



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Lingkungan Hidup

Karden Eddy Sontang Manik dalam bukunya yang berjudul *Pengelolaan Lingkungan Hidup* menyebutkan bahwa lingkungan hidup merupakan tempat yang ditempati oleh komponen makhluk hidup (biotik) maupun komponen yang bukan makhluk hidup (abiotik) untuk saling berinteraksi dan berhubungan satu sama lain sehingga terjadi timbal balik antara keduanya (2007, hlm. 7). Lingkungan hidup terdiri dari empat unsur yang saling berhubungan yaitu lingkungan fisik yang terdiri atas benda abotik dan energi, lingkungan biologi yang terdiri atas komponen biotik, lingkungan sosial atau perilaku, dan lingkungan institusional yang merupakan lingkungan lembaga yang dibuat masyarakat. Harun Husein dalam bukunya yang berjudul *Lingkungan Hidup: Masalah Pengelolaan dan Penegakkan Hukumnya* berpendapat bahwa kegiatan manusia yang berkaitan erat dengan lingkungan akan memiliki dampak terhadap lingkungan itu sendiri dan besar atau kecilnya maupun buruk atau tidaknya dampak yang ditimbulkan akan tergantung pada kegiatan itu sendiri, apakah terjadi pengeksploitasian secara massal atau tidak dan adanya perhatian manusia terhadap lingkungan hidup disekitarnya setelah kegiatan dilakukan (1993, hlm. 17). Kondisi lingkungan hidup memiliki tiga kategori yang dibedakan menurut kualitas kondisi lingkungan hidup tersebut yang diakibatkan pembangunan dan aktivitas manusia yaitu membaik (dari kondisinya yang menurun), semakin menurun, dan tetap baik.

Lingkungan hidup diciptakan tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan manusia dalam bertahan hidup, tetapi juga agar manusia dapat bersikap dengan baik pada seluruh makhluk hidup termasuk pada lingkungan alam sekitarnya.

Manusia memerlukan sebuah lingkungan untuk tempat tinggal dan keberlangsungan hidupnya serta alam untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Alexander Sonny Keraf dalam bukunya yang berjudul *Etika Lingkungan Hidup* menyebutkan bahwa lingkungan hidup dan alam sudah seharusnya diperlakukan secara beradab dan serius oleh manusia, dengan tidak memandang bernilai atau tidaknya untuk kehidupan manusia (2010, hlm. 65). Alam mempunyai peranan dan nilai tersendiri didalam kehidupan manusia dan manusia tidak akan mampu bertahan hidup sendiri tanpa lingkungan hidup dan organisme didalamnya. Manusia mempunyai kewajiban dalam menjaga dan melestarikan alam serta lingkungan karena manusia merupakan bagian dari alam dengan cara menghargai apa yang sudah alam berikan kepada manusia sebagai anugerah. Tanggung jawab, hidup dengan gaya sederhana, bertindak adil, dan selaras dengan alam adalah tindakan yang seharusnya dilakukan oleh manusia kepada alam sebagai rasa syukur dan menunjukkan pribadi manusia yang beretika dalam hidup berdampingan dengan alam. Imam Supardi dalam bukunya yang berjudul *Lingkungan Hidup dan Kelestariannya* berpendapat bahwa kehidupan manusia yang semakin hari semakin cenderung acuh terhadap kebersihan dan kelestarian lingkungan hidupnya sendiri justru memperparah masalah lingkungan hidup di Indonesia serta kurangnya pemahaman tentang kebersihan dan kelestarian akan lingkungan hidup (1994, hlm. 141).

Manusia sebenarnya memiliki peranan penting dan kewajiban moral atau perilaku yang baik terhadap kelestarian alam serta lingkungan hidup atau tempat tinggalnya serta tidak hanya terhadap sesama manusia saja sehingga diharapkan manusia akan bersikap lebih bertanggung jawab terhadap alam dan tidak hanya mementingkan kepentingan pribadinya. Manusia dianggap sebagai pelaku moral dalam lingkungan tempat tinggalnya karena dianggap sebagai makhluk yang memiliki kemampuan berperilaku yang baik secara moral, bertanggung jawab, dan memiliki kewajiban serta dapat dituntut untuk bertanggung jawab atas segala perbuatannya terhadap alam yang disebut sebagai subyek moral (Keraf, 2010, hlm. 71). Lingkungan dan makhluk hidup lainnya dalam konteks ini dapat dijadikan sebagai subyek moral karena dapat diperlakukan dengan baik atau buruk oleh pelaku moral dan dapat menerima keuntungan atau kerugian atas perilaku pelaku moral karena mempunyai tanggung jawab dan kewajiban moral atas perilakunya terhadap subyek moral tergantung dari dampak yang ditimbulkan.

