

**MEDIA SOSIAL DAN “GERAKAN PUNGUT SAMPAH”**



Mellysa Widyastuti 2011  
Fida Rani Fadlilah 2011  
Fitra Fadhlilla Andani 2011

**DEPARTEMEN MANAJEMEN KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS PADJADJARAN  
2014**

## ABSTRAK

Gerakan Pungut Sampah merupakan program yang diluncurkan oleh Walikota Bandung, Ridwan Kamil yang bertujuan untuk mengubah kultur masyarakat menjadi aktif, peduli, dan mencintai kebersihan dengan cara menyediakan waktu 10-20 menit sebelum masuk kantor atau sekolah untuk memungut sampah yang berada 100 hingga 300 meter di sekitar mereka. Melalui perbincangan di media sosial *Twitter*, peneliti ingin melihat sejauh apa *netizen* tahu Gerakan Pungut Sampah, bagaimana reaksi serta peran *netizen* dalam mendukung Gerakan Pungut Sampah.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Data dikumpulkan pada tanggal 23 Juni 2014 - 23 Agustus 2014 melalui situs *Twitter.com*, untuk mengumpulkan *tweet-tweet* yang berhubungan dengan #GerakanPungutSampah dan interaksi dengan akun @GPSbdg. Analisis data akan menghitung jumlah percakapan, jumlah *netizen* yang terlibat, distribusi media dan jumlah *potential reach*. Kemudian mengkategorisasikan percakapan *netizen* ke sentimen negatif, netral dan positif, dan menganalisis serta mengkategorisasi bentuk-bentuk kegiatan apa yang dilakukan oleh *netizen* untuk mendukung Gerakan Pungut Sampah.

Selama kurun waktu dua bulan, data *tweet* yang terkumpul terdiri dari 237 *user*, dengan *tweet* yang dikirim sebanyak 781 *tweet*, 2962 *retweet*, dan 754 *tweet* unik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa reaksi *netizen* secara umum bersifat positif terhadap Gerakan Pungut Sampah. Partisipasi *netizen* menunjukkan bahwa peran mereka dalam Gerakan Pungut Sampah telah memasuki level ketiga dari empat level partisipasi di media sosial, yakni mampu mengembangkan pengetahuan tentang isu dan ikut membuat konten media sosial.

Kata kunci: *Gerakan Pungut Sampah, GPS, netizen, media sosial, perubahan sosial, partisipasi*

## **KATA PENGANTAR**

Alhamdulillah, puji syukur kami panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Pengasih. karena hanya dengan rahmat-Nya kami dapat menyelesaikan penelitian ini. Penelitian ini kami susun guna diikutsertakan dalam Call For Research Competition BEM FISIP UAJY 2014.

Kami mengucapkan terima kasih seluruh pihak yang telah membantu sehingga kami dapat menyelesaikan penelitian ini.

Kami juga menyadari penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang sifatnya membangun kami sangat harapkan untuk kesempurnaan dari kekurangan-kekurangan yang ada. Akhir kata, semoga penelitian ini dapat memberi manfaat bagi kita semua.

Jatinangor, Oktober 2014

Penyusun

## DAFTAR ISI

Abstrak.....	i
Kata Pengantar.....	ii
Daftar Isi.....	iii
Daftar Gambar dan Tabel.....	v
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian	
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	4
1.4.2 Manfaat Praktis.....	4
<b>BAB II KERANGKA PEMIKIRAN.....</b>	<b>5</b>
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Objek Penelitian.....	8
3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	8
3.3 Teknik Analisis Data.....	8
3.4 Teknik Keabsahan Data.....	9
3.5 Keterbatasan Penelitian.....	9
<b>BAB IV HASIL TEMUAN DAN ANALISIS</b>	
4.1 Statistik Perbincangan.....	11

4.2 Analisis Perbincangan.....	14
4.3 Analisis Netizen dalam Gerakan Pungut Sampah	
4.3.1 Analisis Aktor dan Pola Tweet.....	22
4.3.2 Analisis Platform.....	24
4.4 Diskusi.....	25
<b>BAB V KESIMPULAN DAN PENUTUP</b>	
5.1 Kesimpulan.....	36
5.2 Saran.....	37
5.3 Penutup.....	38
DAFTAR PUSTAKA.....	39
LAMPIRAN.....	41

## DAFTAR GAMBAR DAN TABEL

### DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Wordcloud Perbincangan Gerakan Pungut Sampah.....	15
---	----

### DAFTAR TABEL

Tabel 1. Kategori Indegree.....	12
Tabel 2. Kategori Mention.....	12
Tabel 3. Kategori Retweet.....	13
Tabel 4. Analisis Sentimen.....	16

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Perkembangan teknologi digital, yang dimulai pada sekitar era 90-an telah mempengaruhi proses produksi dan konsumsi media secara signifikan. Sebagian orang melihat perkembangan ini secara positif karena berpotensi untuk membuka pintu-pintu baru bagi demokrasi dan kreativitas masyarakat. Hal ini didukung oleh fitur khusus media digital yang memungkinkan fleksibilitas konvergensi media, distribusi muatan, partisipasi pengguna, dan kendali pengguna atas muatan media tersebut. Fleksibilitas yang dimungkinkan oleh teknologi digital, tidak saja pengguna dapat dengan mudah mengirimkan dan bertukar teks media satu sama lain, namun pengguna juga dapat dengan mudah mengubah teks tersebut dan mendapatkan variasi yang tidak terbatas atas cara mereka mengkonsumsinya. (Melissa, 2010)

Selama lima belas tahun terakhir ini, Indonesia telah menjadi salah satu negara yang sering dibahas berkaitan dengan penggunaan internet dan media sosial. Mulai dari hal-hal yang bersifat hiburan, perkembangan ekonomi, sampai masalah kemanusiaan (misalnya dapat dilihat dalam Doherty, 2010; Reuters, 2010b; Economist, 2011 dalam (Subakti, 2012)). Jika ada istilah yang dapat menggambarkan masyarakat Indonesia dalam menggunakan internet dan media baru saat ini, bisa jadi istilah itu adalah generasi yang ‘selalu *on-line*’ (Yanuar Nugroho, 2012).

Situs jejaring sosial yang paling banyak diakses di Indonesia adalah *Facebook* dan *Twitter*. Indonesia menempati peringkat keempat pengguna *Facebook* terbesar setelah Amerika Serikat, Brazil, dan India. Menurut data dari Webershandwick, perusahaan *public relations* dan pemberi layanan jasa komunikasi, untuk wilayah Indonesia terdapat sekitar 65 juta pengguna *Facebook* aktif. Sebanyak 33 juta pengguna aktif per harinya, 55 juta pengguna aktif yang memakai perangkat *mobile* dalam pengaksesannya per bulan dan sekitar 28 juta pengguna aktif yang

memakai perangkat *mobile* per harinya. Pengguna *Twitter*, berdasarkan data PT Bakrie Telecom, memiliki 19,5 juta pengguna di Indonesia dari total 500 juta pengguna global. *Twitter* menjadi salah satu jejaring sosial paling besar di dunia sehingga mampu meraup keuntungan mencapai USD 145 juta. (KOMINFO, 2013)

Melihat kondisi ini, Walikota Bandung Ridwan Kamil berusaha memaksimalkan penggunaan media sosial dalam menjalankan program kerjanya. Berdasarkan riset lapangan yang dibuatnya, Ridwan Kamil menyimpulkan bahwa masyarakat Kota Bandung memiliki karakteristik kreatif, gotong royong, kecenderungan aktualisasi diri tinggi dan mudah berkolaborasi.

“Warga Bandung itu senang gotong royong, senang juga untuk menunjukkan eksistensinya. Jadi tinggal buat program, punya logo, bikin kaos, dan foto bareng. Sudah membuat mereka senang.” (Kamil, 2014)

Dibuktikan dengan hadirnya *Bandung Creative City Forum* yang menaungi berbagai macam komunitas yang bertujuan untuk memajukan Bandung dengan berbagai kegiatan kreatif. Hal ini pula yang dimanfaatkan Ridwan Kamil untuk mengikutsertakan *netizen*<sup>1</sup> dalam berbagai gerakan yang dicanangkan. Dengan membuat berbagai *hashtag*<sup>2</sup> di *Twitter* yang menyesuaikan dengan nama program kerja yang sedang dilakukan, seperti #ReboNyunda, #SejutaBiopori dan #KamisInggris. Saat ini, *netizen* kota Bandung sering membicarakan program Gerakan Pungut Sampah melalui *hashtag* #GPS #GPSBdg #GerakanPungutSampah, yakni sebuah gerakan yang diluncurkan pada tanggal 23 Juni 2014 dan bertujuan untuk mengurangi tumpukan sampah di lingkungan dengan cara gotong-royong memungut sampah yang berada 100 sampai 300 meter di area sekitar.

Oleh sebab itu, saat ini media sosial dianggap bukan hanya sebagai alat untuk berbagi informasi, tetapi juga dapat membangun partisipasi masyarakat terhadap sebuah kegiatan. Berbagai gerakan yang muncul di media sosial menimbulkan

---

<sup>1</sup> komunitas yang aktif dalam menggunakan internet

<sup>2</sup> digunakan untuk menandai kata kunci atau topik dalam sebuah *tweet*



anggapan bahwa media sosial dapat menjadi senjata baru dalam membuat perubahan sosial. Namun, sebelum mengklaim keberhasilan media sosial dalam membuka pintu-pintu baru bagi kreativitas dan perubahan sosial, ada baiknya jika pergerakan di media sosial pun dianalisis lebih dalam untuk memperoleh gambaran mengenai peluang media sosial dalam mendukung perubahan di era digital ini. Melihat latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melihat bagaimana pemanfaatan media sosial sebagai alat untuk meningkatkan partisipasi masyarakat terhadap perubahan sosial “Gerakan Pungut Sampah”.

### **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini akan menganalisis keberhasilan pemanfaatan media sosial sebagai alat untuk mendukung program Gerakan Pungut Sampah. Sehingga menghasilkan rumusan masalah sebagai berikut;

1. Sejauh mana *netizen* Kota Bandung mengetahui program Gerakan Pungut Sampah?
2. Bagaimana reaksi *netizen* Kota Bandung terhadap program Gerakan Pungut Sampah?
3. Bagaimana peran *netizen* Kota Bandung dalam mendukung Gerakan Pungut Sampah melalui media sosial?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui sejauh mana *netizen* Kota Bandung mengetahui program Gerakan Pungut Sampah.
2. Mengetahui reaksi *netizen* Kota Bandung terhadap program Gerakan Pungut Sampah.
3. Mengetahui peran *netizen* Kota Bandung dalam mendukung Gerakan Pungut Sampah melalui media sosial.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan manfaat bagi penggunaan pendekatan dan teori yang digunakan dalam penelitian ini, yakni kajian media sosial, gerakan sosialis, dan analisis wacana. Sehingga, dalam bidang ilmu komunikasi, pendekatan dan teori yang berkaitan dengan penelitian ini dapat dilihat kegunaannya. Selain itu, diharapkan penelitian ini juga dapat berguna bagi penelitian-penelitian relevan selanjutnya, yaitu sebagai studi perbandingan, dan dapat mengaplikasikan teori-teori yang berkaitan dengan penelitian mengenai media sosial.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat membuka wawasan luas mengenai media sosial dalam membuka pintu-pintu baru bagi kreativitas dan perubahan sosial, dan memperoleh gambaran peluang media sosial dalam mendukung perubahan di era digital.

## **BAB II**

### **KERANGKA PEMIKIRAN**

Perkembangan teknologi digital yang dimulai pada sekitar era 90-an telah mempengaruhi proses produksi dan konsumsi media secara signifikan. Sebagian orang melihat perkembangan ini secara positif karena berpotensi untuk membuka pintu-pintu baru bagi demokrasi dan kreativitas masyarakat. Hal ini didukung oleh fitur khusus media digital yang memungkinkan fleksibilitas konvergensi media, distribusi muatan, partisipasi pengguna dan kendali pengguna atas muatan media tersebut. (Melissa, 2010)

Media sosial didefinisikan sebagai serangkaian kegiatan yang mengintegrasikan penggunaan teknologi dan interaksi sosial untuk berbagi pembicaraan, gambar, video dan suara. (Hollenhorst & Michael dalam (Wijayanto, 2014). Secara sederhana, media sosial adalah bentuk baru interaksi sosial dengan menggunakan teknologi multimedia berbasis internet atau jaringan telekomunikasi digital data dengan kecepatan tinggi. Intinya, seseorang baru dapat berinteraksi dan berkomunikasi di media sosial hanya jika memiliki seperangkat alat komunikasi seperti komputer, komputer tablet, *laptop*, atau *smartphone*.

