuan masing-masing. Lalu dari KG muncul lah gagasan atau ide membuat program urban farming berbasis pemberdayaan masyarakat, mengapa berbasis pemberdayaan masyarakat agar masyarakat memiliki kemampuan untuk menciptakan cadangan pangan secara mandiri.”</p>
P:	“Okaay, jadi masyarakat juga dilibatkan gitu ya mas dalam tahap awal penemuan masalah dan inisiasi program gitu lah ibaratnya?”
NR2:	“Iya lan karena ditahapan pemberdayaan masyarakat itu kita selalu melibatkan masyarakat di setiap prosesnya, mulai dari menggali permasalahan, lalu mencari kapasitas yang mereka punya sampai di implementasi dan evaluasi. Jadi memang kalau pemberdayaan masyarakat itu bukan kita yang ngasih solusi, tapi ya dari masyarakat sendiri yang ngasih solusi, mereka sendiri yang mencari jawaban atas permasalahan yang

	<p>mereka hadapi. Kita dari sisi CSR itu hanya mendampingi, mendampingi proses pertumbuhan masyarakat dan support. Intinya sih itu. Jadi bukan perusahaan sebagai eksekutor penyelesaian masalah. Kalo posisinya CSR/ perusahaan yang jadi eksekutor itu namanya charity/ kaya misalkan sumbangan, donasi, donor darah, yang sifatnya sekali tembak, gak berkelanjutan. Karena kalo di pemberdayaan masyarakat di tahap akhir itu ada yang namanya terminasi. Terminasi itu di mana perusahaan itu harus melakukan exit strategy, jadi perusahaan itu gak bisa selamanya terus-terusan mendampingi masyarakat. Biasanya itu normalnya setelah lima tahun setelah mendampingi masyarakat, perusahaan akan exit. Jadi masyarakat sudah dianggap mandiri, bisa berdiri sendiri, kebutuhannya bisa teercukupi, uang operasi bisa muter untuk kebutuhan mereka menjalani kegiatan, atau bahkan kalau mau lebih tingkat lanjutnya lagi sebelum kita exit, kita sudah menyiapkan atau membuat legalitas untuk kmunitas masyarakat itu. Ketika perusahaan lepas dari pencampingannya, si kelompok masyarakat ini sudah berdiri sendiri. Mereka udah punya SK yang legal, sehingga mereka juga bisa menggandeng stakeholder lainnya. Nah itu, itu kalo pemberdayaan masyarakat yang bisa dibilang berhasil banget, itu kaya gitu.”</p>
P:	<p>“Jadi dari awal pembentukan program urban farming juga kacamataanya untuk pemberdayaan sosial kah mas?”</p>
NR2:	<p>“Iya lan, sebenarnya analogi sederhana untuk menjelaskan pemberdayaan masyarakat itu gampang lan. Anggep aja kaya orang tua dan anak. Jadi perusahaan itu sebagai orang tua, anak itu sebagai masyarakatnya. Nah kalo orang tua itu kan pasti merawat, mendampingi pertumbuhannya, mensupport kebutuhannya, sampai si anak itu lulus kuliah dan keerja, bisa cari uang sendiri, bisa berdiri sendiri. Atau mungkin si anak itu udah nikah, nah orang tua udah lepas tanggung jawabnya di situ. Begitupun CSR perusahaan, tidak selamanya perusahaan akan hadir terus mendampingi masyarakat. Jadi kita itu merawat, menjaga hubungan baik dengan masyarakat, ketika si masyarakat sudah mandiri, sudah bisa berdiri sendiri, barulah kita melepas masyarakat berdiri sendiri. Karena itu berlaku banget untuk perusahaan-perusahaan di bidang eksploitasi sumberdaya alam, misalnya pertambangan gitu ya, ANTAM, karena gini di perusahaan itu kita gak selamanya ada di situ lan. Karena usia lahan produktifnyapun hanya 15-20 tahun, paling cepet 10 tahun lah. Nah si perusahaan pertambangan selama <i>range</i> 10 tahun itu harus bisa membuat masyarakat di sekitarnya menjadi lebih berdaya, lebih punya kegiatan yang produktif. Ketika perusahaan sudah kehabisan energi dan mineral, pastikan perusahaan akan cabut. Begitupun KG yang juga harus bisa membimbing masyarakat untuk bisa</p>

	mandiri”
P:	“Oke mas, kalo untuk proses perumusan terbentuknya program CSR Urban Farming tiu gimana ya?”
NR2:	<p>“Itu panjaaang, aku coba ketik aja deh ya nanti dari pada kamu bingung.”</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Dimulai dari tahapan persiapan di mana Kompas Gramedia mengajak masyarakat dan tokoh setempat untuk melaksanakan FGD 2. Lalu dilanjut dengan tahap pengkajian dengan melakukan FGD dan mengajak masyarakat untuk mengenali permasalahan yang ada di wilayah mereka lalu mengenali kapasitas apa yang sudah dimiliki (identifikasi need based/strength based) sehingga muncul rekomendasi program 3. Lalu dilanjut dengan tahap perencanaan alternatif program, artinya dari rekomendasi2 program yang sudah tercatat, apa alternatif program yang sesuai dengan hasil tahap pengkajian 4. Lalu dilanjut dengan tahap formulasi rencana aksi yang akan menggambarkan seperti apa implementasi dari rekomendasi program yang akan dijalankan 5. Lalu dilanjut dengan tahap aksi/implementasi program 6. Tahap evaluasi untuk melihat seberapa efektif program tersebut berjalan lalu melihat hal-hal apa saja yang dapat diperbaiki 7. Terakhir adalah tahap terminasi di mana perusahaan sebagai pendamping dan juga fasilitator program merencanakan exit strategi. Exit di sini yang di maksud adalah perusahaan sudah tidak lagi memberikan support kepada program tersebut, perusahaan hanya sebagai pihak yang memonitoring jalannya program karena masyarakat sudah dianggap mandiri sehingga dapat menjalankan program tanpa bantuan perusahaan lagi. Hal ini perlu dilakukan dalam setiap program pemberdayaan masyarakat karena dari awal tujuan pemberdayaan masyarakat adalah memberikan daya/kekuatan kepada masyarakat sehingga masyarakat mampu melakukannya.
P:	“Hahaha oke kalo enakya gitu, nanti aku tanyain kalo kurang clear ya mas. Terus kalo pihak yang terlibat di proses perumusannya itu siapa aja mas?”
NR2:	“Jadi ada beberapa pihak sebenarnya ya, pertama pasti Kompas Gramedia sebagai perusahaan, terus ada masyarakat juga, Ketua RW setempat, dan kita ada third partiesnya atau pihak ketiga, yaitu Salam Rancage. Nanti aku kenalin deh sama Salam Rancage biar kamu juga bisa tanya-tanya”

P:	“Asiiiiik mantap mas. Nah, kalo sasaran program ini dari awal itu siapa mas?”
NR2:	“Stakeholder dari program urban farming itu aparat pemerintah setempat sebenarnya, mereka yang menjadi kekuatan utama program, di mana ada Lurah, RW, RT, dan kader-kader PKK.”
P:	“Mereka yang terlibat juga ya mas dalam perumusannya? Kalo pembagian tugas antara Kompas dan kader maupun aparat setempat di setiap proses yang Mas Ardi jelasin itu gimana?”
NR2:	<p>“Nah itu panjang, ada 7 tahapan, aku ketikin sekalian aja ya.”</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pada tahap pertama, Kompas Gramedia bertanggung jawab untuk mengundang seluruh elemen masyarakat 2. Pada tahap ke dua, Kompas Gramedia bertanggung jawab untuk membimbing masyarakat berfikir dan menganalisa permasalahan serta kapasitasnya 3. Pada tahap ke tiga, Kompas Gramedia mengajak masyarakat untuk sama2 melihat rekomendasi program dari sudut pandang yang lainnya agar masyarakat mampu menentukan rencana alternatif program 4. Pada tahap ke empat, Kompas Gramedia bertanggung jawab untuk menentukan pihak ke-3 yang akan menjadi fasilitator program pemberdayaan masyarakat 5. Pada tahap ke lima, Kompas Gramedia bertanggung jawab terhadap anggaran2 yang dibutuhkan untuk program pemberdayaan masyarakat, Salam Rancage bertanggung jawab untuk menjadi fasilitator selama program berjalan dan selama masih dalam kontrak kerjasama, masyarakat bertanggung jawab untuk komitmen menjalankan program secara bersama 6. Pada tahap ke enam, Kompas Gramedia bertanggung jawab untuk mengajak masyarakat mengevaluasi program yang sudah berjalan, masyarakat yang menentukan kekurangan program 7. Pada tahap terakhir, Kompas Gramedia bertanggung jawab untuk menentukan indikator keberhasilan program yang dicapai masyarakat, dengan begitu Kompas Gramedia bisa melakukan exit strategi
P:	“Mantap, nanti aku follow up lagi kalo kurang jelas deh. Nah pertanyaan selanjutnya adalah pesan apa sih mas yang mau disampaikan melalui program CSR Urban Farming ke masyarakat setempat?”

NR2:	<p>“Pesannya yang ingin disampaikan adalah menciptakan kawasan hijau tidak harus berada di dataran tinggi, tidak harus memiliki kebun yang luas, tidak harus memiliki anggaran yang sangat besar, dengan adanya Urban Farming ini mencerminkan gaya bercocok tanam di tengah perkotaan yang diadaptasi dari kawasan pedesaan, menduplikasi tanaman di kawasan desa ke perkotaan dengan metode-metode yang disesuaikan dan juga untuk memenuhi pangan organik di dapur tidak harus bergantung dengan harga komoditi di pasar, masyarakat mampu menciptakan komoditi tersebut.”</p>
P:	<p>“Nah, pesan tersebut itu berusaha dikomunikasikan dalam bentuk seperti apa mas ke masyarakatnya?”</p>
NR2:	<p>“Kalau pertanyaannya adalah bentuk komunikasi antara Kompas Gramedia dengan kader urban farming, ada dua komunikasi yang dijalankan dalam urban farming ini, yaitu komunikasi langsung dan tidak langsung. Komunikasi langsung yang kita jalankan adalah dengan monitoring dan evaluasi setiap saat buat mencari tahu program ini mengalami kendala seperti apa lalu apa solusinya, tapi terkadang tidak menutup kemungkinan ada hal-hal yang tidak bisa dikomunikasikan kelompok kepada pihak perusahaan, lalu muncul metode komunikasi tidak langsung. Komunikasi tidak langsung ini cara yang kita gunakan dengan mengajak mitra pihak ke-3 atau Salam Rancage sebagai fasilitator langsung dalam program pemberdayaan masyarakat, terkadang masyarakat mampu lebih terbuka dengan pihak lain ketimbang dengan perusahaan langsung, sehingga perusahaan punya kacamata atau sudut pandang yang lain.</p> <p>Tapi jika pertanyaannya adalah bentuk komunikasi Kompas Gramedia, kader urban farming, pihak ke-3 dengan pihak luar untuk menginformasikan proses program urban farming yang dijalankan CSR Kompas Gramedia adalah melalui platform-platform media, seperti WA, instagram, artikel, pemberitaan, dll. Begitu lan”</p>
P:	<p>“Wiih keren-keren, terus kalau untuk target yang mau dicapai dalam program urban farming tu apa aja mas?”</p>
NR2:	<p>“Ada beberapa target yang mau dicapai, dari KG dan Salam Rancage ada menjabarkan beberapa hal, yang jelas kita mau menciptakan ruang hijau atau lahan hijau di tengah pemukiman masyarakat yang padat penduduk. Kan di sekitar wilayah KG nih banyak masyarakat, dan kita ada di daerah pusat kota juga kan yang isinya gedung-gedung semua. Isinya polusi yang kalau diliat kan juga kurang baik buat masyarakat ataupun lingkungan lan.”</p>
P:	<p>“Nah, kalau selain untuk menciptakan ruang terbuka hijau tadi itu ada</p>

	tujuan-tujuan lainnya gak mas yang lebih spesifik, mungkin dari segi ekonomi atau apa gitu?”
NR2:	“Pastinya ada dong lan. Kalau dari segi ekonomi sebenarnya kita gak terlalu fokus ke sana ya, tapi itu juga salah satunya di mana bertambahnya nilai ekonomi untuk masyarakat dari hasil penjualan komoditi pangan organik lan. Karena kebun kita semuanya pake bahan-bahan organik kan, ningkatin kesadaran mereka sama bahan makanan dan lingkungan yang lebih sehat juga. Nah, sebelum dijual salah satu hal yang jadi tujuannya yakni masyarakat mampu menciptakan komoditi pangan mereka secara mandiri, jadi gak perlu beli lagi tapi mereka bisa produksinya.”
P:	“Oalah bener juga sih mas, terus kalo tujuan bagi perusahaan sendiri ada gak?”
NR2:	“Hmm spesifiknya untuk <i>branding</i> ya, tapi dari kaca mata perusahaan juga gak banyak cari laba. Paling tidak urban farming bisa jalan dan nantinya bisa sustain lain. Kalau bisa juga malah jadi daya tarik sih, mungkinnya juga nanti masyarakat bisa punya kesempatan untuk diundang sama pihak lain sebagai narasumber. Kan keren ya ibu-ibu kader hahahaha.”
P:	“Gaul pol yaa mas hahah. Kalau sejauh ini dari target-target tersebut, keuntungan yang udah dirasain itu apa aja mas?”
NR2:	“Duh kalo itu menurutku kurang wise kalo tanyanya ke aku ya, kamu bisa langsung tanya ke masyarakat aja soal keuntungan gitu, karena dari aku sebagai pihak KG gak bisa jawab, nanti jatohnya subjektif.”
P:	“Tapi kalo terkait dengan branding sendiri tadi itu udah kerasa belum mas?”
NR2:	“Kalo itu sebenarnya gak ada tolak ukur yang jelas ya, tapi mungkin Kompas Gramedia jadi punya keunikan sendiri ya. Terus urban farming kita juga punya prestasi, mungkin secara tidak sadar itu memengaruhi branding perusahaan juga ya. Terlebih kita juga <i>posting</i> kegiatan urban farming di medsos, dari situ skateholder eksternal bisa menilai sendiri.”
P:	“Bener, kalo prestasi ada apa aja tuh mas?”
NR2:	“Bentar ya pastinya nih aku sambil ngecek. Urban Farming KG pernah jadi juara 1 di kategori administratif dan pelaporan tingkat kecamatan tahun 2022, terus sebelum pandemi kita juga pernah juara 1 lomba urban farming tingkat kelurahan.”
P:	“Keren banget dong kalo dari 2019 juga udah juara-juara lomba gitu. Nah,

	itu edukasi atau skill yang diajarin ke masyarakat apa aja mas?”
NR2:	“Edukasi kita banyak sih, kita rutin pelatihan juga bareng Salam Rancage, kita usahakan setidaknya sebulan sekali ada pelatihan, untuk monitoring dari Salam Rancagenya juga kan. Kalo skill ada banyak, kaya masyarakat makin tau jenis tanaman ada apa aja, jenis media tanam, cara penanganan hama tumbuhan, terus ngerawat tanaman gimana, banyak pokoknya lan. Oh ya sama buat ngelola sampah dan barang bekas juga kita ajarin sih, bahkan sampe ngangarin dananya secara lebih wise ngelolanya juga di ajarin. Sejauh ini udah banyak banget yang dilakuin, aku lupa apa aja, tapi kurang lebih itu sih lan.”
P:	“Seru ya belajar banyak hal baru. Tapi kaya ada kendala-kendala atau masalah gitu gak sih selama ini?”
NR2:	“Jelas ada kalo masalah ya, karena kita kan berinteraksi sama masyarakat juga, yang cara pandang dan prioritasnya juga sendiri-sendiri. Ada beberapa hal yang agak sulit nih dan lagi kita coba balikin lagi. Salah satunya kader yang sekarang itu gak seaktif dan gak sekompak sebelum pandemi lan. Besok coba kamu liat ya waktu observasi dan ketemu sama mereka.”
P:	“Berarti pandemi ngaruh banget ya mas? Itu masih jalan gak sih waktu pandemi urban farmingnya?”
NR2:	“Nah, itu yang jadi masalah hahaha. Urban farming ini sempet off hampir 2 tahun karena pandemi juga, terus banyak agenda-agenda yang udah dirancang dari awal yang ketunda jadi gak sesuai target. Walaupun udah ada dari 2018 gitu, karena pandemi kita jadi mulai lagi dari awal banget ini, buat ngegas dan manasannya lumayan banget.”
P:	“Terus waktu berhenti itu gak keurus kah kebunnya mas?”
NR2:	“Berhenti itu dalam artian kita gak ada pelatihan dan monitoring secara langsung. Apa lagi dulu kita zona hitam kan covid di sini. Buat masalah keurus gaknya itu dari masyarakat ada, tapi paling satu dua orang. Jadi masalah juga karena tempat kita terbatas, sebelah kebun itu tempat pembuangan sampah warga, tapi ya pasti ada yang kesana sih, buat paling siram-siram dan ngecekin tanaman lan.”
P:	“Nah mas, terus kan ini udah mulai lagi kan programnya. Ada perubahan yang dirasain gak sih waktu programnya dijalanin lagi sama waktu berhenti?”