Subyek moral yaitu alam dapat mengalami kerugian ataupun keuntungan atas perilaku pelaku moral dan harus dipertanggung jawabkan jika yang terjadi adalah kerugian terhadap subyek moral. Pelaku moral memiliki tanggung jawab atas keberadaan serta kelestarian alam dan lingkungan atau dengan kata lain subyek moral, karena didalam lingkungan terdapat makhluk hidup yang tinggal dan tentunya sangat berpengaruh pada kehidupan manusia atau pelaku moral. Kewajiban manusia sebagai pelaku moral terhadap kelestarian lingkungan antara lain adalah tidak melakukan perbuatan yang merugikan alam dan tidak

menghambat pertumbuhan serta perkembangan makhluk yang hidup didalamnya. Manusia masih sangat membutuhkan peran serta lingkungan karena keduanya memiliki hubungan erat satu dengan yang lainnya karena tidak dapat dipisahkan. Komunitas biotik seperti halnya rawa, sungai, laut, danau, dan juga situ merupakan contoh dari habitat makhluk hidup lain dan subyek moral yang pada setiap hari ditemui disekitar manusia bahkan tidak jarang digunakan guna memenuhi kebutuhan sehari-hari. Kepentingan manusia tidak dapat dijadikan alasan untuk merusak atau mengorbankan komunitas biotik sehingga kebutuhan manusia tercukupi, tetapi lingkungan malah menjadi rusak. Pelestarian alam merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan oleh manusia untuk tetap menjaga keberlangsungan dan kelestarian alam.

2.2 Situ

Peraturan Presiden RI Nomor 54 Tahun 2008 tentang Penataan Ruang Kawasan Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi, Puncak, Cianjur menyebutkan definisi situ merupakan sebuah wadah genangan air di atas permukaan tanah yang terbentuk secara alami maupun buatan yang didalamnya terdapat kehidupan biota air dan sumber airnya berasal dari tanah atau air permukaan sebagai siklus hidrologis yang merupakan salah satu bentuk kawasan lindung dan aset negara.. Undang-undang yang mengatur tentang upaya konservasi atau pemeliharaan situ tercantum pada UU No. 7 Tahun 2004, konservasi sumber daya air adalah upaya memelihara keberadaan serta keberlanjutan keadaan, sifat, dan fungsi sumber daya air agar senantiasa tersedia dalam kuantitas dan

kualitas yang memadai untuk memenuhi kebutuhan makhluk hidup, baik pada waktu sekarang maupun yang akan datang. Konservasi sumber daya air diatur pada pasal 20 sampai dengan pasal 25 dalam UU No. 7 Tahun 2004 yang intinya adalah:

1. Konservasi sumber daya air ditujukan untuk menjaga kelangsungan keberadaan daya dukung, daya tampung, dan fungsi sumber daya air.
2. Konservasi sumber daya air dilakukan melalui kegiatan perlindungan dan pelestarian sumber air, pengawetan air, serta pengelolaan kualitas air dan pengendalian pencemaran air dengan mengacu pada pola pengelolaan sumber daya air yang ditetapkan pada setiap wilayah sungai.
3. Ketentuan tentang konservasi sumber daya air digunakan sebagai salah satu acuan dalam perencanaan tata ruang.

Lina Puspita, dkk dalam bukunya yang berjudul *Lahan Basah Buatan Indonesia* menyebutkan bahwa proses pembentukan situ dapat dibedakan menjadi dua yaitu terbentuk karena proses alami dan buatan (2004, hlm. 187-191):

1. Proses alami terjadi karena prosesnya yang terbentuk menjadi genangan atau wadah tampungan air yang besar secara alami dan airnya berasal dari air hujan, mata air, dan limpahan air sungai atau air permukaan. Proses alami terbentuknya situ dapat terjadi karena proses vulkanisme (letusan gunung berapi), tektonik (peristiwa geologi), dan erosi atau pelarutan.
2. Proses buatan merupakan pembuatan situ yang sengaja dibuat oleh manusia guna memenuhi kebutuhan manusia untuk pengairan sehari-hari dan

melalui proses kesengajaan atau ketidaksengajaan. Proses buatan dengan sengaja berarti situ dibuat pada sebuah lembah di permukaan bumi dengan memperhatikan dimana titik atau lokasi air tanah akan keluar setelah musim hujan. Proses buatan dengan tidak sengaja berarti apabila terjadi penggalian barang tambang yang meninggalkan cekungan dan terjadi amblesan permukaan tanah.

2.2.1 Fungsi Situ

Situ memiliki beberapa fungsi utama dan fungsi pemanfaatan yang keduanya memiliki peranan penting dalam kehidupan manusia dan makhluk hidup lainnya.

Kementerian Pekerjaan Umum menetapkan bahwa fungsi utama situ adalah:

1. Pengendali banjir (fungsi hidrologis)

Sebagai pengendali banjir, fungsi situ dibedakan lagi menjadi dua, yaitu fungsi detensi dan retensi. Fungsi detensi adalah kondisi saat situ dapat menahan kapasitas air terutama ketika banjir. Fungsi retensi adalah kondisi saat situ dapat menampung air dibawah batas normal tampungan situ sebagai persediaan air dan indikatornya adalah dasar tanah situ yang bersifat *porous* atau tembus air. Fungsi pengendali banjir merupakan fungsi situ yang diharapkan dapat ditemui pada semua sumber daya air termasuk situ untuk mencegah atau mengurangi kemungkinan terjadinya banjir akibat daya tampung situ yang kurang maksimal dan menjaga tinggi air muka tanah.

2. Penyedia air atau sumber daya air

Dapat dijadikan sebagai pembangkit listrik serta irigasi atau pengairan bagi persawahan dan perkebunan dan sumber air bersih.

3. Budidaya air (perikanan air tawar)

Menjadi tempat pembudidayaan atau pengembangbiakan ikan untuk di air tawar.

