

Strategi Dan Model Komunikasi Lingkungan Komunitas Makassar Berkebun Dalam Memperkenalkan Konsep Urban Agriculture Di Kota Makassar Sulawesi Selatan

Febrianto Syam¹, Zulfiani², Sathriany Pertiwi Saleh³
^{1,2,3} UIN Alauddin Makassar

e-mail: ¹Febrianto.syam@uin-alauddin.ac.id, ²Zulfiani@uin-alauddin.ac.id,
³Sathriany.pertiwi@uin-alauddin.ac.id

Abstract

This article discusses how Makassar Berkebun, an urban farming community in Makassar Sulawesi-Selatan, communicates its environmental message through the qualitative analysis of environmental communication strategies dan models in Introducing the Concept of Urban Agriculture. This article also discusses how the communication strategies used contributed to increasing knowledge, understanding, and community participation in Urban Agriculture and plantation activities in Makassar City. This research is qualitative research that obtained the data from interviews and literature research delivered descriptively. The approach used is the Environmental Communication Science approach and the concept of Urban Agriculture. The results of this research show that there are four types of communication strategies applied by Makassar Berkebun Community to realize the vision and mission of the community, namely; Socialization, Campaign, Education, and Training. This research also shows that the communication model used to analyze the communication strategy applied by Makassar Berkebun Community is a mechanistic and interactional communication model, namely the communication model of David K Berlo (1960) and the communication model of Schramm (1954).

Keywords: environmental communication, urban agriculture, Makassar Berkebun Community

Abstrak

Artikel ini membahas bagaimana Makassar Berkebun, sebuah komunitas urban farming di Makassar Sulawesi Selatan, mengkomunikasikan pesan lingkungan mereka, melalui analisis kualitatif strategi dan model komunikasi lingkungan dalam memperkenalkan konsep pertanian perkotaan. Artikel ini juga membahas bagaimana strategi komunikasi yang digunakan berkontribusi untuk meningkatkan pengetahuan, pemahaman dan partisipasi masyarakat dalam kegiatan pertanian perkotaan dan perkebunan di Kota Makassar. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dimana data diperoleh dari hasil

wawancara dan penelitian literatur yang disampaikan secara deskriptif. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan Ilmu Komunikasi Lingkungan dan konsep Urban Agriculture. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada empat jenis strategi komunikasi yang diterapkan Oleh Masyarakat Makassar dalam mewujudkan visi dan misi masyarakat, yaitu; Sosialisasi, Kampanye, Pendidikan, dan Pelatihan. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa model komunikasi yang digunakan untuk menganalisis strategi komunikasi yang diterapkan oleh Komunitas Berkebun Makassar adalah model komunikasi mekanistik dan interaksional, yaitu model komunikasi David K Berlo (1960) dan model komunikasi Schramm (1954).

Kata kunci: komunikasi lingkungan, pertanian perkotaan, Komunitas Makassar Berkebun

A. Pendahuluan

Islam merupakan agama Rahmatan Lil-Alamin, yang sangat memperhatikan kesejahteraan dan kemaslahatan semua makhluk hidup di bumi termasuk kelestarian dan keselamatan lingkungan sebagai “rumah” bagi seluruh umat manusia untuk menjalankan aktifitas kehidupannya. Beberapa surah dan ayat di dalam Al-Quran yang memberikan apresiasi yang sangat tinggi terhadap lingkungan, dimana seorang muslim dilarang untuk merusak atau mencemari lingkungan, dan memelihara lingkungan merupakan salah satu tuntunan dalam Al-Quran. Dalam konteks kehidupan sosial modern seperti saat ini, khususnya di daerah urban atau perkotaan dengan dinamika dan problematika social-lingkungannya yang cukup kompleks, menjaga keseimbangan ekosistem lingkungan agar tetap menjadi rumah yang layak dan sehat bagi segenap warga merupakan tantangan tersendiri. Kepadatan penduduk dan meningkatnya volume kendaraan tiap tahunnya, tidak dibarengi dengan peningkatan area hijau yang mengakibatkan polusi udara, banjir, dan masalah lingkungan lainnya yang identik dengan area perkotaan.

Sebagaimana yang terjadi di wilayah Kota Makassar Sulawesi Selatan. Menurut rilis Direktur Eksekutif WALHI Sulawesi Selatan (Walhi, 2021), setidaknya ada 6 masalah yang harus menjadi perhatian pemerintah dan masyarakat kota Makassar khususnya yang terkait dengan lingkungan. Masalah yang pertama adalah persoalan banjir dan drainase. Walhi mengungkapkan bahwa, sistem drainase yang ada di kota Makassar masih sangat buruk dan jauh dari kata layak. Masalah yang kedua adalah keberadaan ruang terbuka hijau. Menurut rilis Walhi, Ruang Terbuka Hijau (RTH) saat ini jumlahnya menurun hingga 8 persen. Masalah lainnya adalah menyangkut, penumpukan sampah dan kurangnya strategi pengelolaan sampah yang memadai, ketersediaan air bersih yang belum mencukupi kebutuhan masyarakat, serta hak hidup di lingkungan yang bersih dan sehat serta

layak juga ketahanan sosial-lingkungan bagi masyarakat pulau-pulau kecil.