Media sosial sebagai media interaktif memiliki kelebihan yang unik dari media-media yang lain. Media sosial memberikan ruang bagi masyarakat untuk “bertemu” dan bertukar informasi dengan orang yang bahkan tidak ia kenal sebelumnya. Media sosial dapat membantu orang-orang membentuk sebuah forum sebagai wadah berkumpul dan bertukar informasi, menyatukan orang-orang dari berbagai belahan dunia yang memiliki *interest* yang sama serta membantu membangun relasi dengan berbagai orang dari berbagai kalangan. Selain itu, media sosial memungkinkan kita untuk memberi dan menerima *feedback* secara langsung saat itu juga.

Di media sosial pula, terbentuk perbincangan-perbincangan yang mengarah pada sebuah pergerakan. Gerakan-gerakan ini sebenarnya mengarah pada sebuah partisipasi. Misalnya dalam media sosial *Twitter* di Indonesia, muncul

perbincangan dengan tema-tema #savePalestine #saveEgypt #bubarkanFPI, atau lebih spesifik lagi di kota Bandung #SejutaBiopori #ReboNyunda #KamisInggris #SaveBabakanSiliwangi. Penelitian mengenai pengaruh media sosial terhadap partisipasi baik sosial maupun politik di berbagai negara selama ini sering dianggap belum dapat digeneralisasi mengingat perbedaan sosial, kultur, dan dampaknya pun dipengaruhi faktor multidimensional lain.

Banyak istilah dalam penyampaian bentuk keterlibatan, mulai dari modal sosial (Putnam, 2000), pengetahuan sipil (Milner, 2002 dalam (Bakker & Vreese, 2011)), dan keterlibatan politik dan sipil atau untuk lebih lanjutnya penggunaan istilah konkrit tersebut sering diartikan sebagai keanggotaan, pengetahuan politik, dan jumlah suara. Dalam gambaran yang komprehensif, Delli Carpini (2004, hal. 396 dalam (Bakker & Vreese, 2011)) mendefinisikan partisipasi sebagai bagian dari gagasan yang lebih luas dari "keterlibatan demokratis" yang meliputi sebagian besar persyaratan yang disebutkan di atas. Berbagai studi membahas mengenai hubungan antara penggunaan tertentu dari internet dan bentuk keterlibatan politik dan sipil (misalnya, Quintelier & Visser, 2008; Scheufele & Nisbet, 2002; Shah, McLeod, & Yoon, 2001 dalam (Bakker & Vreese, 2011))

Penelitian ini akan berfokus pada partisipasi *netizen* dalam Gerakan Pungut Sampah melalui media sosial, dimana yang menjadi poin utama dalam sebuah pergerakan di media sosial tidak hanya jumlah suara yang diperoleh, tetapi juga dari apa yang disuarakan. Selama ini gerakan-gerakan di media sosial di Indonesia masih terpaku pada *Twitter* melalui kemudahan fitur *hashtag*. Perhitungan berhasil tidaknya didasarkan pada jumlah *followers*<sup>3</sup> ataupun *trending topic worldwide*<sup>4</sup>. Padahal, dalam sebuah pergerakan yang mengarah pada perubahan sosial, jumlah bukanlah penentu utama melainkan hanya merupakan salah satu faktor penentu. Selain jumlah, diperlukan pula meneliti modal-modal sosial lain yang akan menjadi penentu kualitas dan seberapa besar gerakan di media sosial,

---

<sup>3</sup> user *Twitter* yang mengikuti suatu akun *Twitter*

<sup>4</sup> topik yang sedang hangat dibicarakan diantara pengguna *Twitter* sedunia

seperti menurut Littau yang mengatakan bahwa peran motivasi bermain dalam cara orang menggunakan media untuk membangun ikatan sosial. (LITTAU, 2009)

Putnam menunjukkan bahwa jaringan keterlibatan masyarakat membantu perkembangan norma-norma yang kokoh dari penyamarataan keterbukaan dan mendorong timbulnya kepercayaan sosial (Putnam, *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*, 2000). Dia berargumen bahwa ketika modal sosial dapat dihasilkan oleh jaringan individu-individu untuk sebuah alasan seperti memperoleh pekerjaan atau kemajuan dalam hal lainnya, tetapi modal sosial juga dapat memiliki hal luar yang memengaruhi masyarakat dengan lebih luas. Seperti yang disampaikan Putnam (Walmsley, 2011) bahwa kolaborasi yang berhasil di masa lampau dapat mengarah pada tindakan kolektif aktif di masa yang akan datang dan tindakan ini mengembangkan “saya” menjadi “kami” yang mendorong tindakan lebih lanjut.

Partisipasi masyarakat dalam mengembangkan gerakan ini pun akan ditentukan melalui aktor-aktor yang terlibat, terutama yang berada pada usia produktif. Tercatat bahwa terjadi peningkatan jumlah orang-orang muda yang berusaha untuk menguasai penggunaan media untuk mengekspresikan diri mereka sendiri, mengeksplorasi identitas mereka, menghubungkan dengan rekan, menjadi pencipta aktif serta konsumen budaya, serta memiliki kesempatan untuk mendorong pembuat media untuk meningkatkan keterlibatan aktif berupa partisipasi. (Rheingold, 2008)

Maka dalam penelitian ini akan dilihat bagaimana nilai suatu pergerakan sosial dari jumlah angka yang menunjukkan kesadaran atau *awareness*, analisis sentimen yang akan mewakili reaksi khalayak, serta siapa dan bagaimana khalayak berpartisipasi dalam Gerakan Pungut Sampah di media sosial. Melalui kacamata media sosial inilah peneliti akan berusaha melihat bagaimana *netizen* memanfaatkan seluruh modal yang ada untuk mengorganisasi pergerakan demi menghasilkan perubahan.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah data primer berupa *tweet*<sup>5</sup> yang terangkum dalam *hashtag* #GerakanPungutSampah dan interaksi dengan akun @GPSbdg. *Tweet* sejak tanggal 23 Juni 2014 - 23 Agustus 2014 ini terdiri dari 237 *user*<sup>6</sup>, dengan *tweet* yang dikirim sebanyak 781 *tweet*, 2962 *retweet*<sup>7</sup>, dan 754 *tweet* unik. Sementara data sekunder diperoleh dari kajian kepustakaan, buku, jurnal ataupun informasi lain yang mampu membantu penelitian dan relevan dengan permasalahan yang diteliti.

#### 3.2 Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan pada tanggal 23 Juni 2014 - 23 Agustus 2014 melalui situs *twitter.com* menggunakan *Twitter API*, untuk mengumpulkan *tweet-tweet* yang berhubungan dengan #GerakanPungutSampah dan interaksi dengan akun @GPSbdg. Data *tweet* yang terkumpul terdiri dari 237 *user*, dengan *tweet* yang dikirim sebanyak 781 *tweet*, 2962 *retweet*, dan 754 *tweet* unik. Data kemudian disimpan dalam format *.csv* untuk diupload ke *Google Refine* dan disaring dengan menggunakan fungsi *facets* untuk menggabungkan data-data yang identik, terutama *username*<sup>8</sup> yang bertumpuk dan pengurutan tanggal. Setelah itu, data disimpan dalam format *.csv* untuk dianalisis secara kuantitatif dan kualitatif.

#### 3.3 Teknik Analisis Data

Analisis dan Interpretasi Data, menggunakan tiga tahap analisis. Pertama, akan dihitung jumlah percakapan, jumlah *netizen* yang terlibat, distribusi media dan jumlah *potential reach*. Kedua, percakapan yang terjadi di *twitter* akan dikategorikan ke dalam sentimen negatif, netral dan positif serta mencari kata

---

<sup>5</sup> pembaruan yang dilakukan setiap pemilik akun *Twitter* yang memungkinkan semua orang bisa melihat apa yang dituliskan

<sup>6</sup> sebutan untuk pengguna *Twitter*

<sup>7</sup> menulis ulang *tweet* orang lain

<sup>8</sup> nama unik yang digunakan untuk mengakses sebuah sistem komputer, dalam konteks ini adalah untuk menggunakan *Twitter*

yang paling banyak diulang oleh *netizen* untuk melihat reaksi khalayak terhadap program Gerakan Pungut Sampah. Selain itu peneliti juga menggunakan situs *typography freeware*, yaitu *Wordle* untuk melihat kata apa saja yang paling banyak muncul dalam perbincangan tersebut dan menganalisis apa sebenarnya yang dianggap penting oleh *netizen* dalam topik perbincangan ini. Terakhir, peneliti menganalisis dan mengkategorisasi bentuk-bentuk kegiatan apa yang dilakukan oleh *netizen* untuk mendukung Gerakan Pungut Sampah.

### **3.4 Teknik Keabsahan Data**

Penelitian ini menggunakan dua pendekatan yakni kuantitatif dan kualitatif, dimana sumber data primer berasal dari data media sosial sehingga keterbatasan penelitian ada pada jumlah *buzz*<sup>9</sup> yang besar serta banyaknya *noise*<sup>10</sup> yang mungkin muncul dalam pengambilan data. Selain itu, analisis wacana yang digunakan dalam menentukan sentimen akan sangat berpengaruh pada bagaimana peneliti menelaah makna-makna intersubjektif dan menginterpretasikan makna yang terbentuk dari perbincangan di *Twitter*. Proses kategorisasi kegiatan diperlukan karena melihat banyaknya jenis kegiatan yang mungkin terbentuk akibat fleksibilitas konvergensi media, distribusi muatan, partisipasi pengguna dan kendali pengguna atas muatan media tersebut. Peneliti akan melakukan proses triangulasi yang terdiri dari triangulasi data, triangulasi peneliti, triangulasi metodologis, dan triangulasi teoritis, sehingga hasil penelitian akan bersifat lebih objektif dan mendekati fenomena yang sebenarnya terjadi.

### **3.5 Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini hanya akan melihat fenomena berdasarkan data yang diperoleh, serta dinamika gerakan yang dibuktikan melalui data yang tersedia. Peneliti tidak akan mengikutsertakan faktor lain yang mungkin memengaruhi proses terbentuknya data. Sehingga penelitian ini akan berfokus pada data yang tersedia. Keterbatasan penelitian ini juga terletak pada data yang hanya dikumpulkan

---

<sup>9</sup> suatu opini, berita, atau promosi yang sedang hot dan sedang beredar di pasar mengenai sebuah produk, jasa, fenomena, perusahaan, dan lain-lain

<sup>10</sup> gangguan

selama 62 hari. Perbincangan mengenai #GerakanPungutSampah yang dikumpulkan selama 62 hari ini belum mencakup data keseluruhan yang ada di *Twitter*. Sebab, setelah tanggal di atas, perbincangan masih terus berjalan. Namun jumlah data yang peneliti kumpulkan sudah cukup untuk mewakili keseluruhan perbincangan mengenai #GerakanPungutSampah di *Twitter*.



## **BAB IV**

### **HASIL TEMUAN DAN ANALISIS**

Gerakan Pungut Sampah merupakan sebuah program yang dicanangkan oleh Walikota Bandung Ridwan Kamil. Program yang diresmikan pada tanggal 23 Juni 2014 ini memunculkan sebuah topik perbincangan di *Twitter* melalui *hashtag* #GerakanPungutSampah dan interaksi terhadap akun @GPSbdg. Untuk melihat bagaimana pergerakan yang terjadi, peneliti akan menganalisis data melalui pertanyaan-pertanyaan mengenai sejauh mana *netizen* mengetahui, bagaimana reaksi serta peran *netizen* terhadap Gerakan Pungut Sampah ini. Analisis mengenai sejauh mana *netizen* mengetahui program Gerakan Pungut Sampah akan dilakukan dengan analisis secara kuantitatif dengan kategori *indegree* atau *followers* sebagai nilai modal sosial, *mention*<sup>11</sup> sebagai nilai dari sebuah akun, dan *retweet* sebagai nilai dari sebuah isi pesan. Selain itu, analisis akan berkaitan dengan sejauh apa *potential reach* yang mungkin dicapai sehingga dapat diukur secara kuantitatif, yakni mengenai sejauh apa program ini sudah meluas di dunia maya. Analisis mengenai reaksi *netizen* terhadap program Gerakan Pungut Sampah dilakukan dengan analisis kuantitatif mengenai jumlah pengulangan kata untuk menunjukkan kata apa yang dianggap penting dalam perbincangan ini. Analisis *net sentiment* juga dilakukan untuk menjadi indikator bagaimana masyarakat mempersepsi program ini. Baru kemudian dibuat analisis peran apa yang dimainkan *netizen* dalam Gerakan Pungut Sampah ini melalui analisis aktor, melihat pola *tweet* dan interaksi dari tiap-tiap aktor, dan melihat *platform* lain yang turut mewarnai perbincangan mengenai program ini.