NR2:	“Pastinya ada, kebunnya jadi lebih kerawat yang buat lingkungan jadi lebih hijau kan. Terus kebunnya berbuah yang buat masyarakat bisa menikmati komoditi pangan organik lagi. Masyarakat jadi lebih kompak juga tentunya, karena kita sering kumpul-kumpul bareng lan.”
P:	“Nice-nice, terus buat proses transparansi program yang dilakuin sama perusahaan ke masyarakat itu gimana mas?”
NR2:	“Kita menggunakan metode PAR (Participatory Action Research) artinya kita melibatkan masyarakat di setiap tahapannya sebagai bentuk transparansi antara perusahaan dengan masyarakat, semua hal yang menyangkut program kita berusaha semaksimal mungkin agar dapat saling terbuka selain bentuk kerjasama dan MoU KG dengan Salam Rancage.”
P:	“Metode PAR itu dilakukan dalam waktu khusus yang dijadwalkan gitu kah?”
NR2:	“Iyaa, kadang waktu pelatihan juga. Sambil ngobrol-ngobrol, istilahnya kaya FGD juga gitu sih, jadi masyarakat ada aspirasi apa kita diskusikan juga. Terus ya ada pelaporan rutinnya.”
P:	“Mantep deh mas, ni pertanyaan terakhir dari aku semoga ya hahaha. Gimana perencanaan jangka pendek dan jangka panjang terkait CSR urban farmingnya KG ini mas?”
NR2:	“Intinya sih kalau untuk jangka pendek harapannya agar hasil urban farming ini bisa dimanfaatkan oleh warga sekitar juga lan. Gak hanya kader-kadernya aja. Tapi masyarakat sekitar juga, biar mereka lebih <i>aware</i> dan mau terlibat aktif juga. Semakin banyak yang mau terlibat kan juga semakin baik. Untuk jangka panjangnya KG dan Salam Rancage memang berencana agar skalanya menjadi lebih besar dan tidak hanya menjual komoditi pangan organik tetapi juga membuat kreasi olahan makanan dari bahan baku pangan organik yang ditanam sendiri lalu dijual lagi gitu lan.”
P:	“Jadi nantinya akan diarahkan dan didorong untuk ke aspek ekonomi juga ya mas?”
NR2:	“Iya bener lan, jadi masyarakat punya penghasilan sendiri dari kebun yang mereka kelola.”

Identitas:

NR3: Founder Salam Rancage

P:	“Halo selamat siang Bu Aling, salam kenal. Saya Wulan dari Universitas Atma Jaya Yogyakarta.”
NR3:	“Halo Mba Wulan, apa kabarnya? Semester berapa sekarang dan ambil jurusan apa?”
P:	“Saya semester 8 ibu, jurusan Komunikasi.”
NR3:	“Oalah, cakep-cakep.”
P:	“Iyaa bu. Sebelumnya saya sampaikan terima kasih untuk Bu Aling yang sudah menyempatkan waktunya dan bersedia saya wawancarai ya bu. Mungkin sedikit gambaran, ini wawancaranya dilakukan untuk pengumpulan data skripsi saya yang berjudul Strategi Komunikasi CSR Kompas Gramedia dalam Memberdayakan Masyarakat, yang secara khusus akan membahas terkait Urban Farming. Nah mungkin boleh perkenalan terlebih dahulu ya bu.”
NR3:	“Hahaha oke, nama saya Aling Nur Naluri. Saya foundernya Salam Rancage. Salam Rancage saat ini berkolaborasi dengan Kompas Gramedia dan bersama warga di tiga RW di sekitar Kompas Gramedia untuk membuat program Kampung Kreasi ya. Dan di sana kami berperan sebagai konseptor sama beberapa fasilitator. Sementara Kompas Gramedia sebagai salah satu program CSRnya, kemudian warga tiga RW ini sebagai pelaku utamanya, sebagai main actor program Kampung Kreasi ini. Gitu mbak.”
P:	“Boleh tolong dijelaskan sedikit bu awal mula berdirinya Salam Rancage dan apakah Salam Rancage itu suatu komunitas, perusahaan, atau mendefinisikan diri sebagai lembaga apa?”
NR3:	Kami mendefinisikan diri kami sebagai social enterprise, jadi suatu perusahaan yang misi akhirnya adalah membangun kemanfaatan sosial. Perusahaan sebagai mana perusahaan gitu ya, ada proses bisnis di dalamnya. Tapi mungkin bedanya dengan perusahaan lain adalah tujuan akhir didirikan Salam Rancage adalah membangun kemanfaatan sosial yang tidak berhenti diproses menghasilkan laba dan deviden. Tapi bagaimana proses produksi, proses bisnis di Salam Rancage juga menghasilkan dampak sosial di masyarakat. Nah, Salam Rancage sendiri didirikan di tahun 2012, jadi

	sekarang sudah masuk ke tahun ke-11 ya.”
P:	“Waah oke, kemudian awal kali Salam Rancage bisa bermitra dengan Kompas Gramedia itu awalnya gimana <i>sih</i> bu?”
NR3:	<p>“Ya kami berkolaborasi dengan Kompas Gramedia berawal dari kesamaan <i>value</i> sama tujuan di masyarakat. Kompas Gramedia sebagai perusahaan baik yang punya <i>value</i> yang sangat baik. Yang tentu <i>value</i> itu tidak hanya sekadar hanya ada di sekitar internal perusahaan saja, tapi <i>value</i> itu baiknya menular di masyarakat sekitar atau tetangga sekitar Kompas Gramedia. Nah <i>value</i> nya ini, setelah diskusi panjang sekitar tahun 2014, ternyata <i>value</i> yang dimiliki oleh Kompas Gramedia dan Salam Rancage itu ada kesamaan, yaitu sama-sama <i>concern</i> untuk membangun sustainabilitas di masyarakat. Nah, sustainabilitas atau keberlanjutan itu diejawantahkan menjadi sebuah program pemberdayaan masyarakat, nah diskusi itu berlanjut untuk bersepakat membentuk program yang terwujud di masyarakat menjadi program yang dimiliki oleh masyarakat, dan membuat program itu digerakkan motor utamanya oleh masyarakat. Kami, Kompas Gramedia dan Salam Rancage lebih sebagai fasilitator dan katalisator program itu. Mengapa begitu, karena impiannya program ini menjadi program miliknya masyarakat, merasa dimiliki oleh masyarakat, sehingga nanti ke depannya keberlanjutannya lebih terjamin gitu ya. Merasa dimiliki oleh masyarakat begitu. Dari diskusi itu resminya diformalkan, dulu namanya Kampung Koran, karena kami produk utamanya produk utamanya adalah memanfaatkan kertas koran menjadi produk-produk anyaman. Kemudian juga Kompas Gramedia ciri utamanya juga berasal dari kertas koran gitu ya, jadi bagaimana kita menamai itu menjadi Kampung Koran. Walaupun sekarang namanya sudah berubah menjadi Kampung Kreasi, karena sekarang lebih fokus ke kreasinya.”</p>
P:	“Ke arah membangun kreativitas masyarakat juga gitu ya Bu. Berarti tadi kan peran dari Salam Rancage sebagai konseptor dan fasilitator yang mengedukasi. Sejauh ini program-program yang sudah difasilitasi dan dikonsepsikan dari Salam Rancage dan Kompas Gramedia itu sudah ada apa saja bu?”
NR3:	“Kampung Koran atau Kampung Kreasi itu <i>step</i> satunya memang dari menganyam anyaman koran awalnya dari situ. Kemudian berkembang menjadi ada tambahan program Bank Sampah, kemudian bertambah lagi turunan program berikutnya adalah Urban Farming. Saat ini <i>sih</i> baru tiga itu yang dijalani.”

P:	“Kemudian untuk alasan mengapa akhirnya tiga program tersebut yang dijalankan kira-kira gimana bu?”
NR3:	“Iya, jadi semua program itu dilakukan berdasarkan pertama tentunya riset dulu ya, riset awal sebenarnya apa yang masyarakat butuhkan di sana. Masyarakat tiga RW ini kondisinya seperti apa, dan mereka membutuhkan apa. Yang kiita baca adalah di awal kerja sama, masyarakat di sekitar Kompas Gramedia itu tinggal di pemukiman padat yang relatif penduduknya cukup banyak tetapi secara ekonomi, terutama para perempuannya mungkin belum punya kegiatan atau keterlibatan yang cukup dalam dalam program-program perbaikan kampungnya, di wilayahnya. Nah dari situ, kami memilih segmen utamanya yakni para perempuan yang diberdayakan tanda kutip mereka melakukan proses produksi, yang produksinya ramah perempuan. Kemudian bisa meningkatkan satu secara ekonomi meningkatkan pendapatan ekonomi mereka yang mungkin sedikit lebih baik. Yang kedua secara sosial program ini membuat para perempuan semakin kompak, semakin berjejaring, bisa bekerja sama, semakin percaya diri. Kemudian secara lingkungan juga para perempuan ini melakukan program yang sekaligus penyelamatan lingkungan. Nah karena tiga aspek itu, yakni ekonomi, sosial, dan lingkungan kmai merumuskan menjadi crafting menganyam anyaman koran, kemudian secara lingkungan kita mendirikan bank sampah dan urban farming. Nah diluar itu, ketiga kegiatan tersebut dirancang untuk membuat mereka secara sosial mempunyai ikatan sosial yang lebih erat, tadi dengan cara dibuat kelompok-kelompok, dibikin kerja sama, dibikin ada leadershipnya, ada manajerialnya di antara mereka.”
P:	“Okay, tadi kan dijelaskan bahwa segmen utamanya perempuan, kemudian segmennya pun fokus pada ekonomi, sosial, dan lingkungan juga kan. Dengan membangun kemanfaatan sosial gitu. Nah, bagi Salam Rancage mengapa membangun kemanfaatan sosial menjadi sesuatu yang penting dalam memfasilitasi masyarakat?”
NR3:	“Iya, jadi kami karena berangkat tadi sejak awal pendirian Salam Rancage bertujuan untuk membangun kemanfaatan sosial di masyarakat karena kami percaya bisnis yang lestari atau organisasi yang lestari atau apapun itu, lembaga yang ingin lestari, ingin jangka panjang, mestilah lembaga yang memiliki kemanfaatan yang optimal di masyarakat gitu ya. Atau bahasa kerennya sekarang punya arah ke sustainability, atau keberlanjutan. Nah bagi kami, menjalankan sebuah bisnis itu mesti jauh dari kata merusak, jauh dari kata serakah, jauh dari kata eksploitatif. Sehingga bisnis yang panjang yaitu bisnis yang mengalirkan tidak hanya rantai bisnis, melainkan rantai dampak atau rantai impact. Ini jalan yang kami pilih mau mendirikan bisnis

	<p>seperti apa. Pada dasarnya semua bisnis juga ada sisi bagusnya, di sisi apapun itu, selagi gak melanggar hukum sebenarnya semua bisnis mungkin juga bagus. Namun pada akhirnya kami juga harus memilih wajah bisnis apa yang akan kami kembangkan, jati diri bisnis apa yang akan kami kembangkan, jadi kami memilih keberadaan bisnis kami tidak hanya memperkaya para pemegang sahamnya, namun bisa memberikan kemanfaatan bagi masyarakat. Sehingga positioning dampak bagi kami adalah krusial, kata kunci dari seluruh aktivitas di Salam Rancage. Sehingga ketika bekerja sama dengan Kompas Gramedia pun yang kami kedepankan apakah kita punya kesamaan arah dalam membangun kemanfaatan sosial di masyarakat. Begitu kita punya kesamaan arah, berarti kita bisa berkolaborasi gitu mbak”.</p>
P:	<p>“Iyaa, karena ketika sudah punya kesamaan arah, dalam diskusi dan lain-lainnya pun akan lebih mudah karena punya satu visi dan misi ya Bu.</p> <p>Kemudian untuk perancangan program Urban Farming itu awalnya bagaimana dan masalah apa yang dilihat dari Salam Rancage dan Kompas Gramedia sehingga akhirnya sepakat membentuk program Urban Farming?”</p>
NR3:	<p>“Jadi prosesnya adalah karena kita ingin masyarakat menjadi pelaku utama dari program ini, maka prosesnya diawali bersama mereka. Sebenarnya mereka diajak untuk menyadari ada masalah apa sih di kampungnya? Ada masalah atau jangan-jangan mereka gak tau kalo ada masalah ya, hahaha. Kemudian hal itu kita lakukan, kemudian diskusi dnegan masyarakat dan salah satu masalah utama yang mereka rasakan dan mereka lihat, yaitu masalah lingkungan. Bagaimana sungainya tercemar dengan banyak sampah, sehingga akhirnya bagaimana membuat orang gak bunag sampang ke sungai, maka kita bikin Bank Sampah gitu ya, supaya mencegah sungai kita menjadi tong sampah besar di sana. Sesederhana itu.</p> <p>Begitu pula dengan Urban Farming, yang dirasakan kok ditempat kita rasanya gersang ya, kok rasanya dalam tanda petik berantakan, terasanya mohon maaf agak kumuh secara penampakan kampung. Bahasa mereka sih gak ada seger-segernya. Makannya, sepertinya seru kalo misalnya ada sedikit hijau-hijau. Jadi lebih rimbun, lebih adem, supaya kampungnya juga tidak terasa terlalu panas gitu ya. Kalau banyak tanaman mungkin juga bisa sedikit bisa mengurangi polusi udara di tempat kita. Kemudian waktu itu juga terpikir lucu juga ya kalau tanamannya bisa mereka konsumsi, sekalian juga tadi.. Setiap program kan dipikirkan tiga aspek tadi, ekonomi, sosial, dan lingkungannya. Secara ekonomi juga lumayan untuk mengurangi</p>

	<p>spending mereka belanja sayuran, kemudian mereka punya pangan yang lebih sehat dan lebih murah. Kemudian secara lingkungan juga mengurangi polusi, mengurangi panas lingkungan, kemudian dan sebagainya. Secara sosial juga punya tanaman bersama, punya kebun komunitas bersama. Ada kegiatan merawat kebun, merawat tanaman bareng-bareng saling belajar. Nah itu secara sosial juga mengeratkan yang membuat mereka punya moral sosial yang lebih tinggi lagi, gitu. Jadi teretuslah ide urban farming dari breakdown masalah yang mereka rasakan sendiri, dan kira-kira solusinya ya itu.”</p>
P:	<p>“Berarti dalam proses perumusan atau menginisiasikan program itu masyarakat juga dilibatkan di awalnya ya bu.”</p>
NR3:	<p>“Iya betul mba, masyarakat dilibatkan penuh, kami melakukan FGD pada waktu itu, mereka mencurahkan segala gagasannya, mencurahkan tentang kampungnya, tentang masalah di kampungnya. Mereka mencurahkan juga kira-kira solusinya seperti apa. Kemudian saling berembug, kita fasilitasi berembug, nanti keluar solusi bersamanya, dan bagian yang mereka tidak bisa, misalkan bagian yang mereka tidak paham seperti bagaimana membuat pupuknya, membuat media tanamnya, bagaimana merawat tanamannya, itu tugas kami sebagai fasilitator, bersama Kompas Gramedia membuat mereka memiliki pengetahuan-pengetahuan untuk memberikan solusi tersebut. Tapi sepenuhnya itu program yang dirancang, diterapkan di sana, itu berbasis diskusi bersama dengan mereka. Karena kami menginginkan itu menjadi program yang akan dimiliki langsung oleh mereka gitu. Dimiliki, dimotori, dijalankan, jadi secara kemandirian juga lebih mandiri. Karena mereka merasa memilikinya. Bedakan kalau misalkan kita dateng kayanya bagus nih kalo bikin ini, namun tidak berbasis kebutuhan masyarakat. Kalo ternyata masyarakat tidak butuh itu, kita kan sok tau dateng dengan program tertentu. Kalo berdasarkan diskusi dengan masyarakat, Insha Allah program itu akan menjadi program yang memang dibutuhkan, tepat sasaran, dan itu tadi bisa jadi program yang dimiliki oleh masyarakat.”</p>
P:	<p>“Mungkin saya mau konfirmasi sedikit ya bu, ketika merancang suatu program ini apakah dari Salam Rancage dan Kompa Gramedia juga beerfokus pada Sustainable Development Goals (SDGs) yang ada 17 tujuan itu.”</p>
NR3:	<p>“Oh iya tentu saja, iya ada 17 SDGs. Yang paling kita soroti adalah sustainable community yaitu SDGs nomor 11, ending dari setiap program yang kita gulirkan bersama Kompas Gramedia yakni nomor 11 sustainable communities. Karena kita menginginkan komunitas yang dibangun bersama</p>