Walhi mengungkapkan bahwa enam masalah ini merupakan masalah klasik yang menuntut perhatian pemerintah kota serta kontribusi masyarakat agar mencegah masalah-masalah lingkungan yang ada saat ini berkembang menjadi masalah yang lebih besar yang semakin sulit untuk diatasi. Para ilmuwan, aktivis lingkungan dan sejumlah komunitas berusaha menawarkan beberapa konsep untuk mencegah kerusakan lingkungan yang semakin parah dan menjaga area perkotaan tetap menjadi kawasan layak huni bagi masyarakatnya, salah satunya melalui program dan kegiatan *Urban Agriculture* yang diperkenalkan oleh komunitas Makassar Berkebun.

Komunitas Makassar Berkebun dibentuk pada pertengahan tahun 2011, karena keresahan sejumlah masyarakat lingkungan di kota Makassar yang dinilai sudah tidak cukup kondusif dan nyaman untuk menjalankan aktifitas. Dalam berbagai diskusi bertema lingkungan yang dilakukan, sejumlah masyarakat kota Makassar dan pemerhati lingkungan ini kemudian sepakat untuk membentuk suatu komunitas yang mereka namakan “Makassar Berkebun”. Dengan slogan kampanye yang menggunakan Bahasa lokal Makassar yang berbunyi: “Daeng, Mari ki’ Hijaukan Makassar Pa’rasangan ta”, Makassar Berkebun berusaha memberikan edukasi atau pendidikan kepada masyarakat kota Makassar terutama generasi muda untuk menumbuhkan kepedulian dan rasa cinta lingkungan.

Komunitas Makassar Berkebun melakukan berbagai inovasi dalam strategi komunikasi lingkungan yang diterapkan salah satunya dengan melaksanakan program pendidikan urban agriculture yang dikenal dengan nama “Akademi Berkebun”, yaitu sekolah berkebun dengan peserta 20 orang. Hadirnya komunitas Makassar Berkebun ini diharapkan dapat menjadi salah satu jawaban untuk menjawab tantangan sosio-lingkungan yang dihadapi Kota Makassar akibat masalah klasik perkotaan yang kian berkembang tiap tahunnya, melalui strategi komunikasi berbasis lingkungan yang memanfaatkan potensi sosial media dan jejaring sosial sebagai media komunikasi untuk memperkenalkan konsep Urban Agriculture dan mendorong kepedulian social- lingkungan masyarakat kota Makassar yang kian tergerus zaman.

Dalam melaksanakan penelitian ini, penulis merujuk kepada beberapa karya ilmiah, baik melalui literatur-literatur yang ada di perpustakaan maupun melalui media internet. Sejauh penelusuran penulis terkait judul pembahasan yang akan diteliti ternyata ada beberapa literatur yang penulis temukan telah mengkaji seputar komunitas urban agriculture, serta strategi komunikasi dan

model komunikasi lingkungan, akan tetapi sangat berbeda dengan penelitian ini. Penelitian tersebut diantaranya akan dipaparkan di bawah ini.

Pertama, penelitian yang berjudul “Strategi Komunikasi Lingkungan Dalam Program Konservasi Hutan Di Kalimantan Tengah (Studi Kasus Strategi Komunikasi Program Community Development Yayasan Puteri Indonesia Di Desa Telaga, Kecamatan Kamipang, Kabupaten Katingan, Kalimantan Tengah)” yang ditulis oleh Febrianto A Boediman, Dr. Muhamad Sulhan (Gassing, 2014). Penelitian ini menurut Febrianto dan Muhamad, strategi komunikasi lingkungan yang dilakukan oleh Yayasan Puteri Indonesia dalam proses pelaksanaan kegiatan *community development* dengan pendekatan komunikasi interpersonal memiliki ciri, yaitu ; Perencanaan berbasis riset dan kearifan lokal, pemilihan komunikator dengan mengutamakan pengalaman dan keterampilan berkomunikasi, penyusunan dan penyebaran pesan sesuai dengan kebutuhan khalayak, dan pendekatan aktor dengan komunikasi interpersonal, serta evaluasi secara berjenjang. Strategi komunikasi yang dilakukan YPI dalam implementasi program comdev memberikan dampak penerimaan ide-ide program oleh masyarakat di lokasi kegiatan, itu terlihat dari adanya kesepahaman tentang program, minim konflik dan partisipasi masyarakat.

Penelitian kedua berjudul “Strategi Komunikasi Lingkungan dalam Membangun Kesadaran Masyarakat Terhadap Lingkungan” yang ditulis oleh Uud Wahyuddin. Buku ini salah satunya membahas tentang manajemen komunikasi lingkungan digunakan untuk mengkomunikasikan kesadaran dan kepedulian masyarakat dan industri setempat pada isu-isu lingkungan hidup di sekitarnya. Strategi komunikasi lingkungan ini diperlukan sebagai upaya untuk mengkomunikasikan program lingkungan sehingga dapat terwujud kelestarian lingkungan hidup.