#### **4.1 Statistik Perbincangan**

*Tweet* sejak tanggal 23 Juni 2014 - 23 Agustus 2014 ini terdiri dari 237 *user*, dengan *tweet* yang dikirim sebanyak 781 *tweet*, 2962 *retweet*, dan 754 *tweet* unik. Dalam menganalisis sebuah perbincangan di *Twitter*, ada tiga pengukuran yang biasa digunakan yaitu: *Indegree* sebagai indikator *who have popularity*; *Retweet*

---

<sup>11</sup> Menyebutkan *username* dari akun lain pada sebuah *tweet*

sebagai *content value*; *Mention* sebagai *name value*. (Cha, 2013) Berikut statistik perbincangan 10 besar masing-masing indikator.

Tabel 1. Kategori *Indegree*

Account	Followers
Infobdg	1.196.355
ridwankamil	695.679
infobandung	531.615
ganjarpranowo	228.000
GePamungkas	164.006
Cangehgarr	73.105
B2WIndonesia	54.300
greenerationid	48.572
Iradiobdg	25.700
PemkotBandung	20.542

Tabel 2. Kategori *Mention*

Account	Count
GPSbdg	540
Ridwankamil	522
BDGcleanaction	200
diskominfobdg	121
Yossiirianto	95
info_bagpemum	59
OdedMD	51
pemkotbandung	50
bplh_kotabdg	30
diskamtam	17

Pada kategori *indegree*, yakni *user* dengan *followers* terbanyak, atau dengan artian *user* inilah yang dapat dijadikan perhitungan *potential reach*. *Potential reach* akan menentukan seberapa besar informasi mengenai Gerakan Pungut Sampah dapat menyebar. Tiga akun teratas diisi oleh @infobdg, @ridwankamil, dan @infobandung. Ketiga akun tersebut memang memiliki keterikatan khusus mengenai Gerakan Pungut Sampah. Ridwan Kamil merupakan inisiator gerakan, sementara akun @infobdg dan @infobandung adalah media *online* terbesar di kota Bandung. Namun yang harus diperhatikan adalah akun-akun dengan posisi berikutnya yakni @ganjarpranowo, @B2WIndonesia, dimana akun-akun ini sebenarnya secara hubungan sosial tidak memiliki keterikatan langsung baik dengan Gerakan Pungut Sampah maupun dengan Kota Bandung. Sebut saja akun @ganjarpranowo yang merupakan akun dari Gubernur Jawa Tengah. Dengan jumlah *followers* yang mencapai ratusan ribu, bukan tidak mungkin Gerakan Pungut Sampah sudah diketahui oleh tidak hanya masyarakat kota Bandung tetapi dengan cakupan yang lebih luas.

Pada kategori *mention*, terdapat 10 akun dengan *name value* terbesar. *Name value* menunjukkan seberapa penting hubungan dan nilai akun tersebut ketika membicarakan suatu topik. Akun inilah yang dianggap memiliki tautan terbesar

dengan Gerakan Pungut Sampah. Akun-akun inilah yang akan di-mention ketika netizen membicarakan Gerakan Pungut Sampah: @GPSbdg dengan 540 kali, @ridwankamil dengan 522 kali, dan @BDGcleanaction dengan 200 kali disebut dalam 781 percakapan. Akun @GPSbdg sendiri merupakan akun resmi dari Gerakan Pungut Sampah, sedangkan @ridwankamil merupakan akun Walikota Bandung sebagai insiator gerakan.

Tabel 3. Kategori *Retweet*

Account	Tweet	Jumlah Retweet
ridwankamil	Bahagia itu adalah melihat warga dan anak2 sekolah turun tangan di prog #GerakanPungutSampah tiap Senin rabu jumat pic.twitter.com/wZAbD0H1tA	190
ridwankamil	indahny #GerakanPungutSampah di Bandung. warga dan anak2 sekolah. tapi para mahasiswa nya pada kemana? #TanyaKenapa	184
ridwankamil	sing nyaah ka Bandung, rebo ayeuna hayu #GerakanpungutSampah.	183
ridwankamil	mudah2an yg nyinyir pada ikutan. gak hanya hobi komen di twitter RT @joeragan2013: @GPSbdg mudah2an kegiatan ini kontinyu ga anget2 tai ayam	106
ridwankamil	makanya join #GerakanPungutSampah @GPSbdg tiap seninrabu jumat. 10-20 mnt di seklh/kantor. anak2 tk/Sd aja ikutan	96
infobdg	Stop Vandalisme!! Mendingan ikutan GPS #GerakanPungutSampah Jangan Cuma Nonton.. Action!! pic.twitter.com/vvVao6Ob14	83
infobdg	Pak @ridwankamil dgn adik2 dr SMP 20 melakukan #GerakanPungutSampah di sekitaran jl sunda pagi ini pic.twitter.com/kyEsj9kaNm	62
infobdg	Hayu urang sasarengan ngajagi lingkungan di Bandung. Ngiringan #GerakanPungutSampah yuk supados Bandung resik	43
gilang79	@ridwankamil salut untuk siswa smkn 7 bandung gerakan pungut sampah di jalan soekarno hatta #smkn7bdg pic.twitter.com/fE21Oufc8	40

infobdg	Via @ridwankamil #GerakanPungutSampah Ngawitan seueur dirojong ku sakola2. Mugia janten budaya anu sae kanggo Bandung pic.twitter.com/bqkMaVBQvu	31
---------	---	----

Pada kategori *retweet*, terdapat 10 *tweet* yang dianggap paling penting dalam perbincangan ini. *Retweet* sebagai indikator dari *content value*. Semakin banyak sebuah *tweet* di-*retweet*, maka semakin penting dan semakin bernilai *tweet* tersebut pada topik ini. Sepuluh besar kategori ini didominasi oleh *tweet* dari Ridwan Kamil yang berisi ungkapan perasaan “Bahagia itu adalah melihat warga dan anak2 sekolah turun tangan di prog #GerakanPungutSampah tiap Senin rabu Jumat”, ajakan ”sing nyaah ka Bandung, rebo ayeuna hayu #GerakanpungutSampah”, ataupun klarifikasi “mudah2an yg nyinyir pada ikutan. gak hanya hobi komen di *Twitter* RT @joeragan2013: @GPSbdg mudah2an kegiatan ini kontinyu ga anget2 tai ayam”. *Tweet* pada tabel diatas merupakan *tweet* yang mendapatkan perhatian terbesar dari *netizen*. *Retweet* menandakan bahwa isi dari *tweet* tidak hanya penting, melainkan dirasa harus dibagikan dengan *followers*-nya. (Cha, 2013)

#### 4.2 Analisis Perbincangan

Dalam Gerakan Pungut Sampah, *netizen* memperbincangkan banyak hal. Untuk membantu proses analisis konten dari perbincangan tersebut, peneliti menggunakan *Wordle*, yaitu sebuah perangkat *online* yang bekerja dengan mengumpulkan kata dengan pengulangan terbanyak dan ditunjukkan melalui visualisasi ukuran huruf, dimana semakin besar ukuran huruf, maka semakin sering kata tersebut diulang.

Untuk mengurangi bias data, kami melakukan penyaringan terhadap data yang peneliti dapat dari *Twitter* API. Penyaringan data peneliti lakukan dengan menghapus kata yang banyak diulang, namun bukan merupakan konten dari perbincangan, seperti *user id*, “RT”, “erte”, cc dan tautan seperti *pic.Twitter.com*.

*Wordle* di bawah adalah penggambaran tipografis dari 50 kata yang paling sering diulang dalam perbincangan Gerakan Pungut Sampah dengan interval pengulangan sebanyak 645 sampai 20 pengulangan kata. Pemilihan 50 sebagai jumlah kata yang akan dianalisis ini berkaitan dengan banyaknya kata, terdapat terlalu banyak konjungsi dan artikulasi yang tidak bermakna jika berdiri sendiri.

Distribusi indikator kata yang paling sering diulang ditunjukkan melalui *wordcloud*<sup>12</sup> dibawah ini:



Gambar 1. Wordcloud Perbincangan Gerakan Pungut Sampah

Berdasarkan *wordcloud* pada gambar 1, terlihat bahwa kata yang dianggap paling penting pada perbincangan ini sehingga sering diulang adalah kata Gerakan, Pungut, Sampah, atau GPS yang merupakan bagian dari nama program, ataupun kata-kata yang mengungkapkan ekspresi dari *netizen*.

*Tweet* sejak tanggal 23 Juni 2014 - 23 Agustus 2014 ini terdiri dari 237 *user*, dengan *tweet* yang dikirim sebanyak 781 *tweet*, 2962 *retweet*, dan 754 *tweet* unik. Peneliti mengkategorisasikan *tweet-tweet* tersebut kedalam tiga nada perbincangan dengan indikator positif, negatif dan netral. Dengan jumlah perbandingan 267 *tweet* positif, 501 *tweet* netral, dan 12 *tweet* negatif. Indikator positif didominasi oleh kata-kata ayo, mari, sukseskan, semangat, dan *nyaaah*. Sementara indikator negatif diisi oleh kata pencitraan, nyinyir, sesaat. Pada

---

<sup>12</sup> representasi visual dari data teks, biasanya digunakan untuk menggambarkan metadata keywords (tags) pada sebuah website/situs, untuk memvisualisasikan suatu bentuk teks secara bebas

penelitian ini, peneliti memutuskan untuk menghitung sebuah *tweet* yang hanya berupa laporan kegiatan sebagai *tweet* netral.

*Net Sentimen* adalah *Net Value* berdasarkan sentimen, yaitu opini dan perasaan yang diekspresikan *user* di media sosial terhadap suatu *brand* atau topik. *Net Sentimen* untuk percakapan ini adalah  $NS = total\ positive\ mention + total\ neutral\ mention - total\ negative\ mention$ .

$NS = 267+501-12$ ; maka NS adalah 756.

*Net Topic Reputation* adalah *Net Value* dari sebuah *mention*. *Net Topic Reputation* untuk percakapan ini adalah  $NTR = \% total\ positive\ mention - \% total\ negative\ mention$ .

$NTR = (267/781*100) - (12/781*100) = 34\% - 1,5\% = 32,5\%$

Tabel 4. Analisis Sentimen

Kata	Jumlah	Konteks dalam Perbincangan	Contoh <i>Tweet</i>
@GPSbdg	645	Akun resmi kegiatan Gerakan Pungut Sampah	@ridwankamil @DiskominfoBdg @GPSbdg @yossiirianto @OdedMD @BDGcleanaction GPS & Jumsih di Taman Cimindi Kel Campaka <a href="https://pic.twitter.com/RFYxNay4GC">pic.twitter.com/RFYxNay4GC</a>
GPS, gps	622	Subjek dari perbincangan, singkatan dari Gerakan Pungut Sampah	1# Persiapan GPS (Gerakan Pungut Sampah) UPT Puskesmas Kopo @GPSbdg @ridwankamil
@ridwankamil	553	Akun dari Walikota Bandung, penggagas Gerakan Pungut Sampah	@ridwankamil @DiskominfoBdg @GPSbdg Gerakan Pungut Sampah (GPS) Tk. Kec Andir. <a href="https://pic.twitter.com/vWG8IKxwgy">pic.twitter.com/vWG8IKxwgy</a>
Di	468	Kata tunjuk tempat	Bapak2 #POLISI pun turut berGerakPungutSampah di Lap. Tegalega pagi ini :) @ridwankamil @GPSbdg <a href="https://pic.twitter.com/qdsiFcEjy8">pic.twitter.com/qdsiFcEjy8</a>