Fungsi pemanfaatan situ merupakan fungsi dari situ yang dapat dimanfaatkan lebih untuk menunjang kehidupan serta kepentingan manusia dan makhluk hidup lainnya. Fungsi pemanfaatan dapat dikelompokkan menjadi:

1. Fungsi ekologis sebagai daerah resapan air tanah dan penghijauan serta tempat habitat atau ekosistem makhluk hidup air darat untuk keberlangsungan ekosistem air.
2. Fungsi sosial sebagai tempat berkumpul bagi beberapa orang (sebagai bentuk tindakan sosial antar manusia).
3. Fungsi ekonomi sebagai tempat pariwisata, olahraga air, dan pemancingan atau kegiatan yang dapat menghasilkan pendapatan bagi manusia.

2.2.2 Pengelompokan Jenis Situ

Berdasarkan data yang diperoleh dari Satuan Kerja Balai Besar Wilayah Sungai Ciliwung Cisadane mengenai deskripsi wilayah situ menjelaskan bahwa pengelompokan situ dapat dibedakan menjadi fisik dan nonfisik. Pengelompokan

secara fisik dilakukan berdasarkan lokasi, sumber air, kondisi fisik, dan luas situ karena dapat mempengaruhi keadaan fisik situ. Pengelompokan nonfisik yaitu meliputi penguasaan atau kepemilikan, pengelolaan, fungsi, dan pemanfaatan.

1. Pengelompokan berdasarkan lokasi

Situ yang berada di wilayah pedesaan dengan perkotaan memiliki perbedaan kondisi karena psikografis dan demografis masyarakat pedesaan dengan perkotaan memiliki perbedaan yang mempengaruhi kondisi fisik situ tersebut. Situ yang terletak pada daerah perkotaan atau pemukiman padat akan cenderung ramai dan banyak limbah.

2. Pengelompokan berdasarkan sumber air

Air tampungan pada situ dapat berasal dari tiga sumber yaitu mata air alami, air hujan, dan limpahan aliran sungai atau air permukaan. Satu situ dapat memiliki dua bahkan tiga sumber air tersebut.

3. Pengelompokan berdasarkan kondisi fisik

Tiga kriteria kondisi fisik situ adalah baik, terganggu, dan rusak. Situ dalam kondisi yang baik yaitu yang masih berfungsi dengan baik dan semestinya sebagai resapan air dan memiliki kualitas air yang baik. Situ dalam kondisi terganggu merupakan keadaan dimana fungsi situ sebagai resapan air mulai tidak optimal dan kualitas air situ tidak sesuai dengan penggunaannya. Situ yang rusak merupakan keadaan dimana situ telah hilang dan/atau berubah fungsi menjadi daratan, bahkan tidak terlihat lagi bentuk asli situ.

4. Pengelompokan berdasarkan luas situ

Luas situ diukur berdasarkan besarnya yaitu besar, sedang, dan kecil.

Situ besar jika luasnya lebih dari 10 hektar, sedang jika antara 2 sampai 10 hektar, dan kecil jika kurang dari 2 hektar.

5. Pengelompokan berdasarkan penguasaan lahan

Status penguasaan lahan dapat dikelompokkan menjadi tiga yaitu kepemilikan oleh kelompok usaha atau perorangan, masyarakat, dan sebagian besar bahkan seharusnya dimiliki oleh pemerintah. Daerah situ yang disertifikatkan untuk penguasaan meliputi sempadan situ yang melindungi badan utama situ guna menghindari penyempitan luas dan pengambilan lahan.

6. Pengelompokan berdasarkan pengelolaan

Pengelolaan situ merupakan pendayagunaan masyarakat dan fungsi situ secara keseluruhan maupun bagian-bagian dari situ. Pengelolaan situ dapat dilakukan sendiri oleh masyarakat maupun lembaga swadaya masyarakat yang memperhatikan situ, dan khususnya instansi pemerintah seperti Perum Jasa Tirta II dan pemerintah daerah setempat untuk mengelola situ secara teknis.

2.2.3 Jenis Kerusakan Situ

Dampak dari kerusakan situ yang sering ditemukan pada umumnya menyebabkan banjir karena situ yang seharusnya berfungsi sebagai pengendali banjir atau penampung air hujan dan resapan air mengalami penurunan kualitas dan fungsinya

menjadi tidak optimal. Kerusakan pada situ tidak selalu terjadi didalam lingkungan situ itu sendiri, namun juga dapat berasal dari hulu yang kemudian airnya mengalir ke situ sehingga daerah sekitar situ mengalami dampak dari kerusakan yang berada di hulu. Penyebab kerusakan pada situ disebabkan oleh berbagai macam hal, termasuk sampah dan tanaman gulma yang mengganggu ekosistem dan kelestarian situ dan pengurangan luas lahan situ karena pengelolaan situ yang salah oleh pihak tertentu. Proses sedimentasi atau pendangkalan situ diakibatkan oleh adanya masukan limbah dan tumbuhan gulma yang pertumbuhannya tidak terkontrol sehingga justru menimbulkan pendangkalan dan jika sudah terjadi, maka situ dapat menjadi daratan dan dengan mudah diubah fungsinya menjadi area sawah bahkan pemukiman warga (Puspita, 2005, hlm. 197-198). Peraturan yang tegas dan tepat serta kesadaran tiap individu akan lingkungan hidup sangat diperlukan dalam mengatur keberlangsungan kelestarian lingkungan hidup dan mengurangi dampak kerusakan pada lingkungan yang dapat mendatangkan kerugian bagi manusia (Manik, 2007, hlm. 22). Berdasarkan data yang diperoleh dari Balai Besar Ciliwung Cisadane, jenis-jenis kerusakan situ dapat dilihat dari kriteria atau indikator berikut:

No	Indikator	Parameter	Kondisi	Indeks
1.	Status situ dan kepemilikan situ	Status situ dan kepemilikan situ	1.Tidak beralih status kepemilikan 2. Alih status menjadi daratan < 25 %, pemilik tetap pemerintah atau kawasan 3.Alih status menjadi daratan => 25 %, kepemilikan tidak jelas	1 2 3
2.	Fungsi dan Pemanfaatan Air	Fungsi dan Pemanfaatan Air	1. Berfungsi sesuai peruntukkan 2.Berfungsi sebagian 3.Tidak berfungsi/ berubah fungsi	1 2 3
3.	Batas pengaman	Sempadan situ	1.Ada = persyaratan 2.Ada < persyaratan 3.Tidak ada dan ada bangunan permukiman dll	1 2 3
4.	Penyempitan	Penyusutan luasan situ	1.Rendah (<5%) 2.Sedang (5-25%) 3.Tinggi (>25%)	1 2 3
5.	Pendangkalan	Penyusutan kedalaman situ	1.Rendah (<5%) 2.Sedang (5-25%) 3.Tinggi (>25%)	1 2 3
6.	Pembuangan sampah	Timbunan sampah	1.Tidak ada sampah 2.Tumpukan sampah pada daerah sempadan 3.Tumpukan sampah pada daerah sempadan dan perairan	1 2 3
7.	Tata air	Aliran air	1.Ada sarana inlet dan outlet	1

			2.Sarana tidak berfungsi	2
			3.Tidak ada sarana	3
8.	Kualitas air	Baku mutu air situ	1.Sesuai Kelas I/II	1
			2.Sesuai Kelas III	2
			3.Sesuai Kelas IV	3
9.	Gulma air	Persentase penutupan	1. <25%	1
			2. 25-50%	2
			3. >50%	3

Tabel 2.1 Parameter Kondisi Situ

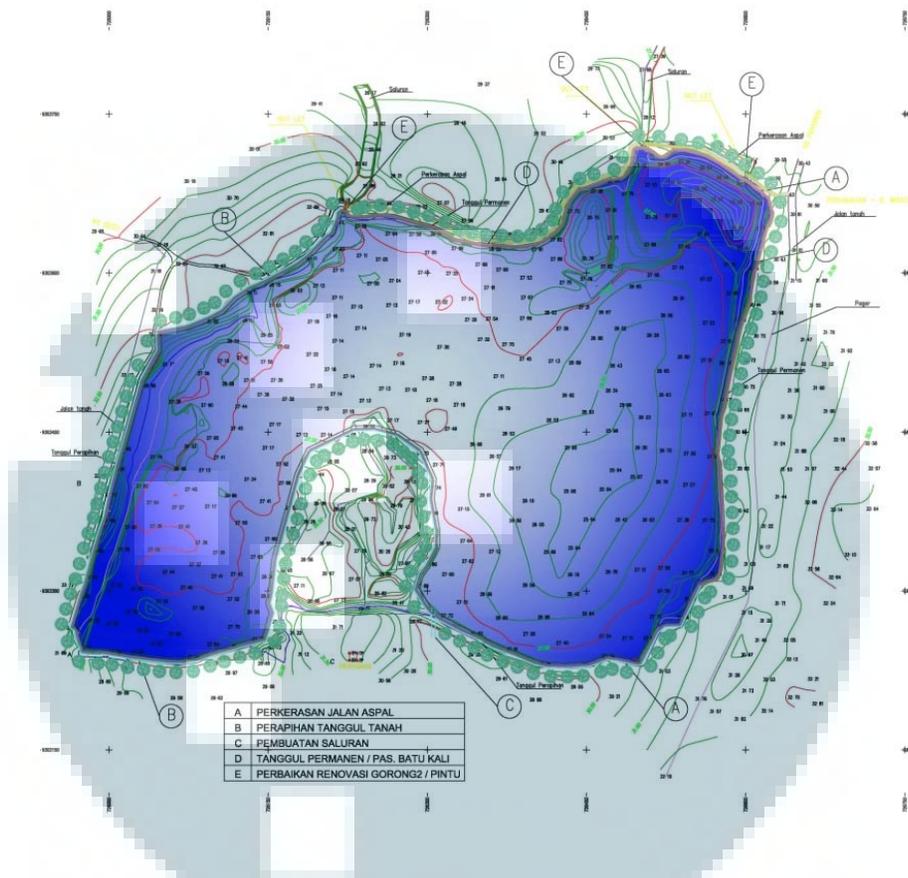
Penilaian kondisi dan kerusakan situ adalah:

1. Kondisi situ "baik" jika semua parameter memiliki indeks: 1
2. Kondisi situ "sedikit rusak" jika ada parameter memiliki indeks: 2
3. Kondisi situ "rusak sedang" jika satu parameter memiliki indeks: 3, atau 2 parameter atau lebih memiliki indeks: 2
4. Kondisi situ "rusak berat" jika terdapat dua parameter atau lebih memiliki indeks: 3, atau jika 1 parameter tersebut memiliki indeks: 3 ditambah 2
5. Kondisi situ "rusak sangat berat" jika indikator 1 atau 2 memiliki indeks: 3 atau 2 atau lebih dan indeks semua parameter lainnya: 3