Penelitian ketiga yang berjudul “Strategi Komunikasi Lingkungan Kelompok Masyarakat Peduli Alam Sekitar (Kempas) Dalam Mengelola Ekowisata Mangrove Desa Sebauk Kecamatan Bengkalis Kabupaten Bengkalis” yang ditulis oleh Dr. Yasir, M.Si., Muhammad Trisna Hadikurnia. Buku ini memaparkan Strategi komunikasi lingkungan KEMPAS dilakukan melalui beberapa tahapan. Pertama, tahap penilaian meliputi analisis situasi dan identifikasi masalah. Kedua, perencanaan diskusi yang meliputi strategi komunikasi, motivasi dan mobilisasi komunitas, pemilihan media. Ketiga, tahap produksi meliputi desain pesan, produksi media. Keempat, tahap implementasi yang meliputi sosialisasi melalui media, dokumentasi dan evaluasi. Pembinaan telah dilakukan dari beberapa instansi pemerintah seperti Dinas Lingkungan Hidup dan Dinas Kelautan dan Perikanan terkait program ekowisata mangrove, yaitu dengan memberikan sosialisasi,

pembinaan, pelatihan, monito ring, fasilitator serta juga memberikan pendampingan berupa bibit bakau. Model komunikasi yang digunakan KEMPAS adalah model komunikasi kemitraan Kincaid. Model komunikasi konvergensi dinilai lebih efektif dan efisien dalam mencapai saling pengertian dalam musyawarah

Penulis membatasi pembahasan dalam penelitian ini pada: Strategi dan Model Komunikasi Lingkungan Komunitas Makassar Berkebun dalam memperkenalkan konsep *Urban Agriculture* di Kota Makassar Sulawesi – Selatan. Adapun rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana strategi komunikasi lingkungan Komunitas Makassar Berkebun dalam Memperkenalkan Konsep *Urban Agriculture* di Kota Makassar Sulawesi – Selatan. Bagaimana Model Komunikasi Komunitas Makassar Berkebun dalam upaya menambah pengetahuan, pemahaman dan partisipasi Masyarakat pada kegiatan Pertanian dan Perkebunan Perkotaan (*Urban Agriculture*) di Kota Makassar ?

B. Metode Penelitian

Penulis menggunakan metode wawancara dan pengumpulan data pustaka (*library research*). Wawancara dilakukan kepada pengurus komunitas Makassar Berkebun dan peserta kegiatan Pelatihan Akademi Berkebun, sementara pengumpulan data pustaka dikaji dan diolah data-datanya berdasarkan penelusuran terhadap buku, jurnal, dan literatur-literatur yang terkait dengan konsep Komunikasi Lingkungan dan *Urban Agriculture* yang dapat mendukung penulis dalam melakukan penelitian.

Sumber data pada penelitian ini berfokus pada dua sumber yaitu sumber primer dan sumbersekunder. Penelitian ini merupakan penelitian dengan bertitik fokus penerapan startegi dan model komunikasi dalam menyampaikan pesan-pesan lingkungan, sehingga data primer diperoleh dari Ketua dan Pengurus Komunitas Makassar Berkebun serta peserta kegiatan edukasi dan pelatihan. Sedangkan sumber sekunder pada penelitian ini adalah berbagai literatur, baik itu dari buku, jurnal, artikel, dan berbagai karya ilmiah lainnya.

C. Hasil dan Pembahasan

C.1. Analisis Strategi Komunikasi Lingkungan Komunitas Makassar Berkebun

Komunitas Makassar Berkebun sebagai salah satu Komunitas *Urban Agriculture* di kota Makassar menyadari kondisi kota Makassar sebagai salah satu kota terbesar di Indonesia, memiliki potensi yang cukup besar dalam hal

pengembangan konsep *Urban Agriculture*. Oleh karena itu, Makassar berkebun berfokus pada kegiatan kampanye, sosialisasi, edukasi dan pelatihan *Urban Agriculture* dan pengelolaan lahan perkotaan di Kota Makassar. Melalui kegiatan sosialisasi, kampanye, edukasi dan pelatihan yang dilaksanakan, Makassar Berkebun berusaha untuk memenuhi salah satu prinsip dari kegiatan komunikasi lingkungan yaitu pada pemberdayaan peserta atau audiencedengan melibatkannya dalam kegiatan yang dilakukan sehingga peserta merasa terlibat dan tidak hanya berada dalam posisi yang pasif. Terkait strategi komunikasi Makassar berkebun, pesan dikemas dalam berbagai metode dan medium dengan tujuan untuk menumbuhkan kesadaran, pemahaman, kepedulian dan partisipasi masyarakat dalam pengelolaan lahan-lahan perkotaan potensial untuk diolah menjadi kebun perkotaan, yang tentunya sangat bermanfaat secara ekologis maupun ekonomi. Pola kegiatan yang dilakukan, dengan memadukan kegiatan yang bersifat komunikasi satu arah dengan kegiatan yang bersifat dialogis, intensif, dan praktikal, bertujuan agar lebih banyak komunikasi intrapersonal dan komunikasi kelompok yang terjadi, bukan hanya komunikasi satu arah dengan menyebarkan informasi lingkungan. Makassar Berkebun berusaha untuk mengumpulkan, memobilisasi dan mengajak partisipasi masyarakat dalam kegiatan-kegiatan yang dilakukan, sebagai sarana untuk mendidik dan menambah pengetahuan baik konsep maupun praktek sehingga masyarakat mampu untuk mengelola lingkungan dengan baik hingga dapat tetap berkelanjutan dari segi ekologi dan juga menguntungkan dari segi ekonomi.