Kec	434	Singkatan dari kecamatan yaitu bagian wilayah pemerintahan di bawah Kota	#GPS @a_s_gufron: @ridwankamil @DiskominfoBdg #GerakanPungutSampah brsm Warga, Anak SD dan Kelurahan se-Kec. Cicendo. <a href="https://pic.twitter.com/WNG72ihgqI">pic.twitter.com/WNG72ihgqI</a>
Sampah, sampah	393	Kata bagian dari kegiatan Gerakan Pungut Sampah, objek dalam kegiatan ini	#Gerakan Pungut Sampah dilingkungan kantor @diskamtam @GPSbdg @BDGcleanaction cc; @ridwankamil <a href="https://pic.twitter.com/LVwJSHjJgT">pic.twitter.com/LVwJSHjJgT</a>
Pungut, pungut	375	Kata bagian dari kegiatan Gerakan Pungut Sampah, aktivitas mengambil sampah	Staff @bplh_kotabdg Gerakan pungut sampah di gang warga @ridwankamil @CoblongJITU @Kel_Sekeloa @GPSbdg <a href="https://pic.twitter.com/0zBtW3zU3J">pic.twitter.com/0zBtW3zU3J</a>
Gerakan, gerakan	362	Kata bagian dari kegiatan Gerakan Pungut Sampah,	@GPSbdg,GERAKAN PUNGUT SAMPAH (GPS) Perwakilan Dinas KUKM PERINDAG.. <a href="https://pic.twitter.com/j57fa7Loxo">pic.twitter.com/j57fa7Loxo</a>
Kel, kel	271	Singkatan dari kelurahan bagian wilayah pemerintahan di bawah Kecamatan	#BDGBebersih @kecbojkid_ktbdg: #GerakanPungutSampah kel. Cibasuyut Kidul, Rebo, 25-06-2014 @GPSbdg @ridwankamil <a href="https://pic.twitter.com/RFDnijmkW1">pic.twitter.com/RFDnijmkW1</a>
GerakanPungutSampah, gerakanpungutsampah	236	Nama kegiatan	#BDGBebersih @kecbojkid_ktbdg: #GerakanPungutSampah kel. Cibasuyut Kidul, Rebo, 25-06-2014 @GPSbdg @ridwankamil <a href="https://pic.twitter.com/RFDnijmkW1">pic.twitter.com/RFDnijmkW1</a>
Bandung, Bdg	190	Kota pelaksanaan kegiatan Gerakan Pungut Sampah	@GPSbdg @ridwankamil @yossiirianto @OdedMD Gerakan Pungut Sampah di Lingkungan BKBPM Kota Bandung 2014 @tebedee
Kota	188	Menunjuk jenis tempat dilakukannya Gerakan Pungut Sampah	launching gps staff kecamatan coblong para lurah lpm Cc: @ridwankamil @bkdkotabandung @GPSbdg: <a href="http://youtu.be/r6bE8Jk4EOw?a">http://youtu.be/r6bE8Jk4EOw?a</a> via @Youtube
Cc	143	Singkatan dari	Ini pak GPS di SMKN 11 Bandung

		carbon copy, kata yang biasa digunakan untuk mencari atensi para pihak yang diaanggap berperan seperti ridwankamil dengan melakukan mention	heheee cc: @ridwankamil #GerakanPungutSampah pic.twitter.com/e3iGmBxvVA
RT	116	Singkatan dari <i>retweet</i> . Biasanya kata ini muncul ketika pengguna memilih fitur <i>quote tweet</i>	Nah! RT @gusmanik: #Rabu @GPSbdg kalau nda mau mungut smpah, setidaknya km bisa membuang sampah mu pada tempatnya!
Dan	93	Kata penghubung	Pengukuhan Anggota Forum Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan kota Bandung periode2014-2017. @GPSbdg pic.twitter.com/OQXXDtP5p
BPLH	87	Singkatan dari Badan Pengendalian Lingkungan Hidup	@ridwankamil @bplh_kotabdg @BDGcleanaction @GPSbdg Peringatan Hari Lingk.Hidup &Pencanangan GPS Tk.Kec.CIBIRU. pic.twitter.com/Q4vEHzoK96
Ini	72	Kata penghubung	Pak @ridwankamil ini adik saya atthar @GPSbdg kemaren,sudah mirip bapak belum? pic.twitter.com/WpfXZ9uem
Jumat	67	Menunjuk hari dimana kegiatan Gerakan Pungut Sampah dilakukan	Hayu wargi Bandung, kita pungut sampah 30 menit sbml beraktifitas tiap hari Senin, Rabu dan Jumat. Cintai Bandung dgn aksi kecil dan rutin
Rebo	66	Kata dalam bahasa sunda yang berarti rabu, menunjuk hari dimana kegiatan Gerakan Pungut Sampah	Gerakan Pungut Sampah Kel. Kebonlega rebo 25-06-2014 @GPSbdg @PemkotBandung @DiskominfoBdg @ridwankamil pic.twitter.com/FQG35yeTRC



		dilakukan	
Lingkungan	64	Kondisi di sekitar manusia yang mempengaruhi kehidupan	Giat GPS di sekitar lingkungan kantor cc: @GPSbdg @BDGcleanaction pic.twitter.com/2GF9afPaaX
Kidul	63	Salah satu nama kelurahan yang ada di Kota Bandung	#BDGBebersih @kecbojkid_ktbdg: #GerakanPungutSampah kel. Cibasuyut Kidul, Rebo, 25-06-2014 @GPSbdg @ridwankamil pic.twitter.com/JZbFe9tNpS
Senin	61	Menunjuk hari dimana kegiatan Gerakan Pungut Sampah dilakukan	Semangat di Senin, Rabu & Jumat jgn lupa pungut sampah semenit dua menit disekitar. colek @GPSbdg pic.twitter.com/9aNUngWZEc
Kantor	60	Menunjuk pada sebuah tempat bekerja, biasanya pekerjaan pemerintahan	@ridwankamil @gpsbdg @Info_BagPemum @uum1969 gerakan pungut sampah disekitar lingkungan kantor kel cipadung kulon pic.twitter.com/IiNcrZ5n4J
Jl	58	Singkatan dari jalan, menunjuk lokasi atau tempat pelaksanaan kegiatan Gerakan Pungut Sampah	@GPSbdg @BDGcleanaction @KecPanyileukan aktifitas bebersih jl sukarno hatta cipadung kidul panyileukan , mantapnya pic.twitter.com/iH0VXCRN6
Giat	57	Kata yang menunjukkan antusiasme dalam kegiatan Gerakan Pungut Sampah	Giat Jum'at 27/06 : GPS Karyawan/ti Kec. Gedebage di lingk. Kantor cc : @ridwankamil @GPSbdg @BDGcleanaction pic.twitter.com/k5dNw5PByk
Kita	56	Menunjuk pada subjek yang melakukan Gerakan Pungut Sampah, yakni yang membuat tweet dan orang lainnya	Bandung layak kita cintai Warga Bandung Nya'ah ka Bandung, Hayu Rempug Jukung Sayuunan Mulung Runtah Ngabersihan Lembur Urang. @ridwankamil
Semangat, semangat	47	Ekspresi dukungan terhadap	@GPSbdg #GPS DINKES, semangat http://twitpic.com/e6rkn5

		kegiatan Gerakan Pungut Sampah	
Rabu	46	Menunjuk hari dimana kegiatan Gerakan Pungut Sampah dilakukan	Giat Rabu 2/7/14 GPS karyawan/ti Kecamatan Cc @ridwankamil @BDGcleanaction @GPSbdg pic.twitter.com/koZDYSDqCK
Hari	46	Kata tunjuk waktu	Gerakan pungut sampah hari rabu di hal.kel.turangga @GPSbdg @ridwankamil @BDGcleanaction pic.twitter.com/gWgrDIFrIC
Bersama	39	Digunakan untuk mengajak orang lain untuk juga melakukan Gerakan Pungut Sampah	"Buanglah sampah pada tempatnya" jangan hanya jadi sekedar slogan. Mari bergabung di @GPSbdg bersama warga lainnya. pic.Twitter.com/HaThGwD2za
Warga	39	Bagian dari masyarakat, dalam hal ini warga Bandung sebagai subjek atau pelaku Gerakan Pungut Sampah	Gerakan pungut sampah warga RW.15 kel.Tmns @ridwankamil @OdedMD @yossiirianto @herlanisanusi @GPSbdg @BDGcleanaction pic.twitter.com/AC1CThWdYp
Sekitar	36	Digunakan untuk menjelaskan wilayah yang sedang mengadakan Gerakan Pungut Sampah	Giat GPS di sekitar lingkungan kantor cc: @GPSbdg @BDGcleanaction pic.twitter.com/2GF9afPaaX
Juli	36	Menunjuk waktu bulan pelaksanaan Gerakan Pungut Sampah	@GPSbdg @ridwankamil @DiskominfoBdg @yossiirianto Giat GPS hr ini Jumat 4 Juli '14 di wil Kec Andir. pic.twitter.com/1oL5queiOX
Pagi	35	Kata penunjuk waktu kapan kegiatan Gerakan Pungut Sampah dilakukan	@ridwankamil @Info_BagPemum @GPSbdg @BDGcleanaction GPS kami, pagi tadi pic.twitter.com/nnEcJ2MRG
Cipadung	33	Salah satu nama kelurahan yang	@GPSbdg gps kel cipadung kidul kec panyileukan periode jumat 27

		ada di Kota Bandung	juni 2014, mantap juara <a href="https://pic.twitter.com/WWw6IAAtAk">pic.twitter.com/WWw6IAAtAk</a>
Kami	32	Subjek dari yang membuat <i>tweet</i> sekaligus pelaku Gerakan Pungut Sampah	Apel dilanjut GPS RT"@didir33: @dbmpkotabdg @GPSbdg GPS DBMP hari SELASA; pemkot meminta 3 kami, memberi 5 (hari) <a href="https://pic.twitter.com/vmenkbJIPM">pic.twitter.com/vmenkbJIPM</a>
Nyaah	28	Kata dalam bahasa sunda yang berarti sayang atau cinta, sayang terhadap Kota Bandung	25/6   apel dilanjut GPS RT"@didir33: @GPSbdg DBMP dinten rebo, nyaah ka bandung teh peryogi buktos cc @ridwankamil <a href="https://pic.twitter.com/fLmm6DuSa">pic.twitter.com/fLmm6DuSa</a>
Yg	27	Kata penghubung, singkatan dari kata yang	Keren, bulan puasa yg GPS di lingkungan kantor dinkes tambah banyak @GPSbdg @ridwankamil #GerakanPungutSampah <a href="https://pic.twitter.com/KTTKsnEsqD">pic.twitter.com/KTTKsnEsqD</a>
Dinten	21	Kata dalam bahasa sunda yang berharti hari. Menunjuk	GPS Di BPLH dinten Rebo ping 2 Juli 2014 @ridwankamil @yossiirianto @BDGcleanaction <a href="https://pic.twitter.com/RP7VoJu3Cv">pic.twitter.com/RP7VoJu3Cv</a>
Ayeuna	20	Kata dalam bahasa sunda yang berarti sekarang, menunjukkan waktu	@ridwankamil @GPSbdg @KecSukasari giat gps dinteun ayeuna di sabudaran sutami setrasari kel sukarasa <a href="http://yfrog.com/odjb2wdxj">http://yfrog.com/odjb2wdxj</a>

Melihat dari kata yang dipergunakan dalam perbincangan Gerakan Pungut Sampah, peneliti menganalisis bahwa perbincangan berpusat pada dua hal:

1. Mempromosikan program Gerakan Pungut Sampah dengan memberikan informasi bagaimana tata cara pelaksanaan, jadwal dari kegiatan atau sekedar ajakan untuk mengikuti kegiatan.
2. Laporan atau pembuktian *netizen* bahwa mereka telah berhasil menjalankan kegiatan Gerakan Pungut Sampah. Dibuktikan dengan banyaknya pengulangan laporan bahwa kegiatan Gerakan Pungut

Sampah telah atau sedang dilakukan di lingkungan mereka. Pelaporan ini didominasi oleh laporan yang dilakukan oleh instansi pemerintah.

### **4.3 Analisis *Netizen* dalam Gerakan Pungut Sampah**

#### **4.3.1 Analisis Aktor dan Pola *Tweet***

Untuk mengetahui pola postingan *tweet* mengenai Gerakan Pungut Sampah yang diposting sejak tanggal 23 Juni 2014 - 23 Agustus 2014, maka akun-akun yang memposting mengenai gerakan ini dikategorikan menjadi lima jenis. Kelima kategori akun serta pola *tweet* dari setiap kategori dijabarkan sebagai berikut.

##### **1. Akun Pemerintah**

Akun pemerintah banyak didominasi oleh akun-akun yang dibuat oleh PNS dikalangan Kelurahan dan Kecamatan di Kota Bandung. Seperti @KecamatanCibiru, @Kel\_BabakanSari, dan @KecPanyileukan. Selain itu, terdapat pula beberapa lembaga resmi pemerintah seperti @BdgDisnaker dan @dbmpkotabdg.

*Tweet* dari akun-akun ini memiliki pola khusus, yakni *mention* ataupun *carbon copy*<sup>13</sup> ditujukan pada akun @GPSbdg, @ridwankamil, @bplh\_kotabandung, @Pemkot\_Bandung, dan @BDGcleanaction. Hampir seluruh *tweet* yang dikirimkan oleh akun-akun yang dikategorikan sebagai akun pemerintah ini berisi informasi yang lebih bersifat pelaporan mengenai kegiatan Gerakan Pungut Sampah di daerahnya masing-masing. Selain itu, akun-akun pemerintah pun terkadang menyebutkan akun Lurah, ataupun Camat daerahnya. Seperti yang paling sering disebutkan yakni @LurahRanum.

##### **2. Akun Media *Online***

Akun media *online* yang paling banyak memposting mengenai Gerakan Pungut Sampah adalah akun @ClickBandung. Selain akun @ClickBandung ada pula beberapa akun media *online* lainnya seperti @infobdg dan @infobandung yang hampir seluruh *tweet* akun media *online* ini memiliki pola yang bersifat promosi

---

<sup>13</sup> salinan pesan untuk dikirim

program Gerakan Pungut Sampah. Akun yang menjadi sasaran *mention* adalah akun @ridwankamil. Pola lain dari akun media *online* adalah menggunakan *hashtag* #GerakanPungutSampah. Selain itu, akun-akun media *online* ini pun seringkali membantu menyuarakan Gerakan Pungut Sampah dengan cara *retweet* postingan dari akun-akun pemerintah.