2.3 Situ Cibereum

Situ Cibereum merupakan satu-satunya situ yang masih alami dan asri yang terletak di dua daerah pedesaan, yaitu Desa Lambang Sari dan Desa Lambang Jaya, Tambun Selatan, Kabupaten Bekasi dan berada di daerah aliran sungai (DAS) Cisadang –

Bekasi. Situ Cibereum dibawah pengawasan Balai Besar Ciliwung Cisadane dan Perum Jasa Tirta II. Situ Cibereum memiliki luas lahan sekitar 21,54 hektar. Situ Cibereum terjadi secara alami dan sumber airnya berasal dari limpahan air hujan ataupun air permukaan tanah. Situ Cibereum memiliki fungsi sebagai budidaya air atau pemancingan ikan dan sektor pariwisata oleh warga setempat. Pentingnya menjaga kelestarian, kebersihan, dan kenyamanan Situ Cibereum karena merupakan satu-satunya tempat wisata perairan alami di Kabupaten Bekasi, serta telah menjadi tempat mata pencaharian bagi warga sekitar Desa Lambang Sari dan Lambang Jaya. Situ Cibereum berbatasan langsung dengan perumahan Grand Wisata dan Perum Perhutani. Situ Cibereum yang berada dibawah pengawasan Perum Jasa Tirta II mengatur dan mengawasi pemanfaatan sumber daya air dan kondisi air situ secara umum oleh masyarakat serta pengelolaan terhadap daerah aliran sungai. Pekerjaan pembangunan atau detail desain situ dapat dilakukan dengan aspek teknis dan non teknis. Aspek teknis antara lain adalah pembangunan tanggul permanen yang terbuat dari batu kali, perbaikan atau pembuatan fasilitas umum seperti jalan setapak dan/atau jalan raya, pengerukan situ guna memperdalam kedalaman situ, dan rehabilitasi situ sebagai tindakan konservasi atau pelestarian situ. Aspek non teknis antara lain adalah dukungan dari masyarakat dan aparat desa terhadap tindakan pelestarian situ, kesanggupan masyarakat untuk merawat situ setelah dilakukan rehabilitasi situ, dan kepemilikan situ bukan atas nama pribadi.



Gambar 2.1 Topografi Situ Cibereum
 Sumber: Balai Besar Ciliwung Cisadane, 2007

2.3.1 Demografi Masyarakat Situ Cibereum

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis, menyimpulkan bahwa masyarakat yang bertempat tinggal disekitar Situ Cibereum sebagian besar memiliki sektor profesi informal yang sebagian besar menjadi pedagang warung dan tukang ojek. Profesi formal masyarakat Situ Cibereum salah satunya adalah sebagai pegawai Dinas Pengairan Perum Jasa Tirta II yang ditugaskan untuk mengamati dan mengawasi kondisi Situ Cibereum. Usia penduduk Desa Lambang

Jaya paling banyak berkisar pada usia produktif 15 sampai 64 tahun, dan lainnya adalah usia belum produktif (<10 tahun) serta usia tidak produktif (>65 tahun). Status ekonomi masyarakat Situ Cibereum yang bertempat tinggal disekitar situ didominasi oleh menengah kebawah dan menengah. Tingkat pendidikan masyarakat paling banyak adalah tamatan sekolah menengah atas (SMA). Masyarakat sekitar Situ Cibereum merupakan penduduk asli setempat daerah Tambun, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat.

2.3.2 Permasalahan Situ Cibereum

Situ Cibereum memiliki kondisi perairan yang sebenarnya sudah cukup baik, akan tetapi mengalami permasalahan di pinggiran daerah situ, yakni mengenai kurangnya kesadaran masyarakat mengenai kebersihan sampah. Permasalahan kebersihan pada Situ Cibereum terkait dengan tidak adanya tempat sampah, sehingga menyebabkan para pengunjung yang sedang berkunjung setelah menyantap makanan mereka, khususnya makanan dan minuman kemasan kerap kali membuang bekas kemasan makanan dan minuman mereka secara sembarangan. Permasalahan kebersihan ini terjadi pada area lokasi pariwisata di Situ Cibererum, sehingga permasalahan tidak terjadi di seluruh area Situ Cibereum. Sisa batok kelapa muda di gubuk lesehan pengunjung juga seringkali terlihat tidak dibersihkan oleh pedagang, sehingga ada yang tertinggal disekitar gubuk lesehan pengunjung. Para pedagang sebenarnya menyadari betapa pentingnya dalam menjaga kebersihan Situ Cibereum, namun menjadi tidak dapat terwujud dengan

baik karena tidak adanya fasilitas tempat sampah sehingga pengunjung tidak dapat menjaga kebersihan dengan baik. Para pedagang selalu membersihkan lokasi situ setelah selesai berdagang, namun sisa sampah yang mereka bersihkan dibakar di pinggiran situ dan menimbulkan bekas bakaran yang justru membuat kotor daerah pinggiran situ. Permasalahan lainnya adalah ketika musim hujan, tanaman eceng gondok memiliki pertumbuhan yang cukup pesat, sehingga terlihat cukup banyak di pinggiran situ. Tanaman eceng gondok di Situ Cibereum berasal dari tengah-tengah situ yang kemudian terbawa arus sampai ke pinggir ketika permukaan air situ naik. Eceng gondok merupakan tanaman gulma yang pertumbuhannya cepat serta dapat mengganggu ekosistem perairan, dan apabila dibiarkan tumbuh terus menerus dapat menutupi permukaan air kemudian menyebabkan pendangkalan. Tanaman eceng gondok harus segera dibersihkan segera mungkin untuk menghindari pertumbuhan yang tidak terkendali.