Strategi komunikasi merupakan langkah awal dan menjadi penentu dalam bagaimana komunikasi lingkungan akan dijalankan. Oleh karena itu, perlu dipertimbangan berbagai factor yang dapat mendukung atau menghalangi Langkah-langkah dalam pelaksanaan strategi komunikasi lingkungan tersebut.

C.2 Tahapan Strategi Komunikasi Komunitas Makassar Berkebun

Tahapan pertama dari strategi Komunitas Makassar Berkebun adalah Assesment atau penilaian: Dalam tahapan ini, Komunitas Makassar Berkebun melakukan berbagai langkah analisis terkait situasi dan mengidentifikasi berbagai masalah analisis pada pihak dan pelaku yang terlibat. Dalam tahap ini, hasil analisis situasi kemudian digunakan sebagai landasan untuk melakukan review pada tujuan kegiatan. Kurangnya pengetahuan dan pemahaman masyarakat mengenai konsep *Urban Agriculture* dan kurangnya pemanfaatan potensi lahan kosong perkotaan di Kota Makassar, merupakan beberapa masalah yang teridentifikasi, yang kemudian menjadi landasan bagi Komunitas Makassar Berkebun untuk Menyusun strategi

komunikasinya.

Tahapan kedua adalah tahap perencanaan: Pada tahap ini dilakukan proses pengembangan strategi komunikasi untuk memperkenalkan konsep *urban agriculture* kepada masyarakat, mengajak masyarakat untuk ikut berpartisipasi pada kegiatan Makassar Berkebun, serta menambah pengetahuan dan pemahaman masyarakat pada konsep dan praktik Urban Agriculture. Strategi komunikasi yang dilakukan untuk memenuhi tujuan ini ada 4 strategi yakni; 1) Sosialisasi program untuk memperkenalkan komunitas Makassar Berkebun dan memberikan informasi seputar kegiatan-kegiatan Urban Agriculture yang dilakukan. 2) Kampanye untuk mengajak masyarakat untuk ikut berpartisipasi dalam kegiatan perkebunan perkotaan yang dilaksanakan. 3) Edukasi yang bertujuan untuk menambah pengetahuan dan pemahaman masyarakat pada konsep Urban Agriculture dan 4) Pelatihan bertujuan untuk menambah pengetahuan teknis dan praktik penerapan konsep Urban Agriculture

Pada tahap yang lebih lanjut yaitu tahap produksi dilakukan produksi pesan yang diawali dengan desain pesan dan produksi media sebagai sarana penyampaian pesan. Pesan-pesan komunikasi lingkungan yang disampaikan disusun untuk mengarahkan pada upaya menambah pengetahuan, pemahaman, partisipasi yang dapat memberi dampak pada berubahnya kebiasaan masyarakat, yang sebelumnya tidak terbiasa dengan konsep dan praktik *Urban Agriculture*, menjadi terbiasa dan mulai menerapkan di lingkungan tempat tinggal masing-masing. Adapun detail pesan lingkungan yang diproduksi oleh Komunitas Makassar Berkebun dalam strategi komunikasinya adalah sebagai berikut; 1) Kriteria Pesan: Pesan lingkungan yang disampaikan oleh Komunitas Makassar Berkebun memiliki kriteria yang memunculkan fakta mengenai masalah dan isu lingkungan yang terjadi, kemudian diikuti dengan solusi dari masalah lingkungan tersebut. Kedua, kriteria pesan lingkungan seperti ini diharapkan mampu menumbuhkan kesadaran, pemahaman dan partisipasi aktif masyarakat pada penerapan dan praktik Urban Agriculture di Kota Makassar dan di daerah lainnya di Sulawesi-selatan. 2) Nada pesan: Pesan yang disampaikan bersifat formal dan informal. Untuk kelompok masyarakat yang menjadi sasaran pesan, pesan dianggap akan lebih mudah diserap jika menggunakan Bahasa yang informal. Namun, komunitas Makassar Berkebun juga tetap menggunakan Bahasa formal dalam sejumlah pesan yang disampaikan untuk menjangkau kalangan masyarakat atau organisasi tertentu yang menggunakan sistem dan formalitas dalam penyampaian pesan dan praktik komunikasinya. 3) Format penyampaian pesan: Pesan komunikasi lingkungan disampaikan melalui bentuk sosialisasi, kampanye, edukasi dan

pelatihan, yang dilakukan oleh pengurus dan educator komunitas Makassar Berkebun bekerjasama dengan pemerintah, organisasi, perusahaan dan Event Organizer. Salah satu contoh kegiatan sosialisasi, kampanye, edukasi dan pelatihan yang dilakukan adalah kegiatan “Akademi Berkebun” yang merupakan kegiatan berbasis lingkungan yang rutin diadakan oleh Komunitas Makassar Berkebun.