### **3. Akun Organisasi Non-Pemerintah (NGO)**

Akun-akun organisasi non-pemerintah yang turut serta mendukung Gerakan Pungut Sampah ini kebanyakan didominasi oleh akun-akun organisasi masyarakat yang bergerak di bidang kesehatan. Namun ada pula akun relawan yang meskipun tidak berhubungan dengan bidang kebersihan lingkungan, tetapi ingin ikut serta dengan menyebarkan program Gerakan Pungut Sampah. Pola dari akun ini hampir sama dengan akun media *online*, yakni bersifat promosi program Gerakan Pungut Sampah. Akun yang menjadi sasaran *mention* adalah akun @ridwankamil. Kebanyakan akun-akun ini juga menyertakan #GerakanPungutSampah pada setiap postingan mereka. Akun-akun pada kategori ini juga sering *retweet* dan *reply*<sup>14</sup> *tweet* yang dibuat, baik oleh akun pemerintah maupun akun pribadi.

### **4. Akun Sekolah**

Akun lain yang turut serta dalam Gerakan Pungut Sampah adalah akun-akun dari sekolah di Kota Bandung. Akun yang didominasi oleh akun Sekolah Menengah Pertama (SMP) dan Sekolah Menengah Atas (SMA) ini berisi informasi tentang kegiatan mereka dalam melaksanakan Gerakan Pungut Sampah. Pola dari akun ini pun serupa dengan akun pemerintah, yakni berisi informasi yang lebih bersifat pelaporan mengenai kegiatan Gerakan Pungut Sampah di sekolah masing-masing. Juga demikian dengan *mention* yang ditujukan kepada @ridwankamil.

### **5. Akun Pribadi**

Pada akun-akun milik pribadi yang dimiliki oleh kebanyakan masyarakat kota Bandung, terlihat bahwa mereka menyatakan dukungan dan mempertanyakan

---

<sup>14</sup> balasan yang ditujukan pada seseorang secara spesifik

bagaimana cara untuk ikut serta dalam gerakan ini. Jumlah *mention* terbanyak dari akun pribadi ini ditujukan kepada akun resmi Gerakan Pungut Sampah yakni @GPSbdg serta akun resmi Walikota Bandung @ridwankamil.

#### **4.3.2 Analisis Platform**

Sejak tanggal 23 Juli 2014 – 23 Agustus 2014, peneliti memperoleh 781 *tweet* yang memperbincangkan mengenai Gerakan Pungut Sampah. Para *netizen* menggunakan *Twitter* sebagai salah satu gambar penyebaran informasi berupa teks maupun gambar untuk menunjukkan bentuk partisipasi mereka dalam kegiatan ini. Mengunggah gambar berupa foto-foto kegiatan dirasa paling sering dilakukan karena dapat menjelaskan dengan nyata bagaimana keikutsertaan mereka. Mengunggah gambar juga menjadi bentuk ajang adu gengsi antar individu maupun kelompok untuk lebih termotivasi dalam melakukan Gerakan Pungut Sampah.

*Platform Twitter* sudah menyediakan fitur yang memungkinkan penggunanya dapat mengunggah foto secara langsung. Dari data yang peneliti peroleh pun, sebanyak 647 *tweet* berisi gambar diunggah langsung oleh *netizen* melalui *Twitter*. Cara ini dirasa paling mudah dan efektif karena tidak perlu terhubung dengan *platform* lain namun tetap dapat menyampaikan pesan sesuai dengan kebutuhan dan tujuan masing-masing pengguna *Twitter*nya.

Namun beberapa *netizen* juga memberikan tautan yang menyambungkan pada *platform* media sosial yang lain dalam setiap kicauannya. Peneliti menemukan setidaknya ada tiga *platform* yang paling banyak digunakan. Berikut penjelasannya.

##### **1. Youtube**

*Platform* ini digunakan dalam 14 *tweet*. *Youtube* merupakan situs jejaring sosial berbasis *video sharing* dimana penggunanya dapat menonton atau mengunggah video dan berinteraksi menggunakan fitur komentar yang disediakan. *Platform* ini biasa digunakan oleh *netizen* untuk berbagi video liputan kegiatan. Melalui *Youtube*, dapat dilihat seberapa besar atensi *netizen* terhadap kegiatan pungut

sampah melalui jumlah *views* yang menunjukkan jumlah berapa kali sebuah video ditonton. Melalui kolom komentar juga dapat dilihat *feedback* untuk melihat apresiasi sekaligus masukan bagi jalannya kegiatan Gerakan Pungut Sampah ini ke depannya. *Youtube* memiliki fitur untuk terkoneksi langsung dengan beberapa media sosial seperti *Twitter* dan *Facebook* dimana ketika pengguna membuat sebuah *posting*, maka akan muncul juga di akun media sosialnya yang lain.

## **2. Instagram**

*Platform* ini digunakan dalam 12 *tweet*. *Instagram* merupakan situs jejaring sosial berbasis *picture and video sharing*. Namun panjang waktu video yang dapat diunggah terbatas, yaitu hanya 15 detik. Dengan fitur integrasi akun yang sama seperti pada *Youtube*, *netizen* dapat meraih sasaran yang lebih besar karena pengikut yang ada di akun *Twitter* belum tentu sama dengan yang ada di akun *Instagram*. Maka penyebaran informasi juga menjadi lebih luas.

## **3. Twitpic**

*Platform* ini digunakan dalam lima *tweet*. *Twitpic* merupakan situs jejaring sosial berbasis *picture sharing*. Sama seperti *Youtube* dan *Instagram*, *twitpic* juga memiliki fitur yang dapat diintegrasikan dengan akun di media sosial lain. Namun *platform* ini sudah mulai jarang digunakan dalam *Twitter* karena fitur *Twitter* sendiri sudah cukup memuaskan kebutuhan karena dapat mengunggah gambar dalam bentuk *.gif* dan dapat mengunggah lebih dari satu gambar dalam satu *tweet*.

## **4.4 Diskusi**

Penggunaan media sosial sebagai sarana promosi dan sosialisasi memang sedang menjadi primadona. Hal ini terjadi sebagai hasil dari perkembangan teknologi yang begitu cepat. Akses manusia untuk “selalu terhubung” melalui internet semakin mudah dan tak terbatas. Fitur khusus media digital yang memungkinkan fleksibilitas konvergensi media, distribusi muatan, partisipasi pengguna dan kendali pengguna atas muatan media tersebut. (Melissa, 2010). Kemudahan akses ini berujung pada munculnya gerakan-gerakan berbasis media sosial. Selain untuk menekan biaya, cara promosi dan sosialisasi ini dinilai ampuh untuk

memperluas cakupan gerakan. Sebut saja ACT atau Aksi Cepat Tanggap, Gerakan Turun Tangan, Indonesia Mengajar, #savePalestine #saveEgypt #bubarkanFPI, atau lebih spesifik lagi di kota Bandung #SejutaBiopori #ReboNyunda #KamisInggris #SaveBabakanSiliwangi.

Melihat peluang tersebut, organisasi pemerintahan pun mulai melirik media sosial sebagai alternatif baru sarana sosialisasi program, pengaduan sampai kebijakan. Salah satu pemerintah yang turut mengadopsi cara ini adalah Walikota Bandung, Ridwan Kamil. Ridwan Kamil merupakan walikota Bandung yang dilantik sejak 16 September 2013. Selama sudah kurang lebih setahun beliau menjabat, Ridwan Kamil telah membuat terobosan baru dalam hal komunikasi dan sosialisasi program kerjanya. Ridwan Kamil memanfaatkan hasil risetnya mengenai masyarakat kota Bandung yang memiliki kultur *open society*, dekat dengan teknologi, dan kreatif (Kamil, 2014). Dengan berlandaskan data yang menyebutkan bahwa Bandung merupakan kota paling aktif keenam di dunia dalam penggunaan *Twitter* (Digital Number, 2014), Ridwan Kamil mencoba menerapkan dan memanfaatkan situasi tersebut dengan menggunakan media sosial seperti *Twitter* untuk meluncurkan program dan berinteraksi dengan masyarakat Bandung. Walaupun awalnya terobosan ini mendapat cibiran, namun kini strategi media sosialnya merupakan ciri khas tersendiri yang diapresiasi masyarakat. Melalui media sosial, Ridwan Kamil mencoba mempersempit jarak antara pemerintah dengan masyarakat Bandung. Ridwan Kamil juga menyadari bahwa dengan menggunakan *Twitter*, isi pesan kebaikan yang akan disampaikan bisa lebih efektif dan lebih murah, dibandingkan melalui pesan singkat elektronik berbayar atau saluran komunikasi lainnya.

Salah satu program Ridwan Kamil yang memanfaatkan media sosial khususnya *Twitter* adalah Gerakan Pungut Sampah, yaitu sebuah program yang diluncurkan oleh Walikota Bandung, Ridwan Kamil pada tanggal 23 Juni 2014 dalam rangka memperingati Hari Lingkungan Hidup. Program ini bertujuan untuk mengubah kultur masyarakat agar lebih mencintai Kota Bandung. Program Gerakan Pungut Sampah ini diharapkan dapat sedikit demi sedikit mengubah masyarakat Kota



Bandung yang sebelumnya *cuek* dan terbiasa membuang sampah sembarangan, menjadi masyarakat yang aktif, peduli, dan mencintai kebersihan. Gerakan Pungut Sampah menjadi salah satu upaya untuk masyarakat Kota Bandung agar dapat membiasakan diri menjaga kebersihan di lingkungannya, dengan cara menyediakan waktu 10 hingga 20 menit sebelum masuk kantor atau sekolah untuk memungut sampah yang berada 100 hingga 300 meter di sekitar mereka. Pada awal peluncuran program, Gerakan Pungut Sampah diterapkan tiga hari dalam satu minggu, yaitu setiap hari Senin, Rabu, dan Jumat.

Gerakan Pungut Sampah bukanlah program pertama yang memanfaatkan media baru. Program lain yang telah disosialisasikan lewat akun *Twitter* Ridwan Kamil antara lain Selasa Tanpa Rokok, Rebo Nyunda, Kamis Inggris, Damri Gratis, Jumat Sepeda, Sabtu Kuliner, dan Bandung Sejuta Biopori. Setiap program yang disosialisasikan melalui *Twitter*, dibuatkan *hashtag-hashtag* khusus, seperti #SejutaBiopori #ReboNyunda dan #GerakanPungutSampah. Hal ini dimaksudkan untuk menumbuhkan pengetahuan dan kesadaran melalui terpaan *tweet* yang diposting berulang-ulang serta mengajak masyarakat Kota Bandung, terutama *netizen*-nya untuk turut berpartisipasi dalam program pemerintahan.

Melalui sebuah video kampanye yang diunggah di *Youtube*, peneliti melihat bagaimana Ridwan Kamil dengan kreatifnya menjelaskan permasalahan sampah yang ada di Kota Bandung. Kemudian mencoba mengubah pola pikir masyarakat Bandung yang biasanya hanya dapat mengeluh mengenai persoalan sampah, menjadi masyarakat yang bergerak untuk mengatasi persoalan sampah. Ternyata penanaman pola pikir ini dapat dikatakan cukup efektif dan berhasil karena dari seluruh perbincangan mengenai Gerakan Pungut Sampah, kebanyakan dari masyarakat Bandung mendukung secara positif dan ikut berpartisipasi di dalamnya. Masyarakat Bandung antusias berbincang di media sosial dan menunjukkan partisipasinya terhadap program ini dengan memposting *tweet* atau mengunggah foto kegiatan pungut sampah yang mereka lakukan. Setiap Senin, Rabu, dan Jumat mereka meluangkan waktunya untuk memungut sampah dalam perjalanan menuju sekolah atau kantor kemudian mengunggah dokumentasi

kegiatannya di media sosial dengan harapan semua orang dapat melihat upaya ini dan mau bergabung untuk ikut menyukseskan program.

Keefektifan promosi dan sosialisasi program Gerakan Pungut Sampah melalui media sosial ini juga telah dibuktikan dari hasil pengumpulan data dan analisis terhadap *tweet* mengenai Gerakan Pungut Sampah. *Tweet* yang diposting sejak tanggal 23 Juni 2014 - 23 Agustus 2014, tercatat terdiri dari 237 *user* yang turut berpartisipasi, dengan *tweet* yang dikirim sebanyak 781 *tweet*, 2962 *retweet*, dan 754 *tweet* unik. Berdasarkan analisis *potential reach*, gerakan ini setidaknya menjangkau 4.216.831 *netizen*. Tiga akun *Twitter* dengan jumlah *followers* terbanyak ditempati @infobdg, @ridwankamil, dan @infobandung. Selain itu, adanya akun-akun yang bukan warga Bandung juga memperluas jangkauan program ini. *User* yang memiliki *value* terbesar dalam perbincangan ini adalah akun @GPSbdg dengan 540 kali penyebutan. Dan *tweet* yang memiliki *value* tertinggi dalam perbincangan ini adalah “Bahagia itu adalah melihat warga dan anak2 sekolah turun tangan di prog #GerakanPungutSampah tiap Senin rabu jumat pic.*Twitter.com/wZAbD0H1tA*”.