2.4 Kampanye Sosial

Rosady Ruslan dalam bukunya yang berjudul *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations* menyebutkan bahwa kampanye merupakan sebuah kegiatan yang ditujukan bagi khalayak ramai dengan tujuan tertentu yang jelas dan dibuat secara terencana, jelas, memiliki kurun waktu yang panjang, dan bersifat persuasif (1997, hlm. 22-24). Kampanye memiliki tindakan yang persuasi atau membujuk khalayak dengan nyata untuk mendapatkan tujuan yang diharapkan. Mark Sheehan dalam bukunya yang berjudul *Public Relations Campaigns* mendefinisikan bahwa kampanye sosial

merupakan sebuah gerakan yang dilakukan dalam rangka untuk mencapai tujuan untuk menyelesaikan permasalahan sosial dan melakukan gerakan perubahan menjadi lebih baik terhadap permasalahan sosial tersebut dan diharapkan memiliki pengaruh dalam jangka panjang (2009, hlm. 2). Kampanye sosial sebagai salah satu aktivitas komunikasi dengan tujuan yang jelas dalam hal ini untuk meningkatkan kesadaran masyarakat sehingga perilaku masyarakat dapat diubah menjadi lebih baik sesuai dengan tujuan utama yang disampaikan dalam kampanye sosial. Kampanye sosial berbeda dengan kampanye politik dan kampanye produk yang juga sering dilakukan oleh banyak orang karena dilihat dari tujuan yang ingin dicapai yaitu mengubah sikap dan perilaku masyarakat sosial serta kesadaran masyarakat akan sebuah masalah atau fenomena sosial yang sedang terjadi. Kampanye sosial adalah kampanye yang bertujuan untuk mempengaruhi masyarakat dengan cara yang positif, mendorong untuk melakukan hal yang disampaikan, dan guna mencapai tujuan yang bersifat khusus serta perubahan sosial yang terkait dengan permasalahan sosial dalam masyarakat melalui perubahan sikap dan perilaku. Kampanye dijelaskan memiliki ciri-ciri antara lain memiliki sumber penggagas, perancang, penyampai, penanggung jawab, dan target kampanye yang jelas. Kampanye diselenggarakan oleh pihak lembaga baik dari lingkungan pemerintahan, swasta, maupun lembaga swadaya masyarakat. Kampanye sosial memiliki cakupan tema yang cukup luas, karena mencakup bidang pendidikan, kesehatan, ekonomi, dan kemanusiaan.

2.4.1 Media Kampanye Sosial

Media digunakan sebagai alat penghubung antara komunikator (penyampai pesan) dengan komunikan (penerima pesan). Antar Venus dalam bukunya yang berjudul *Manajemen Kampanye* menyebutkan bahwa penerima pesan atau komunikan akan mengolah pesan yang mereka terima dari media komunikasi apapun yang mereka temui kemudian diartikan sesuai dengan pengertian masing-masing komunikan (2007, hlm. 86). Media yang dipilih harus tepat sasaran agar dapat mengetahui seberapa tinggi tanggapan komunikan terhadap kampanye, isi pesan kampanye, sampai biaya yang harus dikeluarkan dalam kampanye. Rosady Ruslan mengelompokkan media kampanye sebagai berikut (1997, hlm. 29).:

1. Media Umum: media yang biasanya digunakan dalam berkomunikasi seperti telepon dan surat.
2. Media Massa: media yang dibuat dalam jumlah yang banyak, seperti surat kabar, majalah, dan koran.
3. Media Khusus: media yang bertujuan untuk komersil dan khusus untuk promosi seperti iklan, logo, dan nama perusahaan.
4. Media Internal: media yang digunakan untuk kalangan terbatas dan bersifat tidak komersil, seperti majalah bulanan, *video*, seminar, dan kartu nama.
5. Media Jejaring Sosial: media yang digunakan dalam internet, serta penggunaanya dapat mengakses dalam bentuk laman *website*.

Contohnya adalah *Facebook*, *Twitter*, *Blog*, dan alamat *website* kampanye itu sendiri.

2.4.2 Target Kampanye Sosial

Target atau penerima pesan kampanye (komunikan) merupakan masyarakat yang menjadi sasaran komunikasi dalam hal ini adalah kampanye sosial baik secara langsung ataupun tidak langsung. Target yang mendapatkan pesan kampanye sosial diharapkan dapat melakukan yang disampaikan melalui kampanye sosial sehingga tujuan yang diinginkan dapat tercapai. Rosady Ruslan mengelompokkan target kampanye yang menjadi sasaran pada umumnya sebagai berikut (1997, hlm. 32-34):

1. Kelompok pemerintah: ditujukan untuk pemerintah pusat maupun pemerintah daerah agar dapat tercipta maksud dan tujuan dari kampanye yang ditujukan bagi pemerintahan.
2. Kelompok masyarakat tertentu: masyarakat yang tinggal di sekitar wilayah target kampanye atau yang lebih difokuskan. Kampanye sosial mengenai ajakan melakukan kegiatan aksi bersih Situ Cibereum ini memiliki target pada masyarakat tertentu, yaitu hanya ditujukan bagi masyarakat sekitar Situ Cibereum serta pengunjung yang berdatangan ke Situ Cibereum.