Tahap Aksi dan Refleksi, tahap ini terdiri dari Langkah penyebaran pesan-pesan lingkungan melalui berbagai metode dan media, juga langkah dokumentasi, monitoring dan evaluasi. Strategi untuk membangun kesadaran, pemahaman, dan partisipasi masyarakat pada lingkungan khususnya lingkungan perkotaan, dilakukan melalui strategi komunikasi yang bertahap dan berfokus pada tujuan dari pelaksanaan strategi tersebut. Komunitas Makassar berkebun merupakan organisasi nirlaba yang bertujuan untuk memperkenalkan konsep Urban Agriculture di Kota Makassar sekaligus mengajak masyarakat untuk ikut berpartisipasi menerapkan konsep Urban Agriculture tersebut di lingkungan masing-masing. Strategi penyebaran informasi melalui sosialisasi, dan kampanye Urban Agriculture merupakan wadah bagi Komunitas Makassar Berkebun untuk menyampaikan informasi, mengenai program kebun perkotaan dan akademi berkebun kepada masyarakat kota Makassar dan sekitarnya. Dalam pelaksanaan edukasi dan pelatihan yang berisi Pendidikan dan praktek penerapan kebun perkotaan.

C.3 Bentuk Sosialisasi, Kampanye, Edukasi dan Pelatihan Urban Agriculture Komunitas Makassar Berkebun

Kegiatan yang dilakukan oleh Komunitas Makassar Berkebun sebagai penyelenggara kegiatan bekerjasama dengan berbagai pihak diantaranya komunitas lingkungan di kota Makassar, perusahaan swasta, vendor dan *Event Organizer* untuk pelaksanaan sosialisasi, edukasi dan pelatihan yang mengangkat tema seputar *Urban Agriculture* atau Pertanian dan Perkebunan Perkotaan. Peserta berasal dari berbagai kalangan mulai dari anak-anak, remaja hingga dewasa. Adapun materi edukasi dan pelatihan disesuaikan dengan usia dan latar belakang peserta. Jumlah peserta bervariasi, mulai dari puluhan hingga ratusan peserta dan dalam setiap kegiatan edukasi, workshop ataupun pelatihan disediakan educator dan pendamping yang dinilai kompeten dan memiliki keahlian yang menunjang sebagai educator dan pendamping workshop maupun pelatihan.

C.4 Model Komunikasi Komunitas Makassar Berkebun

Komunitas Makassar Berkebun menerapkan model komunikasi menggunakan model komunikasi David K Berlo dan model komunikasi Schramm dalam proses komunikasinya. Alasan menggunakan komunikasi lingkungan dalam sudut pandang ini dilandasi pada realitas bahwa manusia senantiasa berada dan dipengaruhi oleh lingkungan. Manusia senantiasa akan berkomunikasi dan selalu memaknai pesan terikat pada konteks komunikasi antar manusia, yaitu manusia yang terkait dengan lingkungan sekitar. Kelompok ini dibentuk atas dasar keinginan bersama, untuk berusaha bersama dan dipertanggungjawabkan secara bersama guna untuk mewujudkan tujuan dan cita-cita komunitasnya.

Berdasarkan hasil wawancara dan pengamatan di lapangan maka terdapat beberapa model komunikasi pada penyebaran informasi terkait kegiatan *Urban Agriculture* komunitas Makassar Berkebun di kota Makassar, sebagai berikut. Kelebihan dari model komunikasi David K Berlo adalah pada penerapannya yang tidak terbatas pada komunikasi massa namun dapat pula diterapkan pada pola komunikasi antarpribadi dan berbagai bentuk komunikasi lainnya. Pada penelitian ini *Source* atau sumber pada saat sosialisasi dan kampanye adalah pengurus Komunitas Makassar Berkebun yang bertugas mengolah data, narasi dan konten social media (Facebook, Twitter dan Instagram). Sementara itu *Source* untuk kegiatan Edukasi dan Pelatihan adalah Edukator dan Fasilitator yang juga merupakan pengurus dan penggiat Komunitas Makassar Berkebun. Edukator bertugas untuk memberikan edukasi kepada peserta kegiatan, sementara fasilitator bertugas memfasilitasi pelatihan sekaligus sebagai trainer atau pelatih yang memiliki peran untuk memberikan pelatihan dan membantu memudahkan peserta dalam memahami materi pelatihan. Dua orang edukator dan Fasilitator Makassar Berkebun yang sempat kami wawancarai adalah Husnul Mubarak dan Nuril Hidayah, pengurus Komunitas Makassar Berkebun. Husnul Mubarak berasal dari latar belakang Pendidikan Strata Satu Teknologi Pertanian dan Magister Teknologi Pendidikan. Sementara Nuril Hidayah berasal dari latar belakang strata satu Pendidikan Teknologi Pangan. Sebelum diberikan kepercayaan sebagai Edukator dan Fasilitator, Husnul Mubarak dan Nuril Hidayah diberikan pelatihan terlebih dahulu (Train of Trainer) untuk menambah

pengetahuan keduanya terkait metode pelatihan Urban Agriculture. *Train of Trainor* atau ToT berlangsung selama beberapa bulan dimana peserta (calon educator) diberikan materi komprehensif terkait teori dan praktes *Urban Agriculture*.