Kemudian analisis sentimen menghasilkan jumlah perbandingan 267 *tweet* positif, 501 *tweet* netral, dan 12 *tweet* negatif. Indikator positif didominasi oleh kata-kata ayo, mari, sukseskan, semangat, dan *nyaaah*. Sementara indikator negatif diisi oleh kata pencitraan, nyinyir, sesaat. *Net Value* berdasarkan sentimen adalah 756 yang sangat tinggi jika dibandingkan dengan total 781 *tweet*. *Net Topic Reputation* untuk percakapan ini adalah 32,5%. Perbincangan berpusat pada dua hal yaitu, mempromosikan program Gerakan Pungut Sampah dengan memberikan informasi bagaimana tata cara pelaksanaan, jadwal dari kegiatan atau sekedar ajakan untuk mengikuti kegiatan dan laporan atau pembuktian *netizen* bahwa mereka telah berhasil menjalankan kegiatan Gerakan Pungut Sampah.

Jumlah aktor di media sosial yang terlibat dalam Gerakan Pungut Sampah ini dapat terbilang banyak. Maka, akun dari aktor-aktor yang terlibat dalam program ini dikategorisasikan menjadi lima jenis akun, yakni akun pemerintah, sekolah,

media *online*, organisasi non-pemerintah (*NGO*) dan akun pribadi. Setiap jenis akun memiliki pola *tweet* tersendiri, mulai dari pelaporan kegiatan yang sedang atau telah dilaksanakan, postingan foto kegiatan pungut sampah, sampai ikut mensosialisasikan program Gerakan Pungut Sampah.

Aktor-aktor yang turut menyuarakan Gerakan Pungut Sampah ini pun memiliki peran yang cukup besar untuk menarik dan mengajak masyarakat yang belum terlibat untuk turut mensukseskan program ini. Dengan aktor-aktor yang beragam dan berasal dari berbagai macam kalangan, penyebaran informasi mengenai Gerakan Pungut Sampah menjadi semakin luas dan bahkan dapat menjangkau masyarakat di luar Kota Bandung. Terpaan *tweet* yang dibaca setiap waktu oleh para *followers* dari berbagai tempat tentunya akan memiliki dampak tersendiri juga, walaupun hanya pada level kognisi. Dengan memposting *tweet* mengenai Gerakan Pungut Sampah, *followers* yang dimiliki oleh tiap-tiap akun setidaknya menjadi tahu dan *aware* akan keberadaan program yang memprioritaskan kebersihan lingkungan ini. Misalnya, warga di suatu kecamatan atau kelurahan akan mengetahui atau bahkan akhirnya ikut berpartisipasi karena melihat *tweet* dari akun-akun *Twitter* pemerintah. Sementara akun-akun sekolah dapat menjangkau siswa-siswa mereka untuk tahu dan turut berpartisipasi. Begitu juga dengan ketiga aktor lainnya yang akan menjangkau *followers-nya* sendiri.

Akun-akun yang berpartisipasi dalam gerakan ini pun tidak hanya menggunakan *Twitter* sebagai alat *sharing* mereka. *Platform* lain yang digunakan oleh *netizen* dalam perbincangan Gerakan Pungut Sampah juga cukup beragam, diantaranya *pic.twitter*, *Instagram*, *Youtube*, dan *Twitpic*. Selain melalui *Twitter*, *netizen* juga menggunakan *platform* lain sebagai alat untuk turut berpartisipasi dalam Gerakan Pungut Sampah. *Platform-platform* ini memiliki fasilitas *share-on*, dimana postingan yang dibuat pada sebuah media *online* dapat saling terhubung dengan media *online* lainnya yang membuat satu postingan dapat tersebar di dua atau lebih *platform* yang berbeda. Perluasan *platform* ini juga dapat memberikan keuntungan yang sama seperti beragamnya aktor. Karena jumlah dan orang-orang yang mengikuti atau menjadi *followers* di setiap *platform* yang digunakan

berbeda-beda, sehingga penggunaan berbagai *platform* ini membuat kemungkinan terjadinya penyebaran informasi yang lebih meluas lagi.

Dari penelitian yang telah dilakukan, peneliti merangkum bagaimana strategi media sosial *Twitter* yang digunakan sebagai alat untuk mendukung sebuah perubahan sosial Gerakan Pungut Sampah:

### 1. Pendekatan Sosiologis

Sebelum meluncurkan gerakan ini, secara terstruktur Ridwan Kamil terlebih dahulu melihat kultur masyarakat kota Bandung yang terangkum dalam *open society*, dekat dengan teknologi dan kreatif (Kamil, 2014). *Open society* artinya masyarakat Bandung senang berkumpul dan senang melakukan hal secara bersama-sama sehingga terasa lebih menyenangkan. Dekat dengan teknologi artinya masyarakat Bandung sudah tak asing lagi dengan kehadiran media sosial dan cenderung untuk sering berinteraksi di dalamnya. Masyarakat Bandung juga dikenal dengan minat dan bakat yang beragam sehingga selalu kreatif dalam melakukan berbagai hal. Setelah melihat kondisi sosiokultural tersebut barulah Ridwan Kamil merancang program sosialisasi melalui media yang tepat yakni *Twitter*. Melalui pendekatan teknologi digital dan memanfaatkan semangat kolaborasi masyarakat Bandung Ridwan Kamil membentuk kesadaran untuk bergabung dengan program-program pemerintah namun tetap melalui *platform* yang mudah. Sehingga masyarakat bukannya merasa terbebani namun senang membantu dan bergabung.

### 2. Peningkatan Motif

Selain karakteristik di atas, masyarakat Bandung pun dapat digolongkan sebagai masyarakat yang “narsis” dan memiliki kebutuhan aktualisasi diri yang tinggi (Kamil, 2014). Seperti dalam Hierarki Kebutuhan Abraham Maslow, dinyatakan bahwa manusia membutuhkan penghargaan. Jika lingkungan sosial dan budayanya memberikan penghargaan yang positif, maka manusia akan cenderung merasa memiliki lingkungannya. (Littlejohn & Fross, 2009). Ridwan Kamil

merangkum kebutuhan akan aktualisasi diri dan penghargaan ini dalam sebuah strategi *reward*. *Netizen* yang memiliki kebutuhan aktualisasi diri, didorong untuk menampilkan diri mereka melalui partisipasinya dalam Gerakan Pungut Sampah. Kepentingan aktualisasi diri yang didukung dengan adanya *reward* ini akan menambah dan meningkatkan motivasi masyarakat Kota Bandung untuk lebih aktif dalam berpartisipasi. Aktualisasi diri mereka dapat dicapai dengan memposting kegiatan pungut sampah yang sedang atau telah mereka lakukan, *retweet* laporan-laporan warga yang sedang melaksanakan Gerakan Pungut Sampah serta memposting foto-foto kegiatan Gerakan Pungut Sampah di daerahnya. Sementara *reward* yang diberikan Ridwan Kamil berupa hadiah-hadiah menarik, mulai dari liburan gratis, *gadget* sampai paket umroh. Ridwan Kamil membekali masyarakat dengan buku saku yang akan dicap dan kemudian pengumpul cap terbanyak akan memperoleh hadiah bermacam-macam yang telah disebutkan sebelumnya. Dengan mendapatkan aktualisasi diri dan sekaligus penghargaan tersebut, masyarakat akan semakin merasa terikat dan bersedia untuk membantu program Gerakan Pungut Sampah ini.

### 3. Pemanfaatan *platform* media

Fitur khusus yang terdapat di media digital memungkinkan fleksibilitas konvergensi media, distribusi muatan, partisipasi pengguna dan kendali pengguna atas muatan media tersebut. (Melissa, 2010) Ridwan Kamil pun memanfaatkan hal ini dengan tidak membatasi media sebatas pada *Twitter*. Akhirnya, masyarakat pun tidak hanya sebatas menyebarkan Gerakan Pungut Sampah ini di *Twitter*, melainkan di *Path*, *Instagram*, *Tumblr*, *Youtube* dan *platform* lainnya. Fitur *share-on* yang memungkinkan netizen mem-*posting* sekaligus di berbagai *platform* media membuat gerakan ini semakin meluas.

Ketiga strategi di atas dirasa terbukti mampu meningkatkan partisipasi masyarakat karena dapat menciptakan peluang keterlibatan dalam proses mensukseskan Gerakan Pungut Sampah. Sejauh pengamatan yang dilakukan dalam program ini, masyarakat Kota Bandung dianggap telah berpartisipasi dalam Gerakan Pungut

Sampah. Seperti yang dikatakan Pirjo Nakki dkk dalam *Social Media for Citizen Participation*, partisipasi di dalam media sosial dapat diukur melalui empat tingkatan level yang dijabarkan sebagai berikut; level pertama, masyarakat ikut memperbincangkan isu. Level kedua, masyarakat ikut serta dalam merencanakan dan mendesain media yang digunakan. Level ketiga, masyarakat mengembangkan pengetahuan tentang isu dan ikut membuat konten media sosial. Dan level keempat, masyarakat berpartisipasi dalam proses penelitian. (Pirjo Nakki, 2011)

Partisipasi masyarakat Kota Bandung di media sosial dalam Gerakan Pungut Sampah telah terlihat jelas mencapai level pertama dan menyentuh level kedua juga ketiga. Partisipasi pada level pertama dibuktikan dari data yang telah ditemukan, yakni terdapat 781 *tweet*, 2962 *retweet*, dan 754 *tweet* unik dalam kurun waktu 62 hari. *Netizen* terhitung cukup aktif dalam perbincangan karena bukan hanya menciptakan konten pesan sendiri, mereka juga berinteraksi dengan yang lain dengan *me-retweet* posting orang lain. Partisipasi pada level kedua dan ketiga dilakukan oleh beberapa *netizen* dengan mendesain media apa yang digunakan melalui *platform-platform* lain yang mereka miliki dan konten yang mereka tentukan sendiri. Melalui penggunaan media sosial, masyarakat diberi kesempatan untuk menciptakan sendiri jenis media, cara penyampaian pesan, menggunakan objek dan simbol tertentu, menunjukkan aktualisasi diri, sampai pada tahap mengkonstruksi sendiri makna mengenai program ini.

Hal ini membuat partisipasi yang terjadi memperluas arti 'berpartisipasi' dengan membangun dalam fitur yang akan membantu perkembangan apa yang disebut dengan *generative learning communities*. *Learning communities* dalam arti luas memiliki arti: mereka tumbuh dalam berbagai kegiatan, tingkat keterlibatan mereka berkontribusi terhadap pembelajaran dan interaksi di masyarakat itu, dan dalam memperluas pengetahuan mereka memanfaatkan apa yang tumbuh dari masyarakat. Masyarakat tersebut umumnya adalah informal, tidak kaku dibatasi oleh struktur partisipasi formal, namun akan membuat pola komunikasi informal mereka sendiri; Mereka generatif, tidak hanya dalam memperluas pengetahuan berpartisipasi individu, tetapi dalam pengetahuan memperluas akses kolektifitas.

(Lewis, Pea, & Rosen, 2010). Misalnya, mereka menambahkan dan memperluas pengetahuan tentang Gerakan Pungut Sampah dengan melihat video sosialisasi Gerakan Pungut Sampah yang diunggah ke *Youtube* oleh Ridwan Kamil. Karena video tersebut bukan hanya menunjukkan teknik atau tata cara pelaksanaan, tetapi juga menjelaskan latar belakang mengenai permasalahan sampah yang ada di Kota Bandung, dan sampai akhirnya diadakan program Gerakan Pungut Sampah sebagai salah satu solusi.

Penggunaan media sosial ini tentunya tidak dapat disamakan dengan media-media komunikasi konvensional. Produsen dalam hal ini pemerintah yang mencanangkan program Gerakan Pungut Sampah, tidak lagi memproduksi sepenuhnya konten yang ada. Produsen hanya bertindak sebagai fasilitator dan “memancing” pengguna yaitu masyarakat untuk mengeksplor lebih banyak. Ridwan Kamil sebagai pencetus Gerakan Pungut Sampah bersifat sebagai pemancing atensi dari masyarakat agar mau berpartisipasi. Pelaksana kegiatan adalah masyarakat Kota Bandung sendiri yang terdiri dari berbagai kalangan masyarakat. Bentuk partisipasi dikembalikan lagi pada masyarakat, karena memang penggunaan media sosial ini menuntut masyarakat untuk berperan aktif, tidak hanya menerima.