	<p>tetangga Kompas Gramedia ini sustainable, ciri dari sustainable adalah tiga aspek tadi ekonomi, lingkungan, dan sosial ya. Ketiga hal itu kunci atau keyword untuk sustainability makannya ekonomi, lingkungan, dan sosialnya juga dibangun. Adapun SDGs lainnya, yakni tentang <i>poverty</i>, tentang kemiskinan, ada tentang lain-lainnya itu belakangan dan ngikut ya. Ada proses recycle juga, tapi main SDGsnya yang kita sasar adalah sustainable community yang nomor 11.”</p>
P:	<p>“Kemudian ketika merancang program Urban Farming itu, apakah ada pesan tertentu yang ingin disampaikan juga kepada masyarakat?”</p>
NR3:	<p>“Sebenarnya bukan pesan ya, tapi kami membangun <i>value</i> bersama masyarakat. Kita menyebutnya “<i>creating sell value</i>”, jadi kita membuat value bersama kemudian menyebarkan value itu semakin besar di masyarakat. Nah, value yang kita bangun melalui urban farming ini pertama adalah value secara ekonomi ya, balik lagi sih ketiga hal itu, dan akan muter-muter di situ. Value secara ekonomi bahwa mereka punya benefit ekonomi dengan melakukan urban farming. Nah benefit ekonomi itu dirasakan langsung oleh mereka dengan skala yang relatif ya setiap individu, ada yang merasakan kecil, ada yang merasakan cukup terbantu, ada yang merasakan cukup signifikan, ada yang merasakan besar. Itu tergantung dari sejauh mana keterlibatan mereka. Semakin mereka aktif, tentunya benefit yang mereka peroleh akan semakin besar. Benefit ekonomi ya. Yang kedua adalah value lingkungan, di mana <i>massage</i> nya adalah kita bisa melakukan tujuan-tujuan dan proses-proses ekonomi tanpa merusak lingkungan, bahkan lebih menyelamatkan lingkungan. Kaya tadi, kita bisa kok mengonsumsi makanan dengan lebih ramah lingkungan, misalnya tadi dengan menanam sendiri. Kemudian dengan menanam itu membuat kmapung kita semakin berkurang polutannya. Value itu yang coba kita bangun ya, create bersama, membangun bersama, kemudian dengan sell, disebar. Semakin banyak masyarakat yang melakukan urban farming, maka value itu akan semakin besar. Value ketiga adalah value sosial, atau modal sosial. Bahwa selagi kita membangun keeratan sosial di masyarakat, maka masalah apapun akan jauh lebih mudah ditangani. Urban farming itu bukan hanya sekedar menanam tanaman, namun menanam keeratan sosial di antara mereka. Karena melalui urban farming mereka menjadi gathering, mereka menjadi bersama, mereka menjadi diskusi banyak, mereka saling belajar dan diskusi bersama. Secara aktivitas mereka menanam tanaman bersama, namun sesungguhnya mereka menanam value sosial bersama-sama. Dengan tetangga ini jadi semakin kenal, semakin tau, dengan medianya adalah urban farming. Pun dengan kegiatan lainnya seperti Bank Sampah dan crafting ya, itu alat untuk creating value bareng-bareng, kemudian share valuenya</p>

	bareng-bareng.”
P:	“Iya bu, kemarin kan saya sempet observasi ke Kompas juga, dan ke urban farmingnya Bu. Itu kehangatannya sangat terasa sih, mereka juga menyediakan makanan dan mengajak “ayo makan bareng-bareng”, terus saya yang orang baru di sana mereka juga sangat welcome kaya “ayo mba wulan ini, jangan malu-malu. Seru sih bu, masak-masak juga.”
NR3:	“Nah itu nilai sosialnya sudah terbangun ya hahahaha. Nah itu yang sering dilupakan di program urban farming lainnya, di mana urban farming hanya sebatas panen tanmen gitu. “Oh urban farming saya bisa panen sekian kilo gitu ya”, padahal urban farming itu kalo kami meletakkannya sebagai alat. Karena tujuan akhirnya bukan seberapa banyak panennya, namun seberapa erat hubungan sosial mereka jadi lebih baik, seberapa concern mereka dengan lingkungannya, seberapa ngefek gitu ya ke pertumbuhan ekonomi yang sedikit banyak mereka jalani. Biasanya, program urban farming dirancang hanya sebatas program menanam, program berkebun, di rumah, selesai. Nah ini, kita coba rancang secara konsepsi, rancang sebagai alat atau modelling dalam membangun tiga value tadi. Itu mungkin bedanya program urban farming di Kompas Gramedia dengan di tempat lain. Akan terasa beda alasannya menanam hanya untuk panen dengan menanam tergerak untuk value tadi, itu beda. Seperti yang Mba Wulan rasakan tadi, lebih hangat, lebih kompak, kemudian lebih merasa memiliki. Kalau diprogram lain biasanya kalau gak ada bantuan misalnya, gak jalan. Tapi kalau urban farming yang dimotori oleh value, oleh nilai-nilai bersama, mereka akan fight gitu, di mana solusinya untuk masalah yang mereka hadapi. Tidak mental tangan di bawah gitu ya, punten ya, tidak menunggu bantuan yang datang gitu. Itu yang lebih priceless gitu. Itu yang membuat kami suka dan senang gitu, itu yang membuat kami senang untuk berkolaborasi dengan program ini.”
P:	“Kemudian untuk berdiskusi atau komunikasi dengan masyarakat itu melalui medianya apa saja ya bu?”
NR3:	“Kalau medianya kita ketemu dengan mereka, diawali dengan pelatihan menganyam. Itu tadi, seperti berkebun itu ya, menganyam itu melatih mereka untuk bersabar, tekun, kemudian tadi, menjadi media kita untuk ngobrol. Dari ngobrol itu terbangun nilai-nilai bersama tadi, ngobrol, diskusi, makan bareng. Jadi bagaimana cara kami membangun nilai-nilai di sana adalah tadi, semua program yang dirancang itu adalah media membangun nilai-nilai, media untuk ngobrol lebih dalam dan diskusi dnegan mereka mengenai nilai-nilai yang mereka jalankan di kampungnya.

	Selain itu kita juga punya grup untuk update di luar waktu bertemu, tapi sifatnya kan lebih random itu terkadang juga membahas di luar permasalahan Kampung Kreasi ini.”
P:	“Oh iya, tadi belum sempet di mention ya bu, urban farming itu terbentuk dari tahun berapa yaa?”
NR3:	“Saya lupa persisnya ya, mungkin sekitar tahun 2017-an, yang jelas urutannya dari crafting dulu, kemudian ke bank sampah, kemudian dari bank sampah ke urban farming.”
P:	“Nah dari kurang lebih tahun 2017 itu, kegiatan yang udah dilakukan untuk memfasilitasi dan mengedukasi masyarakat itu apa saja ya? Misalnya, pelatihan, sosialisasi, dan sebagainya.”
NR3:	“Iya, jadi tadi berawal dari diskusi bahwa mereka menyepakati untuk membentuk urban farming, baru kemudian berbagi peran. Perannya Salam Rancage apa saja, dengan potensinya untuk turun ke program ini potensinya apa sehingga perannya apa. Kompas Gramedia potensinya apa, sehingga perannya apa gitu, dan yang ketiga adalah masyarakat potensinya apa dan perannya apa. Jadi tidak ada yang satu mendominasi potensi gitu ya, jadi tiga-tiganya berperan. Salam Rancage itu peran besarnya adalah sebagai konseptor dan fasilitator, maka tugas kami adalah menghadirkan konsep-konsep, fasilitator-fasilitator yang dibutuhkan sehingga program kita bisa berjalan gitu ya. Tugasnya Kompas Gramedia tadi menjadi fasilitator juga, memfasilitasi beberapa aspek yang masyarakat belum bisa penuhi, misalnya tadi membiayai <i>trainer</i> yang harus didatangkan, kemudian memfasilitasi sarana untuk pertumbuhan warga, kemudian memfasilitasi tempat karena potensi Kompas adalah <i>network</i> yang sangat baik gitu ya. Membukakan akses yang sangat dibutuhkan dalam program ini. Kemudian dari masyarakat potensinya tentunya adalah waktu, tenaga, dan kemudain wilayah yang mereka miliki. Jadi mereka menentukan di mana kebun komunitasnya, kemudian mereka menentukan siapa yang akan mengerjakan ini, kapan, di mana, terus bagaimana caranya, pelatihannya kapan, dan segala macamnya. Itu sih, jadi semuanya next step setelah diskusi adalah memetakan potensi, kemudian dari pemetaan potensi itu tadi dilanjutkan ke pembagian peran.”
P:	“Kemudian ketika sudah pembagian peran tersebut, langkah selanjutnya yang dilakukan itu apa Bu?”
NR3:	“Tentunya melaksanakan kegiatannya ya mba hahaha. Kegiatan yang dilakukan tuh banyak banget ya. Dari pelatihan aja udah gak keitung ya, dari

	<p>mulai composting, panen, pasca panen, itu banyak banget. Sekarang udah mulai masuk ke eco-enzim, atau pemanfaatan fermentasi kulit buah. Kemudian ada hari berkebun, mereka berkebun kita temenin. Kemudian ada lomba-lomba kebun terbaik, ada berapa kali kita seru-seruan ikut dan bikin lomba kebun, kemudian apa lagi ya, ada mereka belajar pelatihan tentang merancang kebun. Jadi bagian sebelah mana dibikin tanaman apa, tapi dengan ilmu ya, bukan sekadar asal. Misalnya bikin perimeter serangga yang natural, biar gak dimakan sama belalang gitu sayurannya, mereka belajar untuk mengusir serangga supaya tidak merusak kebun. Banyak sih kalau dihitung-hitung apa yang sudah dikerjain sama masyarakat di sana.”</p>
P:	<p>“Skill-skill yang diajarin banyak banget ya Bu.”</p>
NR3:	<p>“Iya banyak, karena kita kan berkebun tadi tujuannya juga menyelamatkan lingkungan. Jangan sampai malah apa yang kita lakukan merusak lingkungan. Jangan sampai masyarakat malah pakai pestisida atau pakai bahan kimia yang merusak tanah, itu kan gak lucu. Jadi mereka mau gak mau harus belajar pestisida alami, bagaimana pupuknya juga buatan sendiri. Supaya selaras tadi, karena tujuan besarnya pengen menyelamatkan lingkungan gitu.”</p>
P:	<p>“Berarti tanaman-tanumannya itu dibuat organik gitu ya bu?”</p>
NR3:	<p>“Iya, kalo claim purely organik sebenarnya belum bisa karena harus ada sertifikatnya ya. Bukan organik, tetapi kami menyebutnya pertanian permakultur, yaitu pertanian yang ramah terhadap lingkungan, ramah terhadap manusianya, ramah terhadap abiotik dan abiotik. Termasuk juga ramah terhadap makhluk di sekitarnya, bukan cuma manusianya. Itu sih, lebih tepatnya mungkin pertanian permakultur.”</p>
P:	<p>“Kemudian untuk pelatihannya sendiri itu selalu dibarengi dengan praktikkah? Atau sempat ada pelatihan <i>online</i>?”</p>
NR3:	<p>“Oh iya, kita gak pernah bikin pelatihan <i>online</i>, karena biasanya langsung praktik di kebun gitu ya. Nanti selanjutnya dievaluasi, dimonitoring, bener gak nih hasil-hasil pelatihan yang diterapkan gitu.”</p>
P:	<p>“Berarti prosesnya adalah masyarakat diajarkan, diedukasi, kemudian langsung ke kebun atau di rumah kreasi untuk praktik gitu ya bu.</p> <p>Oke, kemudian sejauh ini keuntungan yang mungkin dirasakan oleh Salam Rancage dalam pelaksanaan program Urban Farming Bu?”</p>

NR3:	<p>“Aa, tadi kalo keuntungan terbesar bagi kami adalah sedikit besar adalah ini menjadi membuat kami belajar banyak. Karena tujuan besar kami adalah membuat dampak di masyarakat, dengan berdampak itu kan kami juga belajar, gimana ya bangun dampak sosial di masyarakat itu. Nah itu kan dilakukan dengan proses di Kampung Kreasi ini kami juga banyak belajar, “oh ternyata begini ya”, jadi memperbanyak jam terbang kami bersama masyarakat, itu juga menjadi salah satu keuntungan bagi kami yang kami rasakan paling besar itu ya. Jadi kami punya arena berlatih gitu ya, untuk membangun dampak di masyarakat melalui program ini.”</p>
P:	<p>“Oke, jadi ada proses researchnya juga ya Bu, ketika misal membuat pupuk cair itu baiknya gimana sih, cara-caranya, trial dan error juga ya bu. Biar mengajarkan masyarakatnya juga enak gitu.”</p>
NR3:	<p>“Iyaa, jadi prinsipnya masyarakat belajar, kami juga ikutan belajar juga. Jadi nambah ilmu juga gitu sih mba.”</p>
P:	<p>“Oke, tadi juga disbutin kalau selama ini pelatihannya kan ketemu langsung ya bu. Kalau selama covid kemarin programnya itu terus berjalan atau sempat berhenti gitu bu?”</p>
NR3:	<p>“Kalau selama covid itu akhirnya kita stop dulu, paling kontak secara personal aja dengan ibu-ibu di sana. Diserahkan langsung ke masyarakat, kemudian masyarakat juga yang lanjutin programnya sendiri tanpa pendampingan kami. Karena situasinya juga kami tidak memungkinkan ke sana, karena walaupun online pelatihannya gak nendang ya, kalau pelatihan urban farming gak praktek kan agak gimana gitu ya. Jadi akhirnya kita suspend dulu. Waktu itu juga kan malah di Kompas kan zonanya zona hitam ya, jadi semakin sulit.”</p>
P:	<p>“Kalau sejauh ini kendala yang dirasakan dalam pelaksanaan programnya itu kira-kira apa ya bu?”</p>
NR3:	<p>“Iya, kendala terbesar untuk kami ya itu jarak. Karena kita jauh, kita itu dari Bogor, jadi memang intensitas kami menemani ke sana itu juga costly lumayan besar gitu ya. Kemudian energinya juga harus lebih banyak, karena itu tadi jaraknya jauh. Energi dari teman-teman Salam Rancage dalam menemani masyarakat itu harus lebih banyak, kendala terbesar sih itu. Jarak dan intensitas pendampingan itu maslaahnya, jadi kami gak bisa sesering itu mendampingi mereka yang di sana seperti peserta lainnya yang di area Bogor. Itu sih, tapi di sisi lain jadi buat mereka semakin mandiri dan bisa mengelolanya, memotori, dan menjalankannya sendiri tanpa dampingan kami. Kami paling memberikan pelatihan, dengan intensitasnya kurang</p>

	lebih setiap bulan satu kali, itu kami usahakan ada. Gitu sih mba.”
P:	“Kemudian, hal yang sekiranya bisa diperbaiki dalam pelaksanaan program urban farming ini dalam perspektif Salam Rancage apa ya bu?”
NR3:	“Hmm, mungkin yang harus diperbaiki kalau dari kami sih itu terutama diintensitas dan keterlibatan masyarakat yang lebih banyak lagi. Karena itu tadi, karena mungkin intensitasnya kurang, jadi masyarakat yang terlibat juga jadi cenderung itu-itu aja. Daya tertularnya sih yang belum optimal. Kemudian yang berikutnya memang harus ada effort untuk membangun kebun komunitas ya, nah itu costly banget ya. Untuk membangun semakin banyak kebun komunitas ini dengan keterbatasan lahan di sana gitu. Menyiasatnya lumayan tricky dengan lahan super terbatas itu, supaya hasil lahannya bisa tetap optimal.”
P:	“Dalam rancangan ini, apakah ada transparansi program yang diberikan kepada masyarakat?”
NR3:	“Oh ya, transparansi karena kan apa yang kita lakukan itu kan selalu melibatkan mereka ya dalam pengambilan keputusan itu kita mau ngapain, ingin seperti apa diprogram ini berjalan, jadi selalu dibangun komunikasi dengan masyarakat, maupun komunikasi Salam Rancage dengan Kompas Gramedianya. Dibangun gerakan bersamanya gitu, berbagi perannya, kejelasannya seperti apa, kejelasan kolaborasi potensinya seperti apa juga kita bicarakan.”
P:	“Berarti transparansinya secara verbal gitu ya bu? Berbentuk diskusi ya bu?”
NR3:	“Iya, di dalam diskusi itu kan lebih enak, jadi ketika ada data yang harus kita buka kan bisa dibuka didiskusi itu. Dari diskusi itu biasanya ada reportnya kok mba, setiap diskusi biasanya ada report tertulisnya, seperti notulensi. Ada alat ukurnya juga yang kita terapkan, misalkan alat ukur sosialnya itu seperti apa, seperti itu sih. Tapi mungkin terkait hal ini tidak bisa kita buka lebih dalam, punten ya Mba Wulan.”
P:	“Baik, gak masalah bu. Pertanyaan terakhir dari saya, kemudian rancangan jangka pendek dan jangka panjang urban farming ini akan dibuat seperti apa ya Bu?”
NR3:	“Kalau jangka pendek, sebenarnya rancangannya ada di Mas Ardi juga. Rancangan program urban farmingnya ya, kalau jangka panjangnya itu tetep ke isu sustainable communities. Jadi urban farmingnya lebih ke arah growing ke arah yang sustainable tadi, baik secara teknik maupun secara

	pergerakan. Jadi masyarakatnya semakin besar, semakin banyak masyarakat yang terlibat, kemudian semakin variatif jenis-jenis tanaman yang mereka tanam di kebun.”
P:	“Sekiranya pertanyaan dari saya cukup Ibu.”
NR3:	“Nah sip-sip, maaf ya mba saya juga agak buru-buru karena mau ada kegiatan, maaf juga tadi saya terlambat.”
P:	“Iya gak papa bu, terima kasih untuk waktu dan ketersediaannya. Pasti sibuk dan padet juga nih kegiatan Salam Rancage.”
NR3:	“Siap, semoga lancar ya sidangnya, skripsinya, dapet A+ hahahhaa, bisa bermanfaat skripsinya gitu ya. Semangat ya.”
P:	“Baik, terima kasih banyak Bu Aling, selamat melanjutkan aktivitas.”
NR3:	“Saya izin keluar ya, Wa’alaikumsalam.”
P:	“Iya bu.”