Unsur yang penting pada sumber atau *Source* adalah: *Communicating Skills* (keahlian komunikasi), *Attitudes* (perilaku), *Knowledge* (pengetahuan), *Social System and Culture* (system social dan budaya). Simmons (dalam Rakhmat, 1992) mengungkapkan bahwa komunikator dipersepsikan memiliki persamaan dengan communicate cenderung berkomunikasi dengan lebih efektif. Kemampuan komunikasi yang baik akan memudahkan proses penyandibalikan atau decoding, yaitu proses menerjemahkan lambang yang diterima menjadi gagasan, percaya dan kemudian menumbuhkan keyakinan pada gagasan yang disampaikan komunikator. *Message* atau pesan berisikan latar belakang pelaksanaan kegiatan sosialisasi, kampanye, edukasi dan pelatihan Urban Agriculture untuk mewujudkan visi dan misi Komunitas Urban Agriculture dalam tiga aspek utama yaitu Edukasi, Ekologi dan Ekonomi. Tujuan Edukasi adalah untuk meningkatkan pemahaman dan pengetahuan penggiat, audiens sosial media dan masyarakat tentang konsep berkebun di area perkotaan atau urban agriculture. Tujuan Ekologi adalah untuk meningkatkan partisipasi masyarakat pada proses pengelolaan lahan yang sudah tidak terpakai atau terbengkalai di area perkotaan yang kemudian diolah kembali menjadi lahan produktif dan mengembalikan fungsi ekologinya. Tujuan Ekonomi adalah terciptanya kemandirian pangan yang berkelanjutan.

Jenis pesan terkait konsep, metode dan praktek Urban Agriculture yang di sampaikan dalam berbagai program Sosialisasi, kampanye, diantaranya; Definisi dan konsep Urban Agriculture, dan nilai manfaat dari program kegiatan *urban agriculture* diantaranya nilai ekonomi, edukasi, sosial, ekologi, estetika, serta informasi seputar jenis-jenis taman yang dapat tumbuh dengan baik di area perkotaan. Dalam kegiatan edukasi dan pelatihan informasi yang dibagikan bersifat lebih teknis, diantaranya; media tanam dan alat yang dibutuhkan, pemilihan pupuk, teknik penanaman dan perawatan, proses panen, dan strategi pemasaran hasil panen. Dalam kegiatan pelatihan peserta juga diberikan pelatihan praktik terkait teknik bercocok tanam hidroponik, pemanfaatan rumah dengan

tanaman produktif di halaman (satu rumah satu pohon), pemanfaatan pekarangan rumah, tanaman sayuran dan tanaman hias di halaman rumah; tanaman pada dinding / Vertikultur; dan pemanfaatan lahan tidur (kebun RW/ kebun komunitas). Materi sosialisasi, kampanye, edukasi dan pelatihan dikemas dan disesuaikan berdasarkan audiens, peserta dan masyarakat yang mengikuti kegiatan tersebut. Pesan yang disampaikan dalam suatu kegiatan komunikasi mampu menggerakkan khalayak sasaran yang kemudian mengarahkan pada respon yang diinginkan yakni; kesadaran, instruksi dan persuasi (Berger dan Roskos Ewoldsen, 2014). Pesan yang membangun kesadaran memberitahu individu mengenai apa yang harus dilakukan, menetapkan secara rinci siapa yang harus melakukannya dan memberikan petunjuk tentang kapan dan dimana hal itu harus dilakukan. Peran kunci dari pesan yang membangun kesadaran adalah pesan ini membangkitkan minat atau kepedulian serta mendorong pencarian informasi lebih lanjut mengenai subjek pesan.

Channel atau saluran yang digunakan dalam kegiatan sosialisasi dan kampanye adalah saluran udara karena selain disampaikan secara langsung, sosialisasi dan kampanye juga dilakukan dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi dalam bentuk social media, dimana pesan disampaikan dalam format audio video atau gabungan dari keduanya. Selain memanfaatkan social media, pesan lingkungan juga disebarkan melalui media massa elektronik. Media massa elektronik yang dipilih adalah Tempo.com dan Tribunnews.com dan berbagai media massa elektronik lainnya. Sementara radio dijadikan media penyampai pesan adalah radio insani dan identitas online. *Receiver* atau penerima adalah seluruh peserta yang hadir dalam kegiatan edukasi dan pelatihan Urban Agriculture yang dilaksanakan oleh Komunitas Makassar Berkebun. Penerima juga adalah audience dan followers di berbagai platform social media Makassar Berkebun yang saat ini jumlahnya mencapai puluhan ribu followers.