Untuk triangulasi data, kami melakukan wawancara terhadap *project coordinator* dari Gerakan Pungut Sampah, yaitu Bapak Hendro serta dua pelaku Gerakan Pungut Sampah, yakni akun @kecamatanpanyileukan yang mewakili Kecamatan Panyileukan dan @officialsmpn50 yang mewakili SMPN 50 Bandung.

Menurut wawancara yang telah dilakukan dengan Bapak Hendro selaku *project coordinator* dari gerakan ini, program Gerakan Pungut Sampah merupakan kegiatan lanjutan dari operasi semut, dimana gerakan ini membuat kegiatan pungut sampah yang tadinya dilakukan per individu menjadi kegiatan yang dilakukan secara kolektif. Gerakan Pungut Sampah yang secara resmi dimulai pada tanggal 23 Juni 2014 ini ditargetkan akan berlangsung selama dua tahun. Dalam kurun waktu dua tahun, beberapa lingkungan di Kota Bandung harus

terlihat bersih. Lingkungan-lingkungan yang telah ditentukan untuk diciptakan bersih ini akan selalu dijaga kebersihannya. Sehingga diharapkan lingkungan lain akan melakukan hal yang sama.

Gerakan moral ini menyasar tidak hanya masyarakat Bandung, melainkan seluruh masyarakat untuk ikut menjaga lingkungan dengan Gerakan Pungut Sampah. Terbukti, Gerakan Pungut Sampah ini telah dilakukan di beberapa wilayah seperti Semarang, Cirebon, dan Bali. Selain itu, Gerakan Pungut Sampah juga bekerjasama dengan berbagai *event* atau acara-acara yang terselenggara. Hal ini dikarenakan setiap suatu acara selesai diadakan, hasilnya adalah sampah yang berserakan dimana-mana. Oleh sebab itu, Gerakan Pungut Sampah bekerja dengan panitia maupun komunitas yang menyelenggarakan acara tersebut untuk senantiasa menjaga kebersihan setelah acara.

Bapak Hendro juga mengatakan bahwa Gerakan Pungut Sampah ini merupakan salah satu tahapan program GPS. Setelah Gerakan Pungut Sampah, program GPS akan masuk pada tahapan Gerakan Pilah Sampah. Masyarakat diharapkan dapat membedakan sampah organik dan non-organik, sehingga nantinya mudah dalam melakukan daur ulang.

Dan terakhir ditargetkan pada tahun 2018, program GPS masuk pada tahapan Gerakan Punah Sampah. Masyarakat pada tahapan ini diharapkan dapat mengurangi sumber-sumber yang menyebabkan terciptanya sampah. Misalnya dengan mengurangi pembelian dan pemakaian botol minum kemasan dengan membawa botol minum sendiri.

Kemudian pada level pelaksana kegiatan, kami melakukan wawancara dengan Kasie Ekbang Kecamatan Panyileukan, Mimin Aminah. Mimin mengatakan bahwa Ridwan Kamil memberi sosialisasi pada tingkat kecamatan kemudian pesan diteruskan ke tingkat kelurahan agar dapat dilaksanakan hingga ke semua masyarakat. Nur (Kepala Bagian Kesiswaan SMPN 50 Bandung) menjelaskan bahwa mereka mendapat SK tentang melaksanakan Gerakan Pungut Sampah dan agar dapat dilaksanakan oleh semua pihak di sekolah.



Kedua narasumber juga menjelaskan bahwa walaupun mereka diberi himbauan tata cara pelaksanaan program, namun mereka juga diberi kebebasan untuk menciptakan sendiri pola kegiatan mereka. Misalnya, pelaksanaan kegiatan itu adalah 10-20 menit sebelum waktu belajar mengajar dimulai. Kemudian pihak sekolah mengambil rata-rata waktu 15 menit dan membagi kelas secara bergilir dalam melaksanakan kegiatan agar tidak terlalu banyak membuang waktu Kegiatan Belajar Mengajar (KBM). Seperti saat hari Jumat, karena SMPN 50 sudah memiliki kegiatan rutin yakni shalat duha bersama, maka pembagian kelas bergilir ini akan lebih efektif karena dapat mencapai dua tujuan berbeda secara bersamaan.

Dalam imbauannya tentang tata cara pelaksanaan, Ridwan Kamil juga meminta para pihak untuk membagi atau melaporkan setiap kegiatan Gerakan Pungut Sampah yang telah dilakukan melalui media sosial. Imbauan ini dilaksanakan, terlepas dari kewajiban, juga karena Mimin dan Nur merasa hal ini perlu dilakukan agar orang-orang menjadi tahu tentang program positif ini dan mau ikut melaksanakan sebagai bagian dari masyarakat Kota Bandung. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ridwan Kamil bahwa masyarakat Kota Bandung itu kreatif dan dekat dengan teknologi. Melalui media sosial, mereka diberi kebebasan untuk berkreasi tentang konten yang akan dibagi.

Tujuan utama Ridwan Kamil membuat perbincangan Gerakan Pungut Sampah di *Twitter* adalah untuk merubah pola pikir masyarakat Kota Bandung, yang tadinya hanya bisa mengeluh tentang permasalahan, sekarang jadi bisa ikut berpartisipasi melakukan perubahan sosial. Kesenangan mereka berinteraksi melalui media sosial dapat menjadi poin lebih karena mereka ikut berperan dalam mengatasi permasalahan yang ada. Melalui partisipasi *netizen* dalam *twitter*, peneliti melihat tujuan dari program Gerakan Pungut Sampah ini mulai tercapai. Dengan keberhasilan partisipasi melalui media sosial dari program Gerakan Pungut Sampah, diharapkan akan membuka peluang keberhasilan rangkaian program GPS selanjutnya yakni, Gerakan Pilah Sampah dan Gerakan Pindah Sampah.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

1. Setelah melakukan pengumpulan dan analisis data, peneliti menemukan 781 *tweet*, 2962 *retweet*, dan 754 *tweet* unik yang melakukan perbincangan mengenai program Gerakan Pungut Sampah dalam kurun waktu dua bulan, yakni dari tanggal 23 Juni 2014 – 23 Agustus 2014. Partisipan program Gerakan Pungut Sampah di *Twitter* berasal dari berbagai kalangan yaitu pemerintahan, sekolah/pendidikan, organisasi non pemerintah (*NGO*), dan masyarakat umum.
2. Reaksi *netizen* terhadap program Gerakan Pungut Sampah beragam. Melalui analisis sentimen, peneliti mengkategorikan reaksi yang beragam ini ke dalam tiga nada perbincangan, yakni positif, netral, dan negatif. *Tweet* dengan nada perbincangan positif berjumlah 267, *tweet* dengan nada perbincangan netral berjumlah 501, dan *tweet* dengan nada perbincangan negatif berjumlah 12. Maka secara umum, peneliti menyimpulkan bahwa reaksi *netizen* terhadap program Gerakan Pungut Sampah bersifat positif.
3. Peran *netizen* dalam program Gerakan Pungut Sampah dinilai cukup aktif karena telah memasuki level ketiga dari empat level partisipasi di media sosial. Pada level pertama, *netizen* telah ikut memperbincangkan program Gerakan Pungut Sampah. Pada level kedua, *netizen* telah ikut serta dalam merencanakan dan mendesain media yang digunakan. Dan pada level ketiga, *netizen* juga telah mampu mengembangkan pengetahuan tentang isu dan ikut membuat konten media sosial.
4. Media sosial hanyalah salah satu alat yang dapat digunakan untuk meningkatkan partisipasi dari sebuah perubahan sosial. Media sosial tidak bisa digunakan sebagai alat ukur keberhasilan sebuah perubahan sosial. Karena demi mencapai kesuksesan dari perubahan sosial, juga dibutuhkan partisipasi nyata dari pihak-pihak yang terlibat.

5. Strategi dalam penggunaan media sosial untuk menaikkan partisipasi tidak dapat diterapkan di semua program perubahan sosial. Karena penerapan melalui strategi ini harus menyesuaikan dengan faktor sosiologis, demografis, geografis dan karakter masyarakat yang akan dituju.
6. Media sosial tidak dapat disamakan dengan media konvensional yang ada sebelumnya. Di media sosial, produsen dan konsumen tidak memiliki batasan. Artinya, jarak kekuasaan antara produsen dan konsumen sangat tipis, hampir tidak terlihat. Ridwan Kamil sebagai produsen hanya “memancing” isu, kemudian *netizen* yang berperan lebih besar dan bersifat aktif, tidak sekedar menerima informasi namun ikut berpartisipasi mendesain konten sendiri sesuai dengan kebutuhan.

## 5.2 Saran

1. Jika daerah lain ingin menerapkan strategi melalui media sosial seperti yang dilakukan pada program Gerakan Pungut Sampah, disarankan sebelumnya untuk melakukan riset terhadap kondisi masyarakat yang dituju. Karena keberhasilan sebuah program, akan bergantung pada kesesuaian strategi yang digunakan dengan karakteristik target yang ingin dicapai.
2. Dari 30 kecamatan dan 153 kelurahan yang ada di Kota Bandung, belum seluruhnya berpartisipasi di media sosial dalam program Gerakan Pungut Sampah. Peneliti menyarankan kepada para instansi pemerintah agar dapat memiliki akun di media sosial, sehingga penyebaran informasi dan keikutsertaan masyarakat dapat lebih meluas.
3. Untuk penelitian berikutnya, bisa menggunakan sudut pandang kualitatif untuk mengkaji lebih dalam motif partisipasi *netizen* dalam program Gerakan Pungut Sampah.

### **5.3 Penutup**

Demikian akhir dari laporan penelitian Media Sosial dan Gerakan Pungut Sampah. Peneliti menyadari masih ada kekurangan dalam penelitian ini. Oleh karena itu, peneliti berharap dapat menerima kritik dan saran yang membangun sebagai acuan dalam perbaikan baik bagi penelitian ini maupun penelitian-penelitian selanjutnya. Peneliti juga mengucapkan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses pengerjaan penelitian. Semoga laporan penelitian ini dapat menjadi masukan yang positif bagi siapapun pihak yang membacanya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Digital Number. (2014, February 3). Jakarta.
- Bakker, T. P., & Vreese, C. H. (2011). *Good News for the Future? Young People, Internet Use, and Political Participation*. New York: SAGE Publication.
- Bakshy, E. (2012). *Everyone's an Influencer: Quantifying Influence on Twitter*. Michigan: University of Michigan.
- Cha, M. (2013). *Measuring User Influencer on Twitter : the million followers falacy*. Mac Plank Institute.
- Efron, M. (2010). Hashtag Retrieval in a Microblogging Environment. *Graduate School of Library and Information Science University of Illinois at Urbana- Champaign*.
- Gregory, A. (2000). *Problematizing Participation A Critical Review of Approaches to Participation in Evaluation Theory*. Hull University Business School.
- Kamil, R. (2014, 4 1). City Branding. (H. H. Unpad, Pewawancara)
- KOMINFO. (2013, November 7). *Kominfo : Pengguna Internet di Indonesia 63 Juta Orang*. Retrieved August 14, 2014, from KEMENTERIAN KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA REPUBLIK INDONESIA: [http://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3415/Kominfo+%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+63+Juta+Orang/0/berita\\_satker#.U0qFf\\_mSxoE](http://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3415/Kominfo+%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+63+Juta+Orang/0/berita_satker#.U0qFf_mSxoE)
- Lasthuizen, M. (2012). Increasing Civic Engagement Using 140 Characters. *Presentation at the \$th ECREA Conference*.
- Lewis, S., Pea, R., & Rosen, J. (2010). Beyond participation to co-creation of meaning: mobile social media in generative learning communities. *Sage Publication*.
- LITTAU, J. (2009). *THE VIRTUAL SOCIAL CAPITAL OF ONLINE COMMUNITIES MEDIA USE AND MOTIVATIONS AS PREDICTORS OF ONLINE AND OFFLINE ENGAGEMENT VIA SIX MEASURES OF COMMUNITY STRENGTH*. University of Missouri.