Identitas:

NR4: Ketua PKK dan Ketua Kader Urban Farming

P:	“Halo Bu Widya, akhirnya ketemu lagi. Apa kabar Ibu?”
NR4:	“Halo Mba Wulan. Alhamdulillah baik, Mba Wulan gimana? Sekarang jadinya stay di mana mba?”
P:	“Saya di belakang TV Bu. Sebelumnya terima kasih ya bu sudah bersedia saya wawancara. Jadi saya mau mau tanya-tanya tentang Urban Farming Kompas nih bu. Saya izin rekam boleh ya?”
NR4:	“Boleh silakan Mba Wulan, mau tanya-tanya apa nih? Ini untuk skripsi atau apa mba? Mba Wulan sendiri aja atau ada temen-temen lain?”
P:	“Iya untuk skripsi bu, saya sendiri aja hahaha. Jadi saya mau angkat tentang Urban Farming Kompas, dan kegiatan yang dilakuin sama ibu-ibu kader nih. Pertanyaannya teerkait kegiatan dan persiapan-persiapannya sih bu, sama dulu sejarahnya gimana gitu.”
NR4:	“Boleh mba, tapi nanti mungkin bisa nanya sama ibu-ibu yang lain juga ya,

	saya takutnya lupa. Jadi kita ngobrol santai aja sama ibu-ibu lain juga.”
P:	“Oh ya boleh bu nanti saya tanya sama ibu-ibu yang lain juga. Mungkin buat gambaran awal nih Bu. Sekiranya hubungan Kompas sama masyarakat sekitar khususnya ibu-ibu ini gimana sih? Apa yang ibu rasain?”
NR4:	“Sejauh ini baik Mba Wulan. Kompas di sini kan udah lama banget ya mba. Tapi kalo yang aktif-aktifnya sekitar tahun 2015 sih yang saya rasain dulu kita baru mulai banyak kerja sama, banyak program-program Kompas yang ngelibatin ibu-ibu gitu. Dari zamannya Mas Azmi noh, sampe sekarang ada Mas Ardi.”
P:	“Awalnya dari Kompas bangun hubungan atau programnya gimana bu?”
NR4:	“Dulu awalnya program aja sih mba terus kita diajakin gitu kan sama Kompas, diajarin macem-macem, dari Bank Sampah, Kampung Kreasi, ampe sekarang diajakin berkebun kaya Urban Farming ini.”
P:	“Kegiatan urban farmingnya ada dari kapan sih bu?”
NR4:	“Dari 1900.. Hahahaha, dari 2016 Mba Wulan, awalnya berdiri dari Bank Sampah itu 2016 eh 2017 deng. Urban Farming Kompas kan ada tiga apa ya mba, cuma ya kita ini yang paling aktif ya kalo yang saya liat, bukan sombong loh mba, tapi di RW lain gak sebesar punya kita. Coba nanti tanya ke Mas Ardi.”
P:	“Hahaha siap bu, terus kalo awalnya bisa ada kebunnya di sini itu gimana bu?”
NR4:	“Karena dulu ini orang Kompas ini suruh bikin urban farming. Kita diajak sih buat keliling liat kondisi sekitar gimana, terus nemuin banyak sampah-sampah gitu sama gak ada yang ijo-ijo mba. Terus kebetulan kita dapet bantuan dari kompas buat beli bibit-bibitnya, teruskan dilombakan. Lomba urban farming dari kompas ada RW 06 sama RW 14 yang Grogol Utara, kalo Gelora kan RW 02. Nah, alhamdulillah yang menang ini RW 06, nah terus kita dapet uangnya 3,5 juta. Dari situ kita kembangin lagi. Tapi itu cuma sekali doang ya mba, dapet bantuan itu. Selanjutnya kita mandiri, yang ada aja deh kita kelola. Terus udah gitu di kelurahan itu dilombain juga mba, pertanian itu. Kalo di kelurahan kita bilanganya “PokJa” atau kelompok kerja. Nah di GU itu kan ada 16 RW, kita termasuk di dalamnya, kita dapet juara 1 juga pernah. Pernah juga juara 2 tapi saya lupa. Tapi sebenarnya kalo liat kondisinya sih mba, di sini kan ada bakaran sampah. Kalo menurut pemprov

	DKI tuh gak layak sebenarnya. Tapi karena di GU itu gak ada lagi yang punya lahan seperti kita ini, jadi ya cuma kita doang.”
P:	“Tapi di sini ada bakaran sampah gitu masih bisa tumbuh, bisa subur bu?”
NR4:	“Sebenarnya tanahnya sih ada batu-batuan. Sebenarnya sih awalnya ini kan tanah punya orang, nah orang itu sebenarnya awalnya ini tempat buang sampah mba. Nah buang sampah itu karena kita ngomong sama yang jaga kebon, yang jaga tanah ini, boleh gak kita izin mau nanem gitu. Akhirnya diizinkan tuh, akhirnya yaudah sampai sekarang seperti ini. Pokoknya di kelurahan tuh kita pernah menang dua kali, juara satu sama juara dua. Pertama juara dua, yang kedua juara satu. Nah karena pandemi gak ada kegiatan kan, terus ini baru mulai lagi.”
P:	“Pas waktu awal Kompas suruh buat urban farming, ibu-ibu langsung ayo bikin gitu apa bingung?”
NR4:	“Kita ini semua PKK mba semuanya. Sebenarnya itu awal terbentuknya itu sebelum ada urban farming kita itu diajak sama Mas Azmi itu, sebelumnya Mas Ardi, kita diajak itu mbak Kampung Koran. Kampung Koran itu binaannya Kompas Gramedia sama Salam Rancage. Kita diajarin menganyam mbak, saya bagian pelintingan, tapi bukan ngelinting ganja ya Hahahaha. Ngelinting koran, nah yang nganyam itu yang paling banyak ini Bu Eni, rekor dia paling banyak se RW. Hasilnya kan 20% dari penjualannya, jadi kita cuma ngerjain aja, tapi yang finishing jualnya itu Salam Rancage. Lakunya di luar mba, kaya sampe ke Amerika. Nah waktu itu aku pernah coba di sini, kita buat pameran, tapi kaga ada yang nanya. Biasanya gitu, responnya kurang. Kita juga gak boleh memperjualbelikan, jadi kita cuma nganyam aja. Ada loh hasilnya beberapa di Rumah Kreasi. Dulu hasilnya yang lumayan banyak ya Bu Eni, sama suaminya dia kolaborasi.”
P:	“Semangat ya bikinnya bu hahahhaa”
NR4:	“Nah bagiannya banyak, jadi kita ngelinting dulu mba, dari lintingan itu dianyam. Nah dari situ, kan lumayan tangan agak kaku-kaku tuh. Akhirnya anyaman tuh berhenti. Tapi berkebun sama bank sampah tetep berjalan sampe berjalan.”
P:	“Terus waktu disuruh bikin urban farming diajarin dulu bu?”

NR4:	<p>“Iya diajarin dulu. Itu dulu kita dari IPB yang dari Bogor, sama Aa Hamzah. Terus sama Pak Suropati dari Bogor juga mba. Pokoknya diajarin bercocok tanam, pembuatan ecoenzim, sampai pembuatan mol yang kita mau bikin ini. Waktu tempo hari kita juga diajak ke daerah Bogor mbak, ke tempat pembuatan margot gitu dari ini mbak, dari sampah mbak. Dari sampah-sampah organik, ambil sisa-sisa makanannya, dari telur, tissue, dan lain-lain. Lebih jelasnya nanti tanya Bu Eni, dia lebih ngerti noh. Gitu mbak.”</p>
P:	<p>“Terus kalo pelatihan bareng sama Salam Rancage?”</p>
NR4:	<p>“Dulunya. Kita masih sih, sebenarnya kalo untuk berkebun ini masih, masih ada kerja sama. Cuma kan tergantung Kompasnya mbak, jadi kan kita CS an sama Kompas. Sebenarnya udah sama kaya yang diajarin sama Mas Azmi, waktu sama dia juga udah kerja sama sama Salam Rancage, nanti ditunjuk lagi siapa yang ahli di dalamnya, nanti diajarin. Kalo sekarang kita Salam Rancage yang ngajarin Pak Somad, itu RT di Bogor. Kita juga pernah berkunjung ke sana, liat tanaman-tanaman mereka juga gitu.”</p>
P:	<p>“Waktu diajarin gitu kaya bingung atau kendalanya apa bu?”</p>
NR4:	<p>“Ya awalnya sih emang bingung, tapi kan kita bisa bertanya. Tapi ya kita lama-lama terbiasa jadi yaudah. Tempo hari kita sempet dikasih bantuan cabe 50 pot dari trashbag, tapi gak ada yang hidup karena bawahnya cuma sekam doang gak ada tanahnya. Jadi pada mati semua dari Dinas KPKP (Dinas Ketahanan Pangan, Kelautan dan Pertanian), jadi yaudah mati semua, yang ada ya yang waktu kita mandiri aja. Waktu yang bantuan dari Kompas sama yang kita mandiri aja gitu paling. Dulu sih panennya cabe pernah panen banyak, terong, terus kangkung, bayem, timun, daun singkong. Kita kemarin masak ngolah singkong, kemarin kan ada kerja bakti nih. Terus kita cabut satu singkong dapetnya banyak, buat rame-rame.”</p>
P:	<p>“Oh gitu bu, terus kalo hasil panennya biasanya diapain bu?”</p>
NR4:	<p>“Biasanya kita jual, ada yang kasih ke kader juga. Kalo banyak kita nawarin ke Pecel Lele juga. Kalau limau tuh misal kita tawarin ke Pecel Lele terus kita juga tawarin ke Gado-gado, ya lumayan sih sekilo 35 ribu. Yang megang uang nya ini nih, bendaharanya. Kita juga baru panen pisang, kangkung, sama cabe mbak. Kalo kangkung tuh sayangnya sekali panen habis.”</p>
P:	<p>“Oyaa, kalo cabe terus ya bu?”</p>
NR4:	<p>“Iyaa, kalo cabe kan terus-terusan. Batangnya juga berapa kali masih bisa</p>

	tumbuh. Kalo cabe panen terus bagus mbak, tapi kan dia juga tetep ada masanya. Banyak tuh cabe bisa berkilo-kilo, sama terong juga. Makannya kita sering masak terong balado hahahaha. Sekarang terongnya udah ga ada, paling limau sama kangkung.”
P:	“Ini yang ngurusin ibu-ibu sendiri semuanya?”
NR4:	“Iya kita-kita aja mbak, kebetulan kalo di PKK itu kan ada beberapa bagian mbak. Kalo anggota satu itu kan bidangnya agama, kaya pengajian. Kalo anggota dua itu kreasi, kaya pembuatan makanan, kerajinan, menganyam. Pokoknya kreasi buat-buat apa gitu, nah itu Bu Ida. Terus kalo anggota tiga itu Bu Keshi, itu poktan kelompok tani, jadi ya ngurusin taneman-tanaman gitu, termasuk Bank Sampah juga anggota tiga bagiannya. Kalo anggota empat itu Posyandu, Bu Eni ketuanya. Kalo saya ketua PKK nya yang memantau. Kalo Posyandunya pernah juara dua. Jadi yang pernah juara tuh anggota dua, karena kita menganyam sama anggota tiga dua kali juara poktan, sama posyandu. Posyandu di sini ada dua mba, satunya di deket pos RW, satunya di deket rumah Bu Eni. Belum pernah ya?”
P:	“Belum bu.”
NR4:	“Nah itu kita posyandu biasanya setiap Kamis minggu kedua, jadwalnya barengan. Kenapa ada dua, biar gak kejauhan, karena balitanya kan juga banyak. Tadinya malah ada tiga mbak, tapi karena yang di pos satunya cuma ada beberapa aja jadi ditutup dan digabung sama yang di Pos RW. Apa lagi Mba Wulan? Gak nanya ulang tahun kita? Hahahaha”
P:	“Hahahaha boleh ibuu. Saya surprisein nanti bu ke rumah. Ibunya asli Jakarta?”
NR4:	“Saya mah iya mbak. Rumahnya di kolong langit, hahaha. Kalo mba Wulan dulu magang di Kompas berapa lama di bagian apanya mbak sama staynya di gedung mana?”
P:	“Saya di Corcomm bu, tapi di bagian Humasnya di Menara.”
NR4:	“Oh Menara udah buka ya mba, tapi belum semua lantai kan? Kemarin Selasa tuh kita ada Bank Sampah ya di sini. Udah disiapin semua makanannya, tapi Mas Ardi sama Mas Kimung gak datang. Udah dimasakin juga hahahaha malah ada rapat katanya.”
P:	“Iya sibuk ya bu mereka hahaha. Kalau Menara memang belum semua bu dibukanya, tapi Humas dan CSR udah di 17 sekarang.”

NR4:	“Oh gitu, mba anak seberapa? Anak bontot? Sensus sekalian ini hahahaha.”
P:	“Hahaha, saya anak pertama bu dari dua bersaudara. Siapa tau mau jadi warga sini ya bu. Eh ibu selain Kampung Koran sama Urban Farming Kompas ada kegiatan apa lagi bu di sini?”
NR4:	“Oh ya mba, Kompas kasih bantuan Kacang Ijo sama Susu.”
Mas Kimung:	“Masih ya bu sampe sekarang? Bukan dikasih uang ya?”
NR4:	“Bukan berupa uang mas, langsung dikasih kacang ijo sama susunya. Ngambilnya di koperasi, sama gula merah juga. Dapetnya tiga macem. Terus sekarang juga lagi sibuk ngurusin stunting mba, karena ada acuan gubernur kan. Disenggol juga tuh Kompas ya haha, jadi gercep kita ngurusin di Posyandu.”
P:	“Hahaha, semangat ibu-ibu strong ya. Oya bu kemarin awal tahun sempet kegiatan di Bogor ya bu sama Kompas? Saya liat di Instagram”
NR4:	“Oh ya itu rame-rame noh kita ke sana. Ada nih ke Bogor, aku liat dulu ya. Sama mentor kamu juga itu, terus ini si Mas Irvan jatuh kepleset hahahaha, jadi inget kan. 23 minggu yang lalu dah pokoknya.”
P:	“Belajar apa aja bu di sana?”
NR4:	“Waktu di Bogor kita jalan-jalan mba sama RW lainnya juga ngeliat ke kebun-kebun yang lebih bagus bareng sama Salam Rancage tuh. Kita ke Pasar Dongko mba, kalo ditanya belajar apa ya belajar gimana mereka bisa bagus sampe sekarang, fokusnya di ngolah sampah dan kebun biar bisa jadi produk yang ekonomis gitu mba.”
P:	“Itu praktek juga ya bu berarti?”
NR4:	“Iya dong mba kita mah banyakan praktek, biar kalo diajarin langsung ngerti, langsung belajar gitu mba. nanti dipraktikin lagi waktu udah balik di sini.”
P:	“Oh gituu, terus ibu-ibu ini sering kumpul dan prakteknya di kreasi ya?”
NR4:	“Iya kalo ada kegiatan aja sih mba, kalo ga ada kegiatan ya kita di wilayah masing-masing. Kalo dulu waktu zaman-zamannya Mas Zaenal dulu kita sering ke kreasi bikin bross, terus diajarin demo-demo masak juga, dari Chef

	gitu. Jadi diajarin tata boga juga gitu di rumah kreasi, terus dari situ baru deh kita diajarin Kampung Koran sama nanem Urban Farming ini. Awal-awalnya ya masak langsung praktek.”
P:	“Oh gitu, terus sampai sekarang sama Kompas gimana bu? Masih dapet bantuan-bantuan gitu gak sih bu?”
NR4:	“Kalo rutin sih enggak, kita udah jalan sendiri. Kalo kita butuh apa aja kita komunikasiin. Kadang mereka bantu buat liat kita butuhnya apa, tapi ya gak sesering dulu, udah diolah-olah aja sendiri gitu.”
P:	“Tapi kalo misalnya panen atau apa gitu urusin sendiri bu? Buat sendiri juga hasil panennya?”
NR4:	“Iya, dijual-jual sendiri sih, makan juga rame-rame.”
P:	“Kalau sejauh ini tanggapan ibu sama program-program Kompas yang diberikan ke ibu-ibu sekalian gimana perasaannya?”
NR4:	“Ya kalo program-programnya bagus mba, saya seneng sih Mba Wulan. Ibu-ibu PKK juga jadi sering kumpul barneg, jadi ada kegiatan lain. Terus juga diajarin macem-macem jadi bisa banyak hal juga. Kaya bikin sabun, nanem, menganyam gitu. Kegiatan yang dari Kompas juga diskusiin sama kita dulu mba sebelumnya, jadi nanya kita butuhnya apa, terus didiskusiin diobrolin gitu Mba Wulan.”
P:	“Oh gitu ya bu, jadi diliat dulu permasalahannya dari awal dan keresahannya ibu-ibu itu apa ya?”
NR4:	“Bener mba, kita obrolin waktu di Kreasi noh biasanya atau ya gini-gini nih di kebun, sambil makan-makan bareng gitu mba. Jadi kan enak buat semuanya. Ibu-ibu PKK ini mah juga sibuk mba, banyak kegiatannya, biar enak kan tau kegiatannya apa aja, jadi bisa dijalanin rutin.”
P:	“Kalau perbedaan yang dirasakan sebelum dan sesudah Urban Farming ada gak sih bu?”
NR4:	“Ada Mba Wulan, kita jadi bisa nanem tanaman sendiri, terus diajarin macem-macem kaya molekir ini. Hasilnya kan dimakan sendiri sama ibu-ibu kader, kadang bisa dijualin juga mba.”
P:	“Terus pembagian peran ibu-ibu sama Kompasnya gimana tuh bu?”
NR4:	“Kalo perannya mah ya gini-gini aja mba. Kita yang ngerjain sendiri hahaha.”