3. Kelompok pelanggan atau konsumen: masyarakat yang menggunakan produk perusahaan tertentu atau produk yang termasuk dalam tujuan kampanye yang disampaikan.
4. Kelompok Lembaga Swadaya Masyarakat: kelompok yang didirikan oleh prakarsa masyarakat dan dapat mendukung serta berperan dalam pelaksanaan kampanye.
5. Kelompok Masyarakat Beragama: kelompok masyarakat yang dapat menjadi panutan bagi masyarakat lain dalam hal hidup beragama dan berakhlak.
6. Kelompok Asosiasi Profesi: kelompok masyarakat yang tergolong dalam kelompok profesi tertentu dan menjadi pendukung dalam menjalankan usaha.
7. Kelompok Internal: kelompok yang memiliki hubungan dalam perusahaan, organisasi, institusi, dan lembaga.

2.4.3 Materi Isi Kampanye Sosial

Materi isi kampanye sosial yang disampaikan pada umumnya bersifat positif dan mengajak. Kegiatan dan materi kampanye dibuat secara terstruktur, yaitu tahapan perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Antar Venus menyebutkan bahwa pesan atau isi kampanye memiliki gagasan untuk kebaikan publik dan kesejahteraan umum karena ditargetkan untuk banyak orang (2007, hlm. 7). Sikap sukarela untuk melakukan yang disampaikan dalam kampanye menjadi timbal balik dari

diadakannya kampanye yang bersifat mengajak atau persuasif dan bukan untuk memaksa. Kesuksesan suatu kampanye sosial tergantung kejelasan dari isi kampanye itu sendiri yang biasanya berupa (Venus, 2007, hlm. 7):

1. Tema atau topik yang ingin disampaikan melalui kampanye sosial. Tema yang ingin disampaikan melalui kampanye sosial Aksi Cibereum Bersih ini adalah mengenai kebersihan.
2. Tujuan dari kampanye yang bersifat mengajak dan berdampak positif demi menuntaskan tujuan yang dicapai.
3. Program kampanye, yaitu apa saja yang harus dilakukan dalam kampanye dengan terstruktur, sehingga tujuan dari kampanye tersebut dapat tercapai. Program dalam kampanye sosial ini adalah aksi bersih-bersih Situ Cibereum yang dilakukan oleh pedagang yang juga merupakan masyarakat sekitar Situ Cibereum dengan membersihkan sampah-sampah dan tanaman gulma air disekitar situ, serta mengajak dan mengingatkan pengunjung untuk selalu membuang sampah sesuai dengan jenisnya pada tempat sampah yang telah tersedia.
4. Sasaran atau target kampanye, yaitu berkaitan dengan kelompok masyarakat tertentu. Target kampanye sosial ini adalah masyarakat sekitar Situ Cibereum yang juga merupakan para pedagang makanan dan minuman.

2.4.4 Teknik Kampanye Sosial

Kampanye dibuat dengan tujuan untuk menciptakan sebuah pemahaman, pengertian, kesadaran, minat, dukungan, dan pengetahuan dalam pikiran seseorang atau khalayak ramai agar kampanye tersebut dapat berjalan sesuai dengan tujuan yang diharapkan (Ruslan, 1997, hlm. 37). Komunikator atau penyampai pesan dalam kampanye juga dituntut untuk memiliki kemampuan berkomunikasi dengan teknik dan strategi berkampanye yang meyakinkan komunikasi dengan kemampuan dalam menyampaikan bermacam-macam pesan seperti ide, pikiran, dan informasi. Pelaksanaan waktu dalam berkampanye yang singkat ataupun lama dan terus menerus dapat mempengaruhi efek yang ditimbulkan, yaitu berbentuk simpati, menarik perhatian, bahkan antipati. Teknik berkampanye yang dapat dilakukan untuk berhasilnya sebuah kampanye adalah (Ruslan, 1997, hlm. 71-74):

1. Partisipasi: teknik dengan mengikutsertakan peran komunikasi dari *audience* yang berpartisipasi atau mendukung kegiatan kampanye untuk mendapatkan perhatian dan minat yang sama.
2. Asosiasi: menyajikan isi kampanye yang berkaitan dengan obyek atau peristiwa yang tengah ramai dibicarakan untuk menarik perhatian masyarakat.
3. Integratif: teknik menyatukan diri dengan khalayak secara komunikatif melalui penggunaan kata-kata yang memihak pada khalayak seperti “kita”, “kami”, “untuk Anda” demi kepentingan bersama dan bukan untuk tujuan sepihak. Kampanye ini

menggunakan teknik integratif yang penggunaan kata “kita” berpihak kepada pedagang.

4. Ganjaran: mempengaruhi khalayak dengan menjelaskan manfaat dan ancaman atau kekhawatiran mengenai materi kampanye guna membangkitkan rasa khawatir apabila hal tersebut terjadi pada suatu hari menimpa mereka.
5. Penataan patung es (*icing technique*): menyampaikan pesan dengan bahasa yang menarik dibaca dan didengar guna menarik perhatian khalayak.
6. Empati: menempatkan diri sebagai khalayak yang dituju agar dapat memahami keadaan dan situasi khalayak.
7. Koersi atau paksaan: kampanye yang disampaikan melalui paksaan untuk menimbulkan ancaman atau kekhawatiran pada pihak-pihak yang tidak mau kooperatif dengan tujuan kampanye.