C.5. Model Komunikasi Penyebaran : Inovasi Urban Agriculture “Makassar Berkebun” Pada Kegiatan Edukasi dan Pelatihan.

Dalam teori Difusi Inovasi, Rogers (1971) mengungkapkan bahwa pada dasarnya suatu inovasi disampaikan atau dikomunikasikan melalui saluran-saluran tertentu sepanjang waktu. Proses difusi memegang peranan yang penting karena

melalui saluran komunikasi ide-ide dan pengetahuan baru dibagikan oleh sumber atau *source* kepada penerima atau *receiver* yaitu anggota sistem sosial (dalam Rogers dan Shoemaker, 1971).

Pada kegiatan Sosialisasi, dan Kampanye yang dilakukan oleh komunitas Makassar Berkebun, *source* atau sumber informasi adalah pengurus komunitas yang menjadi pengelola akun sosial media komunitas Makassar Berkebun dan juga beberapa menghadiri wawancara yang dilakukan media berita cetak, elektronik dan radio. Pada kegiatan Edukasi dan Pelatihan yang dilakukan oleh komunitas Makassar Berkebun, *source* atau sumber informasi adalah Edukator serta Fasilitator yang menjadi pemateri dalam kegiatan Edukasi dan Pelatihan. Unsur yang penting pada sumber atau *Source* adalah: *Communicating Skills* (keahlian komunikasi), *Attitudes* (perilaku), *Knowledge* (pengetahuan), *Social System and Culture* (sistem sosial dan budaya). Seorang komunikator dinilai sukses dalam melakukan komunikasinya jika komunikator tersebut dapat menyesuaikan komunikasinya dengan komunikan dengan memahami kepentingan, kebutuhan, kecakapan, pengalaman, kemampuan berfikir dan kesulitan dari komunikannya. Komunikator harus mampu menjaga kesemestaan alam mental yang terdapat pada komunikan. Dalam penelitian ini Aspek yang dinilai adalah kredibilitas dan daya tarik komunikator.

Message atau pesan berisikan informasi seputar kegiatan Urban Agriculture, latar belakang pelaksanaan, manfaat, tujuan dan tata cara berkebun di area perkotaan baik secara konsep maupun praktik pelaksanaan. *Channel* atau saluran merupakan yang digunakan untuk kegiatan sosialisasi dan kampanye adalah saluran udara karena strategi sosialisasi dan kampanye memanfaatkan media sosial dan media penyiaran berupa siaran radio dan media berita online. *Receiver* atau penerima adalah seluruh peserta yang hadir dalam kegiatan edukasi dan pelatihan Urban Agriculture yang dilaksanakan oleh Komunitas Makassar Berkebun. Penerima juga adalah audience dan followers di berbagai platform social media Makassar Berkebun yang saat ini jumlahnya mencapai puluhan ribu followers. Pada hakikatnya, komunikasi merupakan suatu proses social yang berlangsung atau berjalan antarmanusia.

Pelaksanaan strategi komunikasi komunitas Makassar Berkebun melalui empat kegiatan utama yaitu; Sosialisasi, Kampanye, Edukasi dan Pelatihan, Al-Munzir Vol. 15. No. 2 November 2022

berdasarkan pengamatan peneliti, selain mengikuti model SMRCE juga mengikuti model interaksional dimana model komunikasi ini sangat sulit digambarkan dalam suatu mode diagramatik karena karakternya yang kualitatif, nonsistemik dan nonlinier. Salah satu model yang cocok dalam penelitian ini adalah model Schramm (1954). Dalam model komunikasi ini dibutuhkan tiga unsur yaitu; *source*, *message* dan *destination* (sasaran). Dalam model ini, individu dalam proses komunikasi juga berperan sebagai *encoder* dan *decoder*. Model komunikasi ini mengasumsikan bahwa individu secara konstan menyandi balik tanda-tanda dari lingkungan, menafsirkan tanda-tanda tersebut kemudian menyandi sesuatu sebagai hasilnya. Adapun menurut model komunikasi ini, proses kembali merupakan umpan balik atau *feedback*.

Interpreter atau *decoder* atau *encoder* pada model komunikasi Wilbur Schramm (1965) adalah Edukator dan Fasilitator (Pemateri dan pelatih dalam kegiatan Edukasi dan Pelatihan), yang memproduksi dan memberikan informasi dan pesan lingkungan, serta menjadi narasumber dalam kegiatan edukasi dan pelatihan yang membawakan materi tentang konsep dan praktik Urban Agriculture. Selain memberikan materi, pemateri juga melakukan praktek dengan sarana yang telah disediakan untuk peserta yang mengikuti kegiatan. *Interpreter* atau *decoder* atau *encoder* sesuai dengan yang tertera dalam gambar model komunikasi Schramm, terdapat dua tipe. Tipe yang kedua (gambar sebelah kiri) adalah peserta dalam edukasi dan pelatihan Makassar Berkebun. Model komunikasi *Schramm* ini juga terjadi ketika peserta edukasi dan pelatihan menyebarkan pesan informasi seputar Urban Agriculture dan Komunitas Makassar Berkebun pada orang lain serta mendapat respon dari individu yang diberi ajakan. Hal ini kemudian sejalan dengan konsep difusi inovasi (dalam Rogers dan Shoemaker, 1971) dimana proses keputusan inovasi ini menunjukkan adanya satu peranan baru bagi penyampai pesan atau *source* sebagai agen pembaru. Peran baru tersebut adalah keputusan inovasi tidak hanya tertarik mengadopsi sajanamun terdapat tanggung jawab dalam memberikan informasi yang mendukung kepada individu yang telah menerima inovasi tersebut.