	Kompas paling ini mba kaya mingguan aja dateng ngunjungin kebon, makan bareng gitu. Kalo butuh apa-apa baru kita obrolin lagi, banyak ngobrolnya di grup sih Mba. Sama kalo ada pelatihan juga Mba Wulan, tapi udah gak sesering dulu lagi. Bareng sama itu noh Salam Rancage juga.”
P:	“Oh iya Bu, tadi udah semept dibahas ya yang pelatihan itu. Jadi kalo perannya ya Kompas berarti support gitu ya Bu? Kalo urusan kebun udah dipercayain sepenuhnya ke ibu-ibu sendiri gitu?”
NR4:	“Iya mba, kek nanem apa gitu ya kita tentuin sendiri. Sebelumnya tapi ya udah diajarin, kan ada teori-teorinya tuh. Terus kalo butuh beli apa-apa gitu ya kita obrolin ke Kompasnya.”
P:	“Jadi ada transparansinya juga bu dari Kompas ke ibu-ibu?”
NR4:	“Transparansi tu gimana nih mba? Kalo misal penjualan berapa hasil berapa gitu mah kaga ada. Paling kaya catetan-catetan aja yang dibacain kalo di Kreasi abis latihan, terus kita ngobrol-ngobrol bareng Salam Rancage sama Kompasnya. Sama paling bahas tentang kegiatan selanjutnya gimana gitunya, apa yang mau diajarin.”
P:	“Oalah, jadi transparansinya lebih ke kegiatan-kegiatan dan perencanaan ke depannya ya bu. Kalo dari Ibu sendiri, harapan kegiatan buat ke depannya gimana bu?”
NR4:	“Kalo saya mah harapannya bisa jalan kaya dulu sebelum covid mba, dulu udah bagus, banyak hasil panennya bisa dijualin. Terus juga biar warga sekitar sama-sama aktif, gak ibu-ibu PKK nya doang. Susah loh mba biar yang lain mau pada ikutan. Kan ibu-ibu PKK juga pada punya kegiatan sendiri ya. Tapi ya seneng, cuma biar yang lain juga ikut terlibat gitu loh.”
P:	“Hahaha, iya kesadarannya mau terlibatnya belum terlalu kena ya bu sama yang lainnya. Jadi harapannya juga bisa dijualin ke luar-luar gitu ya bu untuk hasil panennya?”
NR4:	“Iya mba, cuma di sini susah. Jadi nanti Mba Wulan bantu buat promosiin juga ya mba, siapa tau di Jogja lebih rame kan yang mau pada beli. hahahaha. Sama molekir ini mba kan bagus ya sebenarnya, cuma kalo di jual ke warga sekitar mah gak laku. Harus di luar daerah sini, tapi aksesnya belum bisa ke sana.”
P:	“Iya sih bu, padahal prospeknya bagus banget itu buat pupuk cairnya.”
NR4:	“Nah makannya Mba Wulan nanti bawa terus promosiin di Instagram ya

	mba.”
P:	“Hahahaha siap Bu kalo gitu, nanti kita kontakan buat jualannya ya bu. Saya bantuin nih.”
NR4:	“Beneran loh mba ahahha, nanti lewat Bu Asih aja noh dia sering ke Wonosari terus main-main ke Jogja juga.”
P:	“Siap bu hahahaha. Bu Widya, terima kasih banyak ya Bu sudah mau ditanya-tanya, cerita-cerita gini loh.”
NR4:	“Gak gratis ya Mba Wulan hahahaha, bercanda aja ya mba. Saya juga terima kasih sudah perhatian sama kami. Sering-sering main ke sini ya mba. Maaf semisalkan saya atau ibu-ibu laina da salah kata jangan dimasukin ke hati yaa. Sukses Mba Wulan skripsinyaa.”
P:	“Iya bu, saya yang terima kasih banyak loh, semoga bisa ketemu lagi di lain kesempatan ya bu. Sukses selalu untuk urban farming dan kegiatan ibu-ibu PKK lainnya. Semisalkan saya kontak lewat WhatsApp lagi gak papa ya bu hahaha.”

Identitas:

NR5: PokTan PKK dan Kader Urban Farming

NR6: Kader Urban Farming

P:	“Halo Bu Keshi, salam kenal. Saya mau tanya-tanya ke ibu juga boleh ya bu..”
NR5:	“Boleh dong mbaa, gimana-gimana?”
P:	“Iya, ibu kan bagian poktan ya di PKK gitu, udah berapa lama bu? Sama ada batas pengurusannya gak sih?”
NR5:	“Kalo PKK kan lebih sukarela lagi, no fee. Kapan kita panen itu ecoenzim. Udah lewat tanggal panen itu ecoenzimnya. Kalo udah dipanen, disaring, itu kan seumur hidup. 15 Galon tuh, 150Liter. Sini Pak Wal, sekalian ngobrol.”
NR6:	“Mba Wulan asalnya dari mana mba?”

P:	“Saya dari Jogja, pak.”
NR6:	“Dari Jogja? Masih kuliah??”
P:	“Iya pak, saya di Atma Jaya lagi skripsian ini.”
NR6:	“Yang dekat bandara itu ya? Banyak kost-kostan kan di sana? Dulu ponakan saya nge kost di dekat sana.”
P:	“Oh iya pak? Bapak aslinya dari mana?”
NR6:	“Saya dari Jawa, aslinya Purworejo, dekat sama Jogja. Ibu yang ini Kutoarjo, yang ini Klaten, Wonogiri, Sragen.”
P:	“Waa bisa kumpul semua di sini ya pak hahahaha. Ngomongnya Bahasa Jawa dong.”
NR6:	“Lah iyaa, orang di Klaten aja anak-anak ini bisa ngomong Jawa.”
P:	“Bapak sering ke sini setiap hari?”
NR6:	“Iya, lah saya ini nemenin ini mereka-mereka.”
NR5:	“Beliau ini maestro.”
P:	“Hahaha, ngikutin dari awal banget juga berarti ya pak?”
NR6:	“Iyaa. Ini kan puing tadinya mbak. Puing di sini, itu ibu-ibu semua yang kerjain dulu, ibu-ibu semua. Puing, semak belukar, tanah-tanah kering, taneman semua mati di sini. Awalnya dulu ibu-ibu ini dulu yang gerak, mereka mulai dari Kampung Kreasi, belajar dulu kan mba, tentang sampah awalnya, terus ngayam juga. Ngayam-ngayam koran, itu yang hasilnya ada di Rumah Kreasi juga. Jadi berkesinambungan. ”
NR5:	“Iya jadi kita awalnya izin sama yang punya perusahaan noh. Dulu kita spotnya di depan mba, cuma banyak kendala kan. Terus dapet lokasi di sini, kita semai, dulunya semak belukar. Akhirnya kita kerja bakti tuh, tahun 2017. Awalnya kan kita belajar menganyam, terus berkesinambungan, belajar ngolah satu jenis limbah dulu, kan banyak tuh belajar ngolah sampah di Bank Sampah dulu, baru ke Urban Farming.”
P:	“Kok bisa ke Urban Farming akhirnya?”
NR5:	“Iya dari Bank Sampah, itu kan kita belajar bisa nyambungannya ke sini aap. Kita belajar manfaatin barang-barang bekasnya. Sebetulnya awalnya mula

	urban farming bukan kenapa bisa tapi emang ingin dan ini yang kita butuh.
P:	Oh berarti dari masyarakat dari ibu-ibu sekalian juga ya.
NR5:	Dari Kompas Gramedia dengan Salam Rancage juga gitu. Kita kan udah di lingkungan alam nih, terus kita lanjutin bareng-bareng kaya yuk kita bikin urban farming. Ada arahan juga dari pemerintahan juga, dulu kita masih pake pupuk kimia, sekarang kita pake yang alami.
P:	Berarti ini organik semua bu?
NR5:	Iya organik.
P:	Wah kalo dijual lumayan loh bu, mahal harusnya. Dibawa keluar bisa tuh bu.
NR5:	Jeruk limun tuh kita metik udah mau sebulan, masih bagus tuh sampe sekarang. Kalo hasil kebun tuh beda sama kalo kita beli di pasar. Apapun, kalo disimpannya pun di kulkas juga lebih lama. Kaya cabe juga begitu. Lebih tahan juga.
P:	Terus kalo dijual-jualin gitu, dijualin ke warga sekitar doang bu?
NR5:	Ya dulu kalo kita panen tuh luar biasa memuaskan di awal-awal. Dulu kita pake polybag, karena kita menyadari kan kalo ini kurang bagus tanahnya bekas puing, dulu sampe kita punya terong itu 50 pohon, cabe 50 pohon, tomat segitu juga, dan itu panen semua. Sekarang kaga, mungkin karena kondisi alamnya kurang bagus ya, jadi panennya juga kurang. Sampe sekarang juga belum sih.
P:	Belum sebagus pas awal-awal ya bu.
NR5:	Kita tadinya mau kaya awal, pake polybag. Cuman kan butuh biaya yang lebih besar.
P:	Iya sih, terus kan sampah juga ya bu, karena pakai plastik.
NR5:	Iya, sebenarnya lebih aman dari pada langsung kena tanah ke bawah. Cuma kita butuh ekstra biaya dan kalo polybag harusnya digonta-ganti rutin. Harusnya begitu, cuman ya itu duit juga, butuh dana.
P:	Sampe sekarang sama Salam Rancage diajarin apa aja bu?
NR5:	Banyak, dari 0 kita diajarin. Diajarin nyemai, semuanya deh.

NR6:	Kita bikin ecoenzim juga.
P:	Ecoenzim itu apa pak?
NR6:	Ecoenzim itu yang digalon tuh ecoenzim. Bedanya, berbeda dengan MOL, Ecoenzim itu dibuat dari bahan-bahan sisa buah, tapi dia yang bersih. Kalo MOL itu yang udah busuk. Ini ecoenzim yang lebih steril, ibaratnya gitu dan bisa buat cuci piring, disinfektan gitu. Dia pemakaiannya lebih luas, buat cuci piring, pel lantai, pakai ecoenzim.
P:	Oh gitu, kalo konsumsi juga pak?
NR6:	Kalo konsumsi engga, karena tingkat kebiasaannya tinggi. Tidak dianjurkan sih.
P:	Kena kulit gapapa ya?
NR6:	Iya, buat detox juga bisa mba. Misalnya biar peredaran darah lancar. Terus cara bikinnya juga beda mba, kalo ini bahan standar internasional. Kan ini penemunya dari Thailand ini, namanya susah saya ga apal.
P:	Hahahaha, buat ini juga diajarin pak?
NR5:	Sebetulnya, ini udah banyak yang buat. Cuman kan kepraktisan cara bikin orang beda-beda.
P:	Sebenarnya kalo udah berjalan, turin gitu dan didistribusiin itu bisa dapet income yang gede loh bu.
NR5:	Kesadaran masyarakat dan menggunakan itu yang minim mbak. Kaya masih ragu gitu padahal bagus.
NR6:	Ini tuh udah diakuin sama FAO kaya organisasi pertanian internasional gitu mba. Ini sebenarnya udah banyak yang bikin mba, termasuk MOL itu udah banyak banget. Apa lagi buat pencinta lingkungan untuk menyelamatkan bumi kita gitu, udah familiar banget.
NR5:	Cuman ya itu tadi mba, masih belum sadar aja masyarakatnya, masih asing kalo di daerah sini pake ginian. Ini dari Salam Rancage tinggal satu nih yang belum kita praktekan, itu bikin sabun.
P:	Pernah coba tapi bu?
NR5:	Pernah waktu pelatihan kan buat, tapi dipraktekkan sendiri belum karena

	bahan-bahannya susah ga ada punya kita.
NR6:	Tapi belum berani nyoba buat area mata, karena wajah kan lebih sensitif juga ya. Wanginya enak loh mba, tapi yang dipake itu busanya, jadi nanti dikocok dulu gitu.
NR5:	Nah sabun ini kita juga nanem sendiri bahannya, tapi baru satu yang kita tanem namanya daun nilam. Ini yang ngehasilin aroma harumnya. Bahannya daun nilam, ekor bajing, terus sereh, banyak.
P:	Kalo coba-coba praktek bikin-bikin gitu, ibu-ibu bikinnya di mana?
NR5:	Di sini. Karena kan kalo di sini tuh siapa aja boleh ikut sebenarnya, kita welcome. Kalo di rumah kan takutnya ganggu keluarga sama kejauhan juga.
NR6:	Lumayan lah sekalian liat yang ijo-ijo.
P:	Iya, saya dulu di sini beberapa bulan mau liat alam atau yang ijo-ijo gitu susah loh pak.
NR5:	Harusnya ke sini aja mba hahaha. Cuman beda mentor ya. Eh Mba Wulan itu kupu-kupu tuh di foto.
NR6:	Nah, itu kita diajarin juga. Kebetulan itu kan sebagai tanaman eforbia buat mengusir hama dan membantu penyerbukan gitu. Jadi menarik serangga datang.
NR5:	Iya bener mba, coba itu liat aja di sana sama Pak Wal sekalian.
P:	Ini ada apa aja pak tanemannya?
NR6:	Di sini ada cabe, ada terong, ada ubi, ada jeruk, melon, ada jeruk nipis, ada jeruk limau, ada sawo. Kita nanem, pete juga ada!
P:	Yang bisa ditanem di sini semuanya bisa?
NR6:	Bisa!
P:	Bibit-bibitnya ini dari mana pak?
NR6:	Beli, kadang dari ibu-ibu juga suka bawa. Kaya ini bawang merah dari Bu Eni yang bawa, cuman ini yang agak susah itu cabe. Cabe tuh selalu gagal saya, liat nih kita tanem cabe sama terong bareng, tapi kalo dibandingin cabe pertumbuhannya begitu. Kita lagi mau nanya ahlinya sih, apakah pengaruh cuaca, atau apa kita belum tau. Tapi sampe sekarang kalo masalah tanah

	udah bagus sih kalo kata dari ahlinya.
P:	Loh kemarin katanya sebelumnya dari puing-puing gitu ya pak?
NR6:	Iya puing-puing, khusus puing bahkan masih keliatan nih masih ada beberapa yang puing.
P:	Oh tapi gitu sekarang udah bagus? Udah aman buat taneman pak?
NR6:	Iya, ini dulu puingnya saya angkat, lalu kita isi media tanam, kasih tanah. Diangkat kurang lebih dalemnya 30cm gitu lah. Terus puingnya dikelurin, baru dikasih tanah.
P:	Lah ini kan punya orang, terus udah dibeli sama Kompas apa gimana pak?
NR6:	Belum, ini masih izin sama mereka. Diperbolehkan malah mereka justru nyuruh gitu ke saya, pak kalo bisa sampe tanah yang sana-sananya juga katanya.
P:	Sampe ke belakang sana itu ya.
NR6:	Iya, tapi sayangnya kan cowonya saya sendiri mba. Semuanya kan perempuan semua. Ini yang suka bantu saya nih, ini anak saya. Saya tiap hari tiap sore ke sini nih. Nih kita baru nanem kacang panjang, menjalar kan tuh, anggur juga.
P:	Oh gitu, oya pak kalo pelatihan gitu rutin gak sih pak?
NR6:	Udah enggak sekarang. Sekali-kali aja, paling ya itu yang ngajarin tuh Kompas yang nyari.
P:	Kalo Salam Rancage pak?
NR6:	Jarang sebenarnya, saya sih awal-awal ke sana emang ke Rancage di Bogor. Karena itu kan sekolahan ya, sekolahan alam. Orang bangunan-bangunannya semua dari bambu, anak didiknya juga udah tau lah mana yang sampah, udah dipisah-pisahin mana yang bisa diolah sama yang enggak.
P:	Oh gitu, keren-keren. Banyak belajar dong pak di sana buat bisa dipraktekin di sini.
NR6:	Iya mba lumayan sih kalo masalah itu. Cuman ya gini-gini aja mba sehari-hari di kebon.
P:	Tapi yang ngurusin cuma ibu-ibu ini sama bapak?