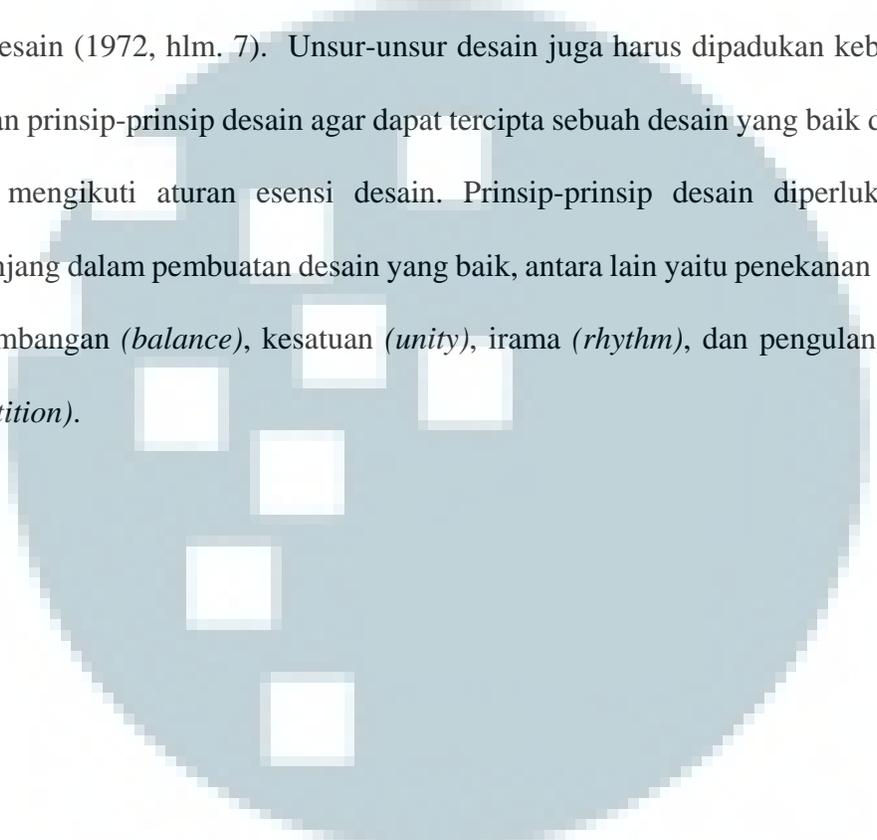
Tujuan dilakukannya strategi dalam berkampanye antara lain untuk menciptakan sebuah pemahaman dan pengertian akan tujuan tertentu yang ingin disampaikan, mengarahkan cara penerimaan suatu komunikasi untuk sampai ke penerima pesan dengan baik, memotivasi penerima pesan untuk melakukan apa yang disampaikan melalui kampanye, dan mencapai tujuan dan maksud yang diinginkan oleh komunikator.

2.5 Desain Komunikasi Visual

Ana Yulianti dalam bukunya yang berjudul *Bekerja Sebagai Desainer Grafis* menyebutkan bahwa desain komunikasi visual merupakan media atau sarana yang dapat menyampaikan pesan kepada penerima pesan termasuk dalam bentuk visual atau yang dapat dilihat melalui panca indera mata dengan prinsip estetika atau keindahan didalamnya agar menjadi lebih menarik untuk disampaikan (2008, hlm. 11). Adi Kusrianto dalam bukunya yang berjudul *Panduan Desain Komunikasi Visual* menyebutkan bahwa desain komunikasi visual pada saat ini lebih dikenal dengan desain grafis, dimana seorang desainer grafis diharuskan membuat media yang berisi mengenai petunjuk dan informasi, namun dalam tulisan, gambar, warna, dan bentuk (2009, hlm. 100). Desainer grafis membutuhkan kemampuan dalam memahami pengkomunikasian secara visual, kreativitas dalam mendesain, serta pemahaman dalam teknologi yang digunakan untuk mendesain. Kemampuan yang baik dalam mengkomunikasikan pesan secara visual seperti pemahaman akan warna, tipografi, dan bentuk sangat diperlukan agar apa yang ingin disampaikan melalui desain, dapat tersampaikan dengan baik dan tepat kepada khalayak (Yulianti, 2008, hlm. 7). Desain komunikasi visual memiliki unsur-unsur penunjang yang akan membuat pesan yang disampaikan menjadi menarik, sehingga akan membuat masyarakat mau menerima pesan yang disampaikan. Unsur-unsur dalam desain komunikasi visual adalah elemen desain, ilustrasi, tipografi, warna, dan tata letak (*layout*).

Wucius Wong dalam bukunya yang berjudul *Principles of Two-Dimensional Design* menjelaskan bahwa dalam desain grafis, elemen-elemen seperti titik, garis,

bidang, tekstur, warna, dan ukuran sangat perlu diperhatikan karena saling berkaitan satu sama lain dan tidak dapat dipisahkan karena sudah menjadi satu kesatuan dalam mendesain (1972, hlm. 7). Unsur-unsur desain juga harus dipadukan keberadaannya dengan prinsip-prinsip desain agar dapat tercipta sebuah desain yang baik dan menarik serta mengikuti aturan esensi desain. Prinsip-prinsip desain diperlukan sebagai penunjang dalam pembuatan desain yang baik, antara lain yaitu penekanan (*emphasis*), keseimbangan (*balance*), kesatuan (*unity*), irama (*rhythm*), dan pengulangan elemen (*repetition*).



UMN