D. Penutup

Terdapat empat jenis strategi komunikasi yang diterapkan oleh Komunitas Makassar Berkebun dalam mewujudkan visi dan misi organisasinya yang mencakup 3 aspek yaitu; Sosialisasi, Kampanye Edukasi dan pelatihan yang dilakukan untuk memberikan pengetahuan terkait teori dan praktek penerapan Urban Agriculture atau perkebunan perkotaan di lingkungan rumah atau lingkungan sekitar dari anggota komunitas maupun peserta kegiatan edukasi dan pelatihan. Adapun Model komunikasi yang digunakan untuk menganalisa strategi komunikasi yang digunakan oleh Komunitas Makassar Berkebun dalam penelitian ini adalah model komunikasi yang bersifat mekanistik dan interaksional yaitu model komunikasi David K Berlo (1960) dan model komunikasi Schramm (1954).

Referensi

- Berger, Charles R; Michael E. Roloff; David R. Roskos-Ewoldsen. (2014). *Handbook Ilmu Komunikasi*. Penerjemah : Derta Sri Widowatie. Bandung : Nusa Media.
- Cangara, Hafied. (2013). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Commoner, Barry. (1971). *The Closing, Nature, Man and Technology*. New York: Bantam Books.
- Effendy, Onong Uchjana. (2000). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung : PT. Citra Aditya Bakti.
- G. Flor, Alexander. (2004). *Environmental Communication*. Bandung: Prenada Kencana.
- Jefkins, Frank. (2013). *Public Relations: A Handbook*. Terj. Haris Munandar. Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama.
- Kline, Paul. (1986). *Handbook of Test Construction; Introduction to Psychometric design*. Australia: Law Book Co of Australia.
- Mulyana, Deddy. (2001). *Komunikasi Suatu Banding* : Rosda.
- Nasution, S. (2005). *Metode penelitian Naturalistik-Kualitatif*. Bandung: tasrib.
- Rakhmat, Djalaluddin. (2012). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung:

Remaja Rosdakarya. Robert, Cox. (2010). *Environmental Communication And Public Sphere*. London: SAGE

Publication, Inc .

Schramm, Wilbur. (1971). *The Process and Effects of Mass Communication*. Illinois: TheUniversity of Illinois Press.

Shihab, M. Quraish. (2009). *Tafsir Al-Mishbah (Pesan, Kesan, Keserasioan Al-Quran)*. Jakarta:Lentera Hati.

Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Venus, Antar. (2009). *Manajemen kampanye* . Bandung : Simbiosis Rekatama Media.

Yenrizal. (2015). *Komunikasi Lingkungan Masyarakat Petani Pedesaan, Studi Etnoekologi Komunikasi Masyarakat Semende Darat Tengah, Muara Enim Sumatera Selatan(Disertasi)*. Bandung: Pascasarjana FIKOM Universitas Padjadjaran.

Yenrizal. (2017). *Lestarian Bumi dengan Komunikasi Lingkungan*. Ed.1, Cet. 1. Deepublish: Yogyakarta.

Artikel Jurnal:

Stuart, Teresa H. and Rodolfo A. Fernandez. (1992). *Media Coverage of Eviromental Problemsand Policies*. Media asia, Vol. 19, No.2, Singapore.

Sumber Internet:

Asriadi. (2012). *Komunitas Makassar Berkebun*.

<https://osdasriadi.wordpress.com/2012/04/29/komunitas-makassar-berkebun/>, diakses pada 7 Agustus 2021 pukul 8.24 wita

Gassing. (2012). *Menaman Benih Persahabatan di Makassar Berkebun*. <https://daenggassing.com/kota/menanam-benih-persahabatan-di-makassar-berkebun/> Diakses pada 8 Agustus 2021 pukul 16.47 wita

Komunitas Makassar Berkebun. (2016). *Profil Komunitas Makassar Berkebun*. www.komunitas.id/listing/makassar-berkebun/ , Diakses pada 9 Agustus 2021 pukul 15.27 wita

Provinsi Sulsel. (2021). *Info Sulawesi-selatan*.

https://sulseprov.go.id/pages/info_lain/22 , Diakses pada 8 Agustus 2021 pukul 17.40 wita

Walhi. (2021). *Walhi Sebut 6 Masalah Penting Lingkungan Hidup di Kota Makassar*. <https://sulsel.suara.com/read/2021/02/26/150758/walhi-sebut-6-masalah-penting-lingkungan-hidup-di-kota-makassar?page=all> Diakses pada 8 Agustus 2021 pukul 16.49wita