NR6:	Iya sama saya.
P:	Kalau sama masyarakat lain gimana pak?
NR6:	Wah enggak, ya itu emang susah mba. Saya udah survei kemana-mana mba, saya tanya di lingkungan emang susah untuk menumbuhkannya. Namanya diperkotaannya ya, beda dengan diperkampungan. Saya pernah ditanya dan diminta untuk buat semacam ini lagi tapi wah pak susah pak, orang-orangnya juga kurang, makannya perlu ada cara penyamapiannya yang bisa buat mereka tersentuh sih. Ada cara ngajaknya tertentu.
P:	Berarti kalo bapak seneng lah ya kalo ngelakuin ini?
NR6:	Saya seneng. Ya kebetulan saya dari desa sih jadi ya udah biasa, kan saya dari Purworejo, dari desa.
P:	Oh gitu, kalo bedanya dulu sebelum ada urban farming sama sekarang udah ada, ada bedanya gak pak yang kerasa?
NR6:	Ada dong, pertama kalo kita memang menyenangi gitu karena kita orang desa ya umumnya sih seneng sih. Kan ada yang seneng tapi pasif, tapi ada juga yang seneng tapi aktif, macem-macem. Ya seneng aja ngeliat, tapi gak aktif, kadang begitu. Nah supaya aktif nih kadang yang susah.
P:	Saling aktif nya ya dengan saling akrab dulu gitu ya pak?
NR6:	Iya betul, saya sering ajak orang-orang cuma mereka belum mau.
P:	Kenapa belum mau pak?
NR6:	Ya karena mereka belum sadar ini gunanya apa sih gitu mbak, sama ya punya kesibukan sendiri aja.
NR5:	Oh ya, Ini simpen aja buat Mba Wulan MOL nya, buat nyiremin tanaman.
P:	Waduh saya gak enak bu
NR5:	Kasbon dulu 25 ribu hahahhaa, udah bawa aja mba molikirnya sekalian dipromoin mba.
P:	Nanti kalo mau beli ke siapa bu?
NR5:	Mba Wulan nanti dipasarkan di sana.
P:	Sebenarnya prospeknya lumayan oke loh bu, cuma sayang masyarakat

	belum mau terlibat semua ya.
NR5:	Iya mba udah pernah dicoba tapi di sini kurang, eh mba saya tinggal dulu ya, ini anak saya rewel. Nanti saya sambung lagi.



HASIL OBSERVASI

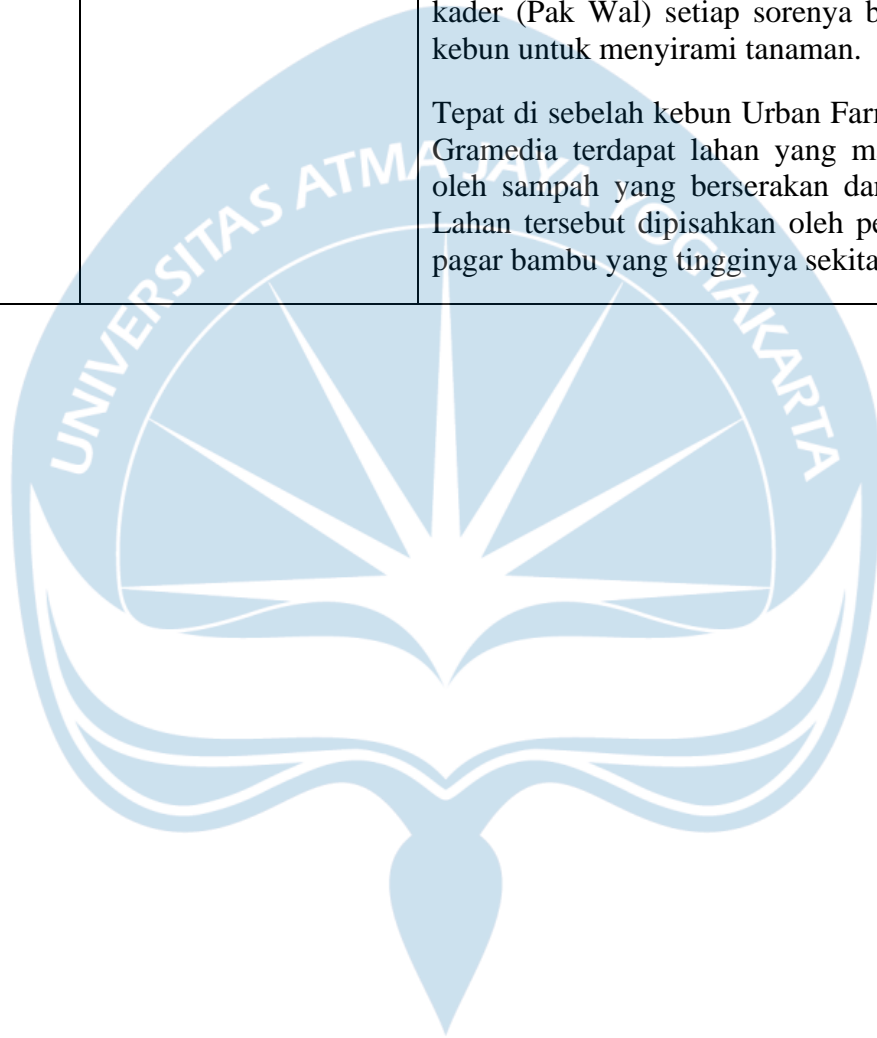
Aspek	Waktu dan Lokasi	Data
Kondisi Rumah Kreasi sebagai tempat pelatihan Urban Farming.	Selasa, 4 Juli 2023 Rumah Kreasi	<p>Rumah Kreasi menjadi salah satu tempat yang paling sering digunakan oleh Kompas Gramedia dan masyarakat menyelenggarakan kegiatan CSR bersama. Pelatihan maupun berbagai diskusi dilakukan di tempat ini. Lokasi Rumah Kreasi berada di titik tengah antara rumah warga dan Menara Kompas sebagai gedung pusat operasional perusahaan. Kapasitas dari Rumah Kreasi yakni berkisaran 15-20 orang dewasa.</p> <p>Akses terhadap rumah kreasi sepenuhnya dipegang oleh Community and CSR Analyst Kompas Gramedia. Sehingga ketika masyarakat ingin mengadakan suatu acara perlu adanya perizinan maupun komunikasi dengan pihak terkait.</p> <p>Gambaran isi dari Rumah Kreasi yakni suatu bangunan untuk pelatihan masyarakat dalam ruangan ber-AC yang lantainya dilapisi dengan karpet dan dilengkapi dengan <i>bean bag</i> serta meja lipat. Dalam rumah tersebut, terdapat pula papan tulis besar yang terpasang di sekeliling tembok. Lebih lanjut, terdapat rak buku yang berisikan buku-buku bacaan, baik untuk anak-anak maupun orang dewasa yang dapat digunakan dan dipinjam kapanpun. Adapun berbagai hasil karya anyaman milik masyarakat.</p>
Proses penyusunan dan persiapan kegiatan CSR Urban Farming.	Selasa, 4 Juli 2023 Rumah Kreasi	<p>Proses persiapannya koordinasi diawali dengan komunikasi melalui WhatsApp Group baik via <i>chat</i> maupun telepon. Ketika sudah mendapatkan kesepakatan, masyarakat dan perusahaan berkumpul di Rumah Kreasi.</p> <p>Dalam diskusi yang dilakukan, masyarakat cukup aktif untuk menyampaikan ide dan gagasan yang dimiliki. Terlihat masyarakat pun memiliki visi dan ambisi untuk membangun kebun Urban Farming bersama. Terlebih masyarakat menjadi aktor yang bersinggungan secara langsung dengan lingkungan maupun</p>

		<p>kebun yang diurusnya, sehingga mereka lebih paham mengenai keresahan maupun kebutuhan sekitarnya.</p> <p>Kader Urban Farming merupakan sosok yang mudah untuk diajak berkoordinasi dan berdiskusi, mereka tidak malu untuk melontarkan apa yang dipikirkan dan berani untuk mengambil resiko. Kompas Gramedia berupaya untuk mendengarkan dan menampung aspirasi masyarakat. Sayangnya, dalam mengambil keputusan masih didominasi oleh Kompas Gramedia sebagai perusahaan. Keputusan-keputusan yang dimaksud yakni keputusan secara fundamental yang disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan.</p>
<p>Proses komunikasi Corporate Communications Kompas Gramedia.</p>	<p>Kamis, 6 Juli 2023 Gedung Pusat Menara Kompas</p>	<p>Corporate Communications Kompas Gramedia berada di lantai 17 Gedung Pusat Menara Kompas. Pada ruangan tersebut, terdiri dari jajaran manager, yakni General Manager, Communication Manager, dan Bentara Budaya Manager. Terdapat pula karyawan lain dari berbagai divisi seperti General Affairs, Public Relations Analyst, Multimedia, dan Community and CSR Analyst. Pada lantai yang sama, terdapat Corporate Communication Director yang memiliki ruang tersendiri.</p> <p>Komunikasi yang dilakukan di Corporate Communications mengesankan santai namun serius. Panggilan “mas-mbak” memiliki peranan yang besar dalam mengurangi kecanggungan antara karyawan dan manager.</p> <p>Dalam konteks penelitian, Community and CSR Analyst Kompas Gramedia berkoordinasi secara langsung dengan Communication Manager. Berdasarkan hasil observasi, Community and CSR Analyst merupakan pihak yang lebih banyak mengetahui mengenai kondisi masyarakat sekitar dan realita yang terjadi di lingkungan perusahaan. Sedangkan manager menjadi pihak yang menerima informasi tersebut. Namun, dalam menjalankan program terdapat beberapa permintaan khusus dari manager yang tidak dapat diganggu gugat untuk</p>

		<p>kepentingan perusahaan. Hal tersebut tentunya berdampak dalam menjalankan program CSR yakni terkait dengan kepentingan masyarakat yang dinomorduakan.</p>
<p>Komunikasi yang dilakukan antara Kompas Gramedia dan masyarakat sekitar</p>	<p>Jumat, 7 Juli 2023 Kebun Urban Farming</p>	<p>Pada dasarnya, Kompas Gramedia memiliki <i>culture</i> dalam memanggil satu orang dengan yang lain dengan panggilan “mas-mbak” yang menggambarkan keakraban satu sama lain. Panggilan tersebut digunakan oleh warga sekitar ketika berkomunikasi dengan karyawan perwakilan Kompas Gramedia. Sedangkan, dalam berkomunikasi dengan masyarakat, Kompas Gramedia menggunakan panggilan “bapak-ibu” untuk menghargai dan menghormati mereka.</p> <p>Penggunaan bahasa yang digunakan dalam percakapan juga merupakan bahasa yang santai dan mengesankan keakraban. Kerap kali kader Urban Farming menggunakan gaya bahasa “lo-gue” ketika berbincang dengan perwakilan Kompas Gramedia. Pembicaraan antara kedua belah pihak pun juga kerap dipenuhi dengan canda tawa, tidak hanya perbincangan serius mengenai program CSR saja. Kader Urban Farming juga kerap bercerita mengenai kehidupan pribadi mereka.</p> <p>Gestur yang digunakan pun menunjukkan adanya kedekatan, dengan masyarakat maupun Kompas Gramedia mampu bergerak secara leluasa sesuai dengan kenyamanan mereka masing-masing tanpa rasa sungkan namun masih menghargai satu sama lain. Masyarakat juga kerap mengajak saya sebagai peneliti dan Kompas Gramedia untuk berselfie bersama dalam mengabadikan momen. Terlihat kedua belah pihak saling <i>up to date</i> juga dalam kehidupan pribadi melalui media sosial Instagram.</p>
<p>Respon dan antusiasme masyarakat dalam menjalankan</p>	<p>Jumat, 7 Juli 2023 Kebun Urban Farming</p>	<p>Program CSR Urban Farming diterima dengan baik oleh masyarakat sekitar. Hal ini terlihat dari antusiasme masyarakat dalam menjalankan program. Jumat, 7 Juli 2023 merupakan hari di mana pelaksanaan <i>shooting</i> video</p>

<p>program CSR Urban Farming.</p>		<p>mikroorganisme lokal yang dilakukan oleh masyarakat sekitar. Kegiatan ini merupakan inisiatif dari masyarakat secara langsung yang mengajak Kompas Gramedia untuk membantu mereka membuat video tutorial pembuatan pupuk cair. Inisiatif ini sempat dibahas pada pertemuan di hari Selasa, 4 Juli 2023 di Rumah Kreasi untuk koordinasi. Masyarakat menginisiasikan pembuatan video tutorial dan menyampaikan ide yang dimilikinya untuk dapat dieksekusi bersama.</p> <p>Ketika <i>shooting</i> berlangsung, masyarakat terlihat menguasai materi hasil pelatihan pembuatan pupuk cair yang telah diajarkan sebelumnya oleh Kompas Gramedia dan Salam Rancage.</p>
<p>Partisipasi masyarakat dalam pelaksanaan program CSR Urban Farming.</p>	<p>Jumat, 7 Juli 2023 Kebun Urban Farming</p>	<p>Pelaksanaan program CSR Urban Farming yang diobservasi oleh peneliti yakni terkait penyelenggaraan <i>shooting</i> video mikroorganisme lokal. Dalam penerapannya, masyarakat berpartisipasi secara aktif. Kader Urban Farming menyiapkan jamuan berupa makanan hasil panen untuk Kompas Gramedia yang telah menjadi kebiasaan, hal ini dikonfirmasi oleh mereka.</p> <p>Masyarakat terlibat aktif dengan menyiapkan lokasi <i>shooting</i>, baik dari tatanan tempat dan pemilihan aktor. Dalam kegiatan ini, masyarakat bertanggung jawab untuk menjelaskan bagaimana pembuatan pupuk cair tersebut. Lebih lanjut, ketika berinteraksi bersama dengan masyarakat mereka secara inisiatif menjelaskan dan menceritakan mengenai kebun dan berbagai tanaman yang ditanamnya.</p> <p>Dari cara masyarakat menjelaskan, dapat dipahami bahwa mereka menjadi pihak yang benar-benar paham dalam mengelola dan merawat baik kebun maupun tanamannya.</p>
<p>Kondisi Urban Farming Kompas Gramedia di wilayah binaan.</p>	<p>Jumat, 7 Juli 2023 Kebun Urban Farming</p>	<p>Kebun Urban Farming RW06 merupakan kebun Urban Farming yang paling subur dan terawat dibandingkan dengan kebun RW lainnya. Hal ini disebabkan oleh dampak pandemi Covid-19 yang membuat kebun RW02 dan RW14 sempat</p>

		<p>mati dan tidak terurus sama sekali.</p> <p>Terlihat lahan Urban Farming di RW06 dipenuhi oleh berbagai jenis tanaman, mulai dari limau, cabe, terong, singkong, kacang, dan sebagainya. Tanaman yang ditanam merupakan tanaman yang kerap kali menjadi bahan-bahan masakan atau kebutuhan dapur sehari-hari. Perwakilan kader (Pak Wal) setiap sorenya berkunjung ke kebun untuk menyirami tanaman.</p> <p>Tepat di sebelah kebun Urban Farming Kompas Gramedia terdapat lahan yang masih dipenuhi oleh sampah yang berserakan dan tak terurus. Lahan tersebut dipisahkan oleh pepohonan dan pagar bambu yang tingginya sekitar 1 meter.</p>
--	--	---