- Littlejohn, S. W., & Fross, K. A. (2009). *Encyclopedia of Communication Theory*. California: SAGE.
- Melissa, E. (2010). BUDAYA DIGITAL DAN PERUBAHAN KONSUMSI MEDIA. *Departemen Komunikasi dan Public Relations, Fakultas Ekonomi dan Humaniora, Universitas Swiss German*, 1-11.
- Pirjo Nakki, d. (2011). Social Media for Citizen Participation. *VTT Publications* 755.
- Putnam, R. (1995). *Bowling Alone: America's Declining Social Capital*. New York: Simon & Schuster.
- Putnam, R. (2000). *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. New York: Simon & Schuster.
- Rheingold, H. (2008). *Using Participatory Media and Public Voice to Encourage Civic Engagement*. Stanford University.
- Sandra Gonzalez- Bailon, N. W.-H. (2012). Assessing th Bias in Samples of Large Online Networks.
- Sonia Livingstone, M. B. (2007). Active participation or just more information? : young people's take up of opportunities to act and interact on the internet. *LSE Research Online*.
- Stefan Stieglitz, L. D.-X. (2012). Political Communication and Influence through Microblogging - An Empirical Analysis of Sentiment in Twitter Messages and Retweet Behavior. *2012 45th Hawaii International Confrence on System Sciences*.
- Subakti, D. A. (2012). Media Online di Indonesia; Transisi Menuju Media Kapital. *Yayasan Satu Dunia*.
- Walmsley, J. (2011). *Social Capital, Institusional Structures anda Political Engagement*. West Yorkshire: University of Huddersfield.
- Wijayanto, K. (2014). Perencanaan Komunikasi untuk Media Sosial. Dalam *Perencanaan Komunikasi* (hal. 141-165). Bandung: Rosda.
- Yanuar Nugroho, d. (2012). Mapping the landscape of the media industry in contemporary Indonesia.

## **LAMPIRAN**

### **DATA LAPANGAN 1**

#### **DATA NARASUMBER**

Nama : Mimin Aminah, S.E.

Pekerjaan : Kasie Ekbang Kecamatan Panyileukan

#### **WAKTU DAN TEMPAT PELAKSANAAN WAWANCARA**

Waktu : Senin, 29 September 2014 pukul 10.14 WIB

Tempat : Ruang Kerja Kasie Ekbang Kecamatan Panyileukan

#### **TRANSKRIP WAWANCARA**

Mellysa (E) : Selamat pagi Bu Mimin, saya Mellysa dan teman saya Fida dari Fikom Unpad sedang mengadakan penelitian tentang Gerakan Pungut Sampah. Kami minta waktu ibu sebentar untuk tanya-tanya seputar programnya, tidak apa-apa?

Mimin (M) : Oh iya silahkan, tidak masalah kok.

Fida (F): Gerakan Pungut Sampah ini kan salah satu programnya Ridwan Kamil untuk dijalani ya bu. Nah ibu tau program ini darimana?

M : Ya itu dari Pak Ridwan Kamil ya.

F : Oh Pak Ridwan Kamilnya ngasih sosialisasi gitu bu? Sosialisasinya itu kapan, dimana, sejauh apa?

M : Sosialisasinya itu ya pertama di kecamatan-kecamatan, di kelurahan-kelurahan

F : Oleh Pak Ridwan Kamilnya langsung?

M : Oh enggak, Pak Ridwan Kamil mah ke kecamatan, dikumpulkan, nah nanti dikumpulkan masing-masing kecamatan. Itu kan program, dikasih tau ini ini ini programnya. Nah nanti baru kita ngadain sosialisasi ke masing-masing kecamatan. Abis kecamatan, baru ke kelurahan., gitu.

F : Oooh bertahap ya bu, dari Pak Ridwan Kamil ke kecamatan ke kelurahan.

M : Iya bertahap gitu neng.

F : Hmm ibu ngelaksanain program ini kapan saja?

M : Tiap-tiap... barusan itu.

F : Iya barusan saya lihat ada. Tiap senin ya bu , terus?

M : Iya, tiap senin, rabu, jumat.

F : Itu rutin ya bu dilaksanainnya?

M : Iya rutin.

F : Dari tanggal 23 Juni pas launching acaranya sampai sekarang rutin ya bu dilaksanain?

M : Iya rutin dilaksanakan dan dilaporkan tiap hari.

F : Oh dilaporkan ya? Gimana dilaporkannya bu?

M : Iya dilaporkan, di whatsapp tiap hari, lewat foto, hasil ini, baik di kelurahan maupun kecamatan masing-masing.

F : Hmm memang ada anjurannya dari Pak Ridwan Kamil untuk dilaporkan gitu bu?

M : Enggak juga sih, tapi kan kita ngadain gitu, ngadain kegiatan itu. Ya kan bukti, apa itu teh, bukti dari hasil foto itu, hasil pelaksanaan itu.

F : Jadi niatan ibu ngelaporin lewat whatsapp sama twitter itu apa?



- E : Berarti tidak diwajibkan ya bu?
- M : Ya... untuk melaksanakan kegiatan.
- F : Oh untuk melaksanakan kegiatan ya bu. Kalo gitu yang jadi pelaku kegiatan Gerakan Pungut Sampah siapa aja bu, dari pihak kecamatan sini?
- M : Semua ya, semuanya. Termasuk bu camat ya pasti. Kita juga dilibatkan kadang-kadang sama petugas kebersihan, kemaren juga waktu opsi massal juga kita sama anak-anak sekolah di SD sampe SMA dilibatkan, dari kepolisian, dari ABRI, gitu dilibatkan semua. Hmm GPS kemaren mah massal karena semua kelurahan bergabung di sini, gitu di pasar gedebage.
- F : Oooh rame-rame gitu ya bu
- M : Iya malahan pedagang juga ikut terlibat disitu.
- F : Ooooh jadi kesadaran sendiri gitu ya emang pengen terlibat?
- M : Iya.
- E : Baik sepertinya cukup untuk wawancaranya bu. Terima kasih banyak atas waktunya ya. Asslamualaikum wr wb.
- M : Iya sama-sama neng, walaikumsalam wr wb.

## **DATA LAPANGAN 2**

### **DATA NARASUMBER**

Nama : Nur Aiman, M.Pd.

Pekerjaan : Kepala Bagian Kesiswaan SMPN 50 Bandung

### **WAKTU DAN TEMPAT PELAKSANAAN WAWANCARA**

Waktu : Senin, 29 September 2014 pukul 12.47 WIB

Tempat : Ruang Kerja Bagian Kesiswaan SMPN 50 Bandung

### **TRANSKRIP WAWANCARA**

Mellysa (E) : Selamat Selamat pak, saya Mellysa dan teman saya Fida dari Fikom Unpad sedang mengadakan penelitian tentang Gerakan Pungut Sampah. Boleh minta waktunya sebentar buat ngobrol-ngobrol gitu pak?

Nur (N) : Oh iya, boleh silahkan

Fida (F) : Iya jadi gini pak. Program Gerakan Pungut Sampah kan salah satu programnya Ridwan Kamil, nah kami melihat akun twitter SMPN 50 ini cukup aktif untuk *update* seputar kegiatannya gitu pak.

N : Oh iya iya betul, lalu?

F : Bapak awalnya tahu Gerakan Pungut Sampah ini darimana?

N : Kan, pertama ada pemberitahuan, lewat kepala sekolah ya yang katanya dari dinas. Kemudian ada surat edaran dari walikota, saya nomernya lupa ya yang isinya itu kalau ga salah itu yah harinya senin, rabu, jumat, waktunya 10 eh 15 eh 10-20 menit sebelum pelajaran gitu ya. Nah waktu itu saya baca suratnya, ya sudah kami laksanakan. Kami bentuk dulu semacam, hmm apa ya bukan kepanitian, ya semacam penanggung jawab gitu lah ya. Nah udah terus kami laksanakan. Yaaa emang sih dalam pelaksanaannya, dalam membimbing anak segitu banyak ya, kadang ada main-mainnya ada tapi minimal saya ingin,

yah ada bekasnya lah gitu. Kalau tadinya keliatan kotor, setelah itu sampah-sampah utamanya yang plastik jadi ya ga adalah gitu.

F : Ya terlihat ada perbedaannya gitu lah ya pak.

N : Iya terlihat ada perbedaannya. Dan itu kami laksanakan memang eee yah kami cobalah untuk ya namanya apa ya. Yah supaya kita lebih nyaman lah. Kerasa sendiri kan kalo kotor gimana hahaha (tertawa).

F : Iya kalo kotor gak nyaman dilihatnya.

N : Iya, kalo bersih kan enak kelihatannya

F : Kalau Pak Ridwan Kamil bikin sosialisasi gak soal pelaksanaan Gerakan Pungut Sampah ini?

N : Kalo sosialisasi, dalam arti ke sekolah-sekolah ya, ke 50 belum. Saya katakan belum ya, karena katanya ke sekolah lain iya. Ke sekolah lain ya saya denger beberapa

F : Sekolah mana saja itu pak?

N : Hmm ya saya kurang tahu persis. Tapi kepala sekolah hanya pernah mengingatkan kepada saya, Pak Nur...di Bandung Timur ini yang belum didatangi pak walikota atau kepala dinas tentang gps adalah 50. Ya gapalah. Yang penting kita melaksanakan kegiatannya saja, biar waktu dateng ya lihatlah seperti itu pekerjaan kita. Jadi waktu itu memang setelah kami melaksanakan beberapa minggu ya, baru launching. Tanggal berapa itu ya launching nya?

E : Kalo yang serentak dan disahkan oleh Pak Ridwan Kamil di Tegal Lega itu tanggal 23 Juni pak

N : Di Tegal Lega ya? Eh juni? Ah enggak kok, baru-baru ini launchingnya, sebulan yang lalu

E : Oh launching yang untuk sekolah-sekolahnya mungkin ya pak?

N : Yaaa sebenarnya suratnya sudah diterima dari beberapa bulan sebelumnya, tapi launchingnya baru sebulan yang lalu kok hari senin. Terus kami sudah melaksanakan, terus ada berita katanya launching, makanya kami, eh saya saat upacara mengumumkan hari ini launching gps secara resmi. Yah kami laksanakan sesuai dengan, cuman kalau itu 10-20 menit ya kami ambil rata-ratanya 15 menit. Jadi karena kondisi, kondisi dalam arti gini ya, untuk sementara sekolah kami ini kan beberapa ruangan rusak ya jadi itu aja yang sebelah perpustakaan kosong, karena atapnya sudah retak. Terus yang sebelah sininya baru apa ya, baru minggu ini diperbaiki. Terus yang sana.... Jadi kami banyak ruangan yang rusak. Untuk bulan september ini kan kami masuknya pagi dan siang. Jadi menyesuaikan waktu supaya tidak terlalu banyak waktu KBM yang terpotong gitu, kami ambil 15 menitan gitu.

E : Oooh tapi bapak rutin melaksanakan gps ini? Setiap senin, rabu, sama jumat?

N : Alhamdulillah rutin, cuman kalau jumat memang tidak seluruhnya kami bagi, karena jumat itu ada dua kegiatan rutin kami lakukan. Ada kegiatan shalat duha, jadi kami bagi ya, bergilir yang melaksanakannya. Tapi rutin kok, selalu dilaksanakan.

F : Yang melaksanakan ini semua pihak sekolah, dari mulai karyawannya, guru, anak muridnya juga ikut pak?

N : Yah memang ikut ya tapi yaaa itulah yang guru tidak selama anak gitu ya. Siap-siap buat mengajar, jadi membimbing anak-anak sebentar kurang lebih 10 menitlah lalu mereka segera mempersiapkan diri. Kalo anak-anak kan ya hahaha (tertawa).

F : Aaah iya pak mengerti. Kalau tujuan bapak meng-upload dan melapor kegiatan gps ini di twitter apa pak? Atau memang ada anjurannya dari Pak Ridwan Kamil?

N : Ada. Ada anjurannya iya. Pernah kami, bukan ditegur ya. Hmm ada kepala sekolah semacam bilang gini Pak Nur, kok 50 belum meng-upload gps sementara sekolah yang lain sudah katanya. Oh iya foto-fotonya sudah ada kok pak dari awal kami dokumentasikan. Karena sekarang semuanya sistemnya berbasis dokumentasi kan. Nah akhirnya saya ke operator, tolong ini di-upload lah gitu. Kebetulan operatornya bertugas sebagai tukang potretnya juga gitu.

F : Oooh dari bagian karyawannya pak?

N : Iya, karyawan bagian teknik.

E : Itu operatornya untuk twitter atau website pak?

N : Untuk twitter ya.

F : Oooh jadi ada ya anjurannya langsung dari Pak Ridwan Kamil?

N : Ada, itu saya baca di suratnya ada.

F : Tapi menurut bapak sendiri, di-upload ke twitter itu fungsinya apa sih pak? Selain menjalankan kewajiban dari Pak Ridwan Kamil?

N : Fungsinya pertama memang ke-uploadnya itu karena menjalankan perintah gitu ya. Yang kedua, yah supaya apa ya kita, ..... kalau semuanya rame-rame melaksanakan itu, setiap sekolah yah melaksanakan itu dengan, yah siapa tau ya dari upload itu, diberi tahu kekurangan kami di sini kelebihan orang lain di sini. Oh ini kalau model begini, begitu cara pengaturannya. Yah bisa sharing lah, saya kira itu.

F : Baik, sepertinya sudah cukup nih pak. Terima kasih atas waktu ngobrol-ngobrolnya ya. Semoga SMPN 50 bisa terus melaksanakan program Gerakan Pungut Sampah ini dan membuat Kota Bandung menjadi lebih bersih lagi. Amin.

N : Wah iya sama-sama ya nak, amin.