Tema Pertanyaan	Informan	Kutipan	Keywords	Kategori
Relasi Kompas Gramedia dan Masyarakat sekitar	NR1	Sejauh ini, relasi Kompas Gramedia sama masyarakat bisa dibilang baik ya. Maksudnya kalau yang terkendala konflik atau yang apa sih enggak. Kita terbuka aja sih sama mereka, dari kita dan masyarakat sama-sama membuka untuk ruang komunikasi dan ruang diskusi. Justru dari komunikasi-komunikasi informal relasi antara Kompas Gramedia dan masyarakat sekitar itu lebih terjaga.	terbuka, diskusi, komunikasi informal	Relasi Kompas Gramedia dengan masyarakat dibangun melalui komunikasi informal.
	NR2	Kompas Gramedia memposisikan diri sebagai "warga" setempat, jadi kita hidup berdampingan. Menurutku posisinya adalah Kompas Gramedia menjadikan masyarakat sebagai mitra bisnisnya juga, artinya ada relasi horizontal di mana kita sejajar, tidak ada yang di atas dan juga tidak ada yang di bawah. Rasanya ya kita semua sama lah. Masyarakat butuh apa kita bantu, dan sebaliknya juga misal kita butuh masyarakat juga mau bantu. Itu sih yang aku rasain ya.	sejajar, saling membantu	Relasi Kompas Gramedia dengan masyarakat memiliki posisi sejajar.
	NR3	Kalau saya lihatnya sih baik dan dekat begitu ya Mba Wulan, itu yang saya rasakan juga ketika berhubungan langsung, berkomunikasi langsung dengan masyarakat setempat.	dekat	Relasi Kompas Gramedia dengan masyarakat dekat.
	NR4	Sejauh ini baik Mba Wulan. Kompas di sini kan udah lama banget ya mba. Tapi kalo yang aktif-aktifnya banyak kegiatan bareng sekitar tahun 2015 sih yang saya rasain dulu kita baru mulai banyak kerja sama, banyak program-program Kompas yang ngelibatin ibu-ibu gitu.	baik, keterlibatan	Relasi Kompas Gramedia dengan masyarakat saling melibatkan dan terbuka untuk diskusi.
	NR5 dan NR6	Hubungannya baik-baik aja mba, orang Kompas sering nengokin ke sini. Seumpama butuh bantuan ya kita bantu, kalo kita butuh mereka juga bantu kita. Kita juga sering ngundang buat makan kalo ibu-ibu abis masak ato panen, jadi bareng-bareng gitu mba.	saling membantu, makan bersama	Relasi Kompas Gramedia dengan masyarakat saling membantu.
Landasan program CSR Kompas Gramedia	NR1	kita Bergeraknya dari situ. Dari SDGs itu, dan karena SDGs ranahnya banyak ya, kita ambil beberapa yang memang relevan dengan unit bisnisnya Kompas Gramedia.	SDGs	SDGs menjadi landasan program CSR Kompas Gramedia.
	NR2	KG mengupayakan agar program-programnya dapat berkelanjutan dan sesuai dengan capaian SDGs.	SDGs	
	NR3	value yang dimiliki oleh Kompas Gramedia dan Salam Rancage itu ada kesamaan, yaitu sama-sama concern untuk membangun sustainabilitas di masyarakat. Yang paling kita soroti adalah sustainable community yaitu SDGs nomor 11, ending dari setiap program yang kita gulirkan bersama Kompas Gramedia yakni nomor 11 sustainable communities.	SDGs, Sustainable Communities	Sustainable Communities menjadi landasan program CSR Kompas Gramedia.
Tanggapan Program CSR Kompas Gramedia	NR4	Menurut saya bagus sih Mbak, seru kita diajakin buat ini itu, diajarin banyak. Waktu itu ada masak, terus ngurus sampah, sekarang berkebun juga banyak belajarnya.	banyak belajar	Masyarakat banyak belajar melalui program CSR Kompas Gramedia
	NR5 dan NR6	Ya menyenangkan mba, apa lagi saya dari desa kan. Emang hobi kalo diajak guyub srawung gitu mba.	menyenangkan, guyub	Masyarakat senang dan semakin guyub melalui program CSR Kompas Gramedia

Proses penemuan masalah	NR1	Urban Framing itu berangkat dari kondisi masyarakat di sekitar kita. Kaya banyak lahan-lahan kosong terbengkalai, hanya jadi tempat pembuangan sampah. Hal itu juga secara pemandangan gak nyaman gitu kan. Sementara kita juga pengen gak cuma lingkungan Kompas Gramedia aja yang sehat dan baik gitu kan, kita juga pengen masyarakat juga punya lingkungan yang nyaman.	lahan terbengkalai	Masalah yang ditemukan oleh masyarakat yakni lahan terbengkalai.
	NR2	awalnya kita mengajak masyarakatlah untuk sama-sama menggali atau mengenali kondisi sosial dan lingkungan yang mereka punya saat ini, apa yang menjadi permasalahan di lingkungan mereka, lalu kapasitas apa yang sudah dimiliki, baik dari Kompas Gramedia maupun dari masyarakat sekitar. Nah, mereka menemukan bahwa di lingkungan mereka itu minim sekali lahan penghijauan. Nah dari situlah berangkat kita bikin urban farming.	minim lahan penghijauan	Masalah yang ditemukan oleh masyarakat yakni minimnya lahan penghijauan.
	NR3	prosesnya adalah karena kita ingin masyarakat menjadi pelaku utama dari program ini, maka prosesnya diawali bersama mereka. Sebenarnya mereka diajak untuk menyadari ada masalah apa sih di kampungnya? Ada masalah atau jangan-jangan mereka gak tau kalo ada masalah ya, hahaha. Kemudian hal itu kita lakukan, kemudian diskusi dengan masyarakat dan salah satu masalah utama yang mereka rasakan dan mereka lihat, yaitu masalah lingkungan.	masalah lingkungan	Masalah yang ditemukan oleh masyarakat yakni masalah lingkungan.
	NR4	dulu ini orang Kompas ini suruh bikin urban farming. Kita diajak sih buat keliling liat kondisi sekitar gimana, terus nemuin banyak sampah-sampah gitu sama gak ada yang ijo-ijo mba. Terus kebetulan kita dapet bantuan dari Kompas buat beli bibit-bibitnya, teruskan dilombakan.	banyak sampah, tidak hijau	Masalah yang ditemukan oleh masyarakat yakni banyak sampah.
	NR5 dan NR6	Ini kan puing tadinya mbak, berantakan dan kotor. Gak enak dilihat lah. Puing di sini, itu ibu-ibu semua yang kerjain dulu, ibu-ibu semua. Puing, semak belukar, tanah-tanah kering, tanaman semua mati di sini	lingkungan kotor, tanah kering	Masalah yang ditemukan oleh masyarakat yakni tanah kering dan kotor.
Sasaran komunikasi program CSR Urban Farming	NR1	Urban farming itu kita mau fokusin di warga yang jadi ring satunya Kompas Gramedia. Tapi sekarang urban farming sudah kita kembangkan lagi di karyawan, karena kita ada lahan kosong bekas gedung kantor kita yang tidak dipakai lagi.	warga, karyawan	Karyawan menjadi sasaran komunikasi program.
	NR2	yang menjadi sasaran komunikasi Program Urban Farming ini adalah aparat pemerintah setempat, seperti Lurah, RW, RT dan juga kader-kader PKK yang menjadi kekuatan utama dari program ini	aparat pemerintah setempat, kader PKK	aparat pemerintah setempat dan kader PKK menjadi sasaran komunikasi program.
	NR3	Kalo sasaran kita ke RW yang memang binaan Kompas Gramedia saja mbak, tapi, terutama para perempuannya mungkin belum punya kegiatan atau keterlibatan yang cukup dalam dalam program-program perbaikan kampungnya, di wilayahnya.	warga RW	Warga menjadi sasaran komunikasi program.
	NR4	Urban Farming Kompas kan ada tiga apa ya mba, cuma ya kita ini yang paling aktif ya kalo yang saya liat, bukan sombong loh mba, tapi di RW lain gak sebesar punya kita.	warga RW	
	NR5 dan NR6	Kita sih pengen ke masyarakat lain juga bisa aktif dan ikut tergerak bangun urban farmingnya mbak.	warga	

	NR1	urban farming kami gandeng fasilitator, itu tadi Salam Rancage. Untuk membantu menyusun program ini gitu. Berartikan mulai dari “mengapa sih kita harus mengolah lahan terbengkalai ini menjadi lahan produktif?” itu kan langkah awal untuk masyarakat tertarik pada program ini. Ketika mereka sudah tertarik step selanjutnya berarti skillnya harus gimana. Kurang lebih setiap bulan kita pasti ada pelatihan untuk warga, ya jadi ada ilmu baru lah.	gandeng fasilitator, meningkatkan awareness	Proses perumusan program Urban Farming dibantu oleh fasilitator.
Proses perumusan program Urban Farming	NR2	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dimulai dari tahapan persiapan di mana Kompas Gramedia mengajak masyarakat dan tokoh setempat untuk melaksanakan FGD 2. Lalu dilanjut dengan tahap pengkajian dengan melakukan FGD dan mengajak masyarakat untuk mengenali permasalahan yang ada di wilayah mereka lalu mengenali kapasitas apa yang sudah dimiliki (identifikasi need based/strength based) sehingga muncul rekomendasi program 3. Lalu dilanjut dengan tahap perencanaan alternatif program, artinya dari rekomendasi2 program yang sudah tercatat, apa alternatif program yang sesuai dengan hasil tahap pengkajian 4. Lalu dilanjut dengan tahap formulasi rencana aksi yang akan menggambarkan seperti apa implementasi dari rekomendasi program yang akan dijalankan 5. Lalu dilanjut dengan tahap aksi/implementasi program 6. Tahap evaluasi untuk melihat seberapa efektif program tersebut berjalan lalu melihat hal-hal apa saja yang dapat diperbaiki 7. Terakhir adalah tahap terminasi di mana perusahaan sebagai pendamping dan juga fasilitator program merencanakan exit strategi. Exit di sini yang dimaksud adalah perusahaan sudah tidak lagi memberikan support kepada program tersebut, perusahaan hanya sebagai pihak yang memonitoring jalannya program karena masyarakat sudah dianggap mandiri sehingga dapat menjalankan program tanpa bantuan perusahaan lagi. Hal ini perlu dilakukan dalam setiap program pemberdayaan masyarakat karena dari awal tujuan pemberdayaan masyarakat adalah memberikan daya/kekuatan kepada masyarakat sehingga masyarakat mampu melakukannya. 	bertahap, fgd, identifikasi masalah, perencanaan, formulasi, implementasi, evaluasi, terminasi	Proses perumusan program Urban Farming dilakukan secara bertahap, mulai dari FGD, identifikasi masalah, perencanaan, formulasi, implementasi, evaluasi, dan terminasi.

	NR3	masyarakat dilibatkan penuh, kami melakukan FGD pada waktu itu, mereka mencurahkan segala gagasannya, mencurahkan tentang kampungnya, tentang masalah di kampungnya. Mereka mencurahkan juga kira-kira solusinya seperti apa. Kemudian saling berembug, kita fasilitasi berembug, nanti keluar solusi bersamanya, dan bagian yang mereka tidak bisa, itu tugas kami sebagai fasilitator, bersama Kompas Gramedia membuat mereka memiliki pengetahuan-pengetahuan untuk memberikan solusi tersebut. Tapi sepenuhnya itu program yang dirancang, diterapkan di sana, itu berbasis diskusi bersama dengan mereka. Karena kami menginginkan itu menjadi program yang akan dimiliki langsung oleh mereka gitu. Dimiliki, dimotori, dijalankan, jadi secara kemandirian juga lebih mandiri.	melibatkan masyarakat, fgd, solusi, mandiri	Proses perumusan program Urban Farming dilakukan dengan melibatkan masyarakat melalui FGD dan mencari solusi.
	NR4	Kita awalnya sih emang bingung ini apaan, tapi kan kita bisa bertanya. Tapi ya kita lama-lama terbiasa jadi yaudah. Program dan edukasinya memang dari orang Kompas mba yang urus, kita tinggal jalanin aja belajar sama praktekin lagi sendiri. Kan yang diajarin juga ujung-ujungnya buat kita. Kita mah tinggal nurut aje, sesekali mereka tanya apa kira-kira yang dibutuhkan. Dari awal sih kita dulu muter-muterin RW liat lingkungan sekitar, terus harapan kita apa, terus dibuatin lah programnya.	menjalankan, lingkungan sekitar, harapan	Proses perumusan program Urban Farming dilakukan dengan mengajak masyarakat melihat lingkungan sekitar dan mendengar aspirasi.
	NR5 dan NR6	Sebetulnya awalnya mula urban farming bukan kenapa bisa tapi emang ingin dan ini yang kita butuh. Terus kegiatannya dari Rancage sama Kompas yang susun, itu lewat diskusi sama kita-kita dulu banget mba tapi, di Kreasi. Kita kan udah di lingkungan alam nih, terus kita lanjutin bareng-bareng kaya yuk kita bikin urban farming. Ada arahan juga dari pemerintahan juga, dulu kita masih pake pupuk kimia, sekarang kita pake yang alami.	butuh, diskusi, arahan pemerintah	Proses perumusan program Urban Farming dilakukan melalui diskusi.
Objektif pembentukan program Urban Farming	NR1	kalo menjaga lingkungan itu bagian dair menjaga kesehatan. Kaya perbaikan well being, merupakan bagain dari perbaikan di lingkungan sekitar kita. Jadi basicnya bernagkat dari edukasi untuk membersihkan lingkungan kita, menghijaukan, jadi dari sisi itulah urban farming terfokus menjadi sebuah inisiatif.	perbaikan kualitas hidup, lingkungan	Urban Farming bertujuan untuk memperbaiki kualitas hidup.
	NR2	salah satunya di mana bertambahnya nilai ekonomi untuk masyarakat dari hasil penjualan komoditi pangan organik lan. Karena kebun kita semuanya pake bahan-bahan organik kan, ningkatin kesadaran mereka sama bahan makanan dan lingkungan yang lebih sehat juga. Nah, sebelum dijual salah satu hal yang jadi tujuannya yakni masyarakat mampu menciptakan komoditi pangan mereka secara mandiri, jadi gak perlu beli lagi tapi mereka bisa produksinya	bertambah nilai ekonomi, menciptakan komoditi pangan, bahan organik	Urban Farming bertujuan untuk menciptakan komoditi pangan dan meningkatkan nilai ekonomi.
	NR3	tujuan akhirnya bukan seberapa banyak panennya, namun seberapa erat hubungan sosial mereka jadi lebih baik, seberapa concern mereka dengan lingkungannya, seberapa ngefek gitu ya ke pertumbuhan ekonomi yang sedikit banyak mereka jalani.	hubungan yang erat, pertumbuhan ekonomi, lingkungan	Urban Farming bertujuan untuk membenruk hubungan yang makin erat dan guyub.

	NR4	kalo menurut saya sih mba akhirnya dibentuk program Urban Farming karena ya di sini gak ada yang ijo-ijo, kan di tengah kota nih. Terus juga banyak sampah, ni lahan kita awalnya itu tempat pembuangan sampah, gak layak sih mba sebenarnya kalo kata Pemprov DKI awalnya tapi buktinya masih bisa bertahan sampe sekarang.	lingkungan	Urban Farming bertujuan untuk memperbaiki lingkungan
	NR5 dan NR6	kita belajar buat lebih guyub mba, terus juga lebih perhatian sama lingkungan, dulu kan awalnya diajarin tentang menganyam dulu dari barang bekas, terus berkesinambungan jadi ke sampah, sekarang berkebun.	lebih guyub, lingkungan	
Pembagian tugas dan tanggung jawab Urban Farming	NR1	kalau untuk masyarakatnya kita ada kader-kader penggiat urban farming ya. Kader ini yang menjadi PIC. Sebagai saluran komunikasi, sebagai penggerak masyarakat di sekitarnya, sebagai pengelola utama lahannya juga.	kader penggerak masyarakat	Pembagian tugas pada program ini yakni kader sebagai penggerak masyarakat.
	NR2	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pada tahap pertama, Kompas Gramedia bertanggung jawab untuk mengundang seluruh elemen masyarakat 2. Pada tahap ke dua, Kompas Gramedia bertanggung jawab untuk membimbing masyarakat berfikir dan menganalisa permasalahan serta kapasitasnya 3. Pada tahap ke tiga, Kompas Gramedia mengajak masyarakat untuk sama2 melihat rekomendasi program dari sudut pandang yang lainnya agar masyarakat mampu menentukan rencana alternatif program 4. Pada tahap ke empat, Kompas Gramedia bertanggung jawab untuk menentukan pihak ke-3 yang akan menjadi fasilitator program pemberdayaan masyarakat 5. Pada tahap ke lima, Kompas Gramedia bertanggung jawab terhadap anggaran yang dibutuhkan untuk program pemberdayaan masyarakat, Salam Rancage bertanggung jawab untuk menjadi fasilitator selama program berjalan dan selama masih dalam kontrak kerjasama, masyarakat bertanggung jawab untuk komitmen menjalankan program secara bersama 6. Pada tahap ke enam, Kompas Gramedia bertanggung jawab untuk mengajak masyarakat mengevaluasi program yang sudah berjalan, masyarakat yang menentukan kekurangan program 7. Pada tahap terakhir, Kompas Gramedia bertanggung jawab untuk menentukan indikator keberhasilan program yang dicapai masyarakat, dengan begitu Kompas Gramedia bisa melakukan exit strategi 	sesuai porsi dan peran	Pembagian tugas pada program ini yakni sesuai porsi dan peran masing-masing pihak.

	NR3	Jadi tidak ada yang satu mendominasi potensi gitu ya, jadi tiga-tiganya berperan. Salam Rancage itu peran besarnya adalah sebagai konseptor dan fasilitator, maka tugas kami adalah menghadirkan konsep-konsep, fasilitator-fasilitator yang dibutuhkan sehingga program kita bisa berjalan gitu ya. Tugasnya Kompas Gramedia tadi menjadi fasilitator juga, memfasilitasi beberapa aspek yang masyarakat belum bisa penuhi, misalnya tadi membiayai trainer yang harus didatangkan, kemudian memfasilitasi sarana untuk pertumbuhan warga, kemudian memfasilitasi tempat karena potensi Kompas adalah network yang sangat baik gitu ya. Membukakan akses yang sangat dibutuhkan dalam program ini. Kemudian dari masyarakat potensinya tentunya adalah waktu, tenaga, dan kemudain wilayah yang mereka miliki. Jadi mereka menentukan di mana kebun komunitasnya, kemudian mereka menentukan siapa yang akan mengerjakan ini, kapan, di mana, terus bagaimana caranya, pelatihannya kapan, dan segala macamnya.	potensi	Pembagian tugas pada program ini dilihat melalui potensi setiap pihak.
	NR4	Lahan ini kita-kita aja mbak yang ngurus, kebetulan kita semua PKK. Jadi programnya juga secara gak langsung dah diurus sama PKK di anggota tiga itu poktan kelompok tani, jadi ya ngurusin taneman-taneman gitu, termasuk Bank Sampah	program PKK	Program Urban Farming telah menjadi bagian dari tanggung jawab PKK.
	NR5 dan NR6	Pembagian tugas spesifiknya gak ada sih mba, paling dari PKK aja ada kelompok tiga yang tanggung jawab penuh. Kalo sama Kompas apa rancage ya kitanya berperan apa ya mba, semuanya hahaha. Bibitnya beli sendiri, kadang dari ibu-ibu juga suka bawa. Kompas sama Rancage ya sebagai yang mengajar dan memantau aja gitu mba, ibaratnya ini kaya sekolahan.	program PKK, pemantauan	
Proses perancangan	NR1	sebelum ada urban farming, ya mungkin itu tadi ada lahan-lahan terbengkalai yang jadi tempat sampah, itu bikin keliatan gak enak. Nah setelah ada urban farming lahan-lahan kosong itu jadi produktif dan enak dilihat. Mereka belajar gimana menjaga kebersihan, terus menanam tanaman-tanaman yang bermanfaat juga bagi mereka. Lebih ke situ sih kalo dari sisi masyarakatnya. Kesadaran mereka untuk "hijau" itu semakin baik.	kesadaran untuk hijau	Proses perancangan pesan dilakukan dengan meningkatkan kesadaran masyarakat untuk menjadi hijau.
	NR2	Pesan yang ingin disampaikan adalah objektif program untuk menciptakan kawasan hijau tidak harus berada di dataran tinggi lan, tidak harus memiliki kebun yang luas, tidak harus memiliki anggaran yang sangat besar, dengan adanya Urban Farming ini mencerminkan gaya bercocok tanam di tengah perkotaan yang diadaptasi dari kawasan pedesaan, menduplikasi tanaman di kawasan desa ke perkotaan dengan metode-metode yang disesuaikan dan juga untuk memenuhi pangan organik di dapur tidak harus bergantung dengan harga komoditi di pasar, masyarakat mampu menciptakan komoditi tersebut	penciptaan kawasan hijau, penciptaan komoditi pangan	Proses perancangan pesan dilakukan dengan seturut dengan objektif program untuk menciptakan komoditi pangan.

Proses perancangan pesan yang disampaikan	NR3	Sebenarnya bukan pesan ya, tapi kami membangun value bersama masyarakat. Kita menyebutnya "creating sell value", jadi kita membuat value bersama kemudian menyebarkan value itu semakin besar di masyarakat. Nah, value yang kita bangun melalui urban farming ini adalah value secara ekonomi, sosial, dan lingkungan ya. Urban farming itu bukan hanya sekedar menanam tanaman, namun menanam kecerdasan sosial di antara mereka. Karena melalui urban farming mereka menjadi gathering, mereka menjadi bersama, mereka menjadi diskusi banyak, mereka saling belajar dan diskusi bersama.	creating sell value, kecerdasan sosial	Proses perancangan pesan dilakukan dengan menanam kecerdasan sosial yang akhirnya menciptakan creating sell value.
	NR4	Kita diajarkan banyak mbak, yang paling kerasa dari apa yang kita butuhkan. Kita jadi bisa punya tanaman sendiri yang buat dimakan, tanaman organik lebih sehat. Lebih tahan lama juga kalo misal disimpan di kulkas, dari pada kalo beli di pasar. Harganya juga lebih murah Mba Wulan.	kebutuhan, lebih sehat, lebih murah, lebih tahan lama	Proses perancangan pesan dilakukan dengan melihat kebutuhan masyarakat.
	NR5 dan NR6	Namanya diperkotaannya ya, beda dengan diperkampungan. Saya pernah ditanya dan diminta untuk buat semacam ini lagi tapi wah pak susah pak, orang-orangnya juga kurang, maknanya perlu ada cara penyampaiannya yang bisa buat mereka tersentuh sih. Ada cara ngajaknya tertentu.	kurang orang, cara penyampaian, tersentuh.	Proses perancangan pesan membutuhkan cara penyampaian yang menyentuh.
Pemilihan media yang digunakan	NR1	Kita ada grup sama warga, dari situ kita info-info nya. Kita juga unggah kegiatan Urban Farming ini di akun Kompas Gramedia.	grup, media sosial	Media sosial menjadi media komunikasi antara Kompas Gramedia dan pihak eksternal.
	NR2	jika pertanyaannya adalah bentuk komunikasi Kompas Gramedia, kader urban farming, pihak ke-3 dengan pihak luar untuk menginformasikan proses program urban farming yang dijalankan CSR Kompas Gramedia adalah melalui platform-platform media, seperti WA, instagram, artikel, pemberitaan, dll. Begitu lan	media sosial, pemberitaan	
	NR3	semua program yang dirancang itu adalah media membangun nilai-nilai, media untuk ngobrol lebih dalam dan diskusi dengan mereka mengenai nilai-nilai yang mereka jalankan di kampungnya.	program	Program menjadi media komunikasi antara Kompas Gramedia, Salam Rancage, dan masyarakat.
	NR4	Kita mah gatau kalo urusan sosmed-sosmed gitu ya, tapi paling kalo ngobrol sama orang KG kita lewat WA aja, kadang kalo ada dipost di IG kita dishare, gitu sih mbak.	media sosial, grup	Grup menjadi media komunikasi antara Kompas Gramedia dan masyarakat.
	NR5 dan NR6	paling ngobrol-ngobrol kalo ketemu aja sih mba sama di grup seumpama ada sesuatu yang penting banget.	program, grup	
Pelibatan masyarakat	NR1	Dari masyarakat kita ada diskusi atau forum dengan mereka juga, mereka ingin terlibatnya seperti apa, apa yang menjadi keresahan mereka tentang lahan itu, gimana mereka bisa mengoptimalkan lahan menjadi produktif. Itu menjadi masukan-masukan yang akan kita terima untuk menyusun program.	forum diskusi, masukan masyarakat	Masyarakat dilibatkan dengan menanyakan pendapat mereka.
	NR2	ditahapan pemberdayaan masyarakat itu kita selalu melibatkan masyarakat di setiap prosesnya, mulai dari menggali permasalahan, lalu mencari kapasitas yang mereka punya sampai di implementasi dan evaluasi. Jadi memang kalau pemberdayaan masyarakat itu bukan kita yang kasih solusi, tapi ya dari masyarakat sendiri yang kasih solusi, mereka sendiri yang mencari jawaban atas permasalahan yang mereka hadapi.	penggalian masalah, kapasitas masyarakat, implementasi, evaluasi	Masyarakat dilibatkan pada setiap tahapan pemberdayaan masyarakat.

	NR3	masyarakat dilibatkan penuh sedari awal melalui forum-forum diskusi seperti FGD, kemudian sepanjang prosesnya kami melihat potensi dari berbagai pihak, baru berbagi peran secara spesifik.	forum diskusi, melihat potensi, berbagi peran	Masyarakat dilibatkan melalui pembangian peran melalui potensi.
	NR4	ada pertemuan rutin mba, dari Kompasnya monitoring ke kita tiap Selasa dateng. Tanya-tanya kira-kira apa yang dibutuhin, progressnya. Tapi ya kita yang kerjain semuanya sendiri, milih taneman sendiri, mau tanem apa sendiri, mau diapain juga terserah kita, udah sendiri-sendiri aja pokoknya mah.	diskusi, bekerja sendiri	Masyarakat dilibatkan melalui forum diskusi.
	NR5 dan NR6	Ya kita dilibatin mbak, ditanya butuhnya apa, mau gimana, gitu paling terus cari jalan keluarnya bareng-bareng.	diskusi, cari solusi	
Target program	NR1	Kita berharap bisa sustain baik yang di masyarakat atau karyawan. Selanjutnya kalau udah bisa sustain, kalo bisa lebih produktif dan ada nilai ekonominya akan lebih baik lagi. Karena itu akan lebih baik lagi, karena kan berdampak dan bermanfaat juga bagi masyarakat kan	sustain, nilai ekonomi, bermanfaat bagi masyarakat	Program Urban Farming diharapkan mampu sustain dan bermanfaat bagi masyarakat.
	NR2	yang jelas kita mau menciptakan ruang hijau atau lahan hijau di tengah pemukiman masyarakat yang padat penduduk lan, terus gimana membuat masyarakat mampu secara sustain menciptakan komoditi pangan secara mandiri yang menghasilkan nilai ekonomi dari hasil pangan organik.	lahan hijau, sustain, nilai ekonomi, hasil pangan	Program Urban Farming diharapkan mampu menciptakan ruang hijau.
	NR3	kami menginginkan itu menjadi program yang akan dimiliki langsung oleh mereka	dimiliki	Program Urban Farming diharapkan mampu menjadi program yang dimiliki masyarakat.
	NR4	kita pengennya masyarakat sekitar juga mau bantu mba, cuma susah ngajakannya. Terus kita juga mau jualin produk-produk dari RW 6 kaya sayurnya, terus pupuk cair yang kita bikin sendiri juga.	masyarakat aktif, jual	Program Urban Farming diharapkan memberikan nilai ekonomi dengan penjualan hasil panen.
	NR5 dan NR6	Pengennya bisa jualin ke luar juga mba, tapi masih proses ke sana. Karena dulu pernah jualin ke warga sekitar gak laku.	jual	
Dampak program	NR1	kalo impact ke hubungan dengan masyarakat itu ada banget, karena dengan urban farming ini bikin semakin baik dan dekat ya. Karena mereka merasa disupport oleh perusahaan, diberikan fasilitas dan kesempatan gitu ya.	hubungan	Program Urban Farming memberikan dampak terhadap hubungan Kompas Gramedia dan masyarakat.
	NR2	spesifiknya untuk branding ya, tapi dari kaca mata perusahaan juga gak banyak cari laba. Paling tidak urban farming bisa jalan dan nantinya bisa sustain lain. Kalau bisa juga malah jadi daya tarik sih, mungkinnya juga nanti masyarakat bisa punya kesempatan untuk diundang sama pihak lain sebagai narasumber.	branding, daya tarik	Program Urban Farming memberikan dampak pada branding perusahaan.
	NR3	Secara aktivitas mereka menanam tanaman bersama, namun sesungguhnya mereka menanam value sosial bersama-sama. Dengan tetangga ini jadi semakin kenal, semakin tau, dengan medianya adalah urban farming.	value sosial	Program Urban Farming memberikan dampak pada peningkatan ekonomi masyarakat.

	NR4	kerjaan kita jadi nambah mba ahahaha, ya kita jadi sering kumpul-kumpul, terus punya hobi dan pengetahuan baru sih mba. Kalo masalah ekonomi itu tergantung aktif gaknya sama berapa banyak yang kita kerjain sih mba, jadi beda-beda tiap orang.	pengetahuan, hobi, ekonomi	Program Urban Farming memberikan dampak pada penyediaan wadah saluran hobi masyarakat sekitar.
	NR5 dan NR6	saya yang dari desa jadi punya hobi yang disenangi dan bisa aktif mbak	hobi	
Tranparansi	NR1	transparansinya lebih ke support mereka aja, misal RW A butuh tanaman apa gitu ya, atau butuh polybag baru lagi. Nah itu nanti Kompas Gramedia support, paling dari situ aja sih.	support	Tranparansi dilakukan melalui support yang diberikan oleh Kompas Gramedia.
	NR2	Kita menggunakan metode PAR (Participatory Action Research) artinya kita melibatkan masyarkat di setiap tahapannya sebagai bentuk transparansi antara perusahaan dengan masyarakat, semua hal yang menyangkut program kita berusaha semaksimal mungkin agar dapat saling terbuka selain bentuk kerjasama dan MoU KG dengan Salam Rancage.	PAR, MoU	Tranparansi dilakukan melalui metode PAR dan MoU.
	NR3	dalam diskusi itu kan lebih enak, jadi ketika ada data yang harus kita buka kan bisa dibuka didiskusi itu. Dari diskusi itu biasanya ada reportnya kok mba, setiap diskusi biasanya ada report tertulisnya, seperti notulensi. Ada alat ukurnya juga yang kita terapkan, misalkan alat ukur sosialnya itu seperti apa, seperti itu sih.	diskusi, report	Tranparansi dilakukan melalui diskusi yang disertai dengan report.
	NR4	Kalo misal penjualan berapa hasil berapa gitu mah kaga ada. Paling kaya catetan-catetan aja yang dibacain kalo di Kreasi abis latihan, terus kita ngobrol-ngobrol bareng Salam Rancage sama Kompasnya. Sama paling bahas tentang kegiatan selanjutnya gimana gitunya, apa yang mau diajarin.	catatan, obrolan	Tranparansi dilakukan melalui obrolan yang disertai dengan catatan.
	NR5 dan NR6	paling catetan-catetan aja noh mba di buku sama ngobrol di Kreasi.	catatan, obrolan	
	Harapan	NR1	Harapannya kita itu sih semangatnya warga bangkit lagi, karena dulu tuh gak cuma di kebun aja, di rumah-rumah warga itu di tembok-temboknya mereka punya vertical tanaman itu loh. Harapannya mereka bisa mengembangkan urban farming juga dengan sendirinya, semangatnya bisa kembali tinggi lagi gitu.	semangat
NR2		harapannya agar hasil urban farming ini bisa dimanfaatkan oleh warga sekitar juga lan. Gak hanya kader-kadernya aja. Tapi masyarakat sekitar juga, biar mereka lebih aware dan mau terlibat aktif juga.	dimanfaatkan oleh warga lain, terlibat aktif	Harapannya hasil urban farming dapat dimanfaatkan oleh warga lain di luar kader.
NR3		tetep ke isu sustainable communities. Jadi urban farmingnya lebih ke arah growing ke arah yang sustainable tadi, baik secara teknik maupun secara pergerakan. Jadi masyarakatnya semakin besar, semakin banyak masyarakat yang terlibat, kemudian semakin variatif jenis-jenis tanaman yang mereka tanam di kebun.	sustainable communities	Harapannya urban farming menjadi komunitas yang berkelanjutan.
NR4		saya mah harapannya bisa jalan kaya dulu sebelum covid mba, dulu udah bagus, banyak hasil panennya bisa dijualin. Terus juga biar warga sekitar sama-sama aktif, gak ibu-ibu PKK nya doang. Susah loh mba biar yang lain mau pada ikutan. Kan ibu-ibu PKK juga pada punya kegiatan sendiri ya. Tapi ya seneng, cuma biar yang lain juga ikut terlibat gitu loh	hasil panen, warga aktif	Harapannya warga sekitar turut aktif membangun Urban Farming.
NR5 dan NR6		Pengen masyarakat lain juga terlibat aktif dan punya kesadaran, jadi makin rame yang bantu urus dan kerjain kebunnya. Cuma memang susah mbak.	masyarakat aktif	