

## PAPER NAME

**Ngobrol Jelantah Komunikasi Lingkung  
an Pendekatan Sosial-Budaya oleh Bank J  
elantah Sekar Sejagad 88**

---

## WORD COUNT

**3992 Words**

## CHARACTER COUNT

**26246 Characters**

## PAGE COUNT

**9 Pages**

## FILE SIZE

**714.3KB**

## SUBMISSION DATE

**Aug 20, 2024 2:46 PM GMT+7**

## REPORT DATE

**Aug 20, 2024 2:46 PM GMT+7**

---

● **6% Overall Similarity**

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 6% Internet database
- 4% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 4% Submitted Works database

● **Excluded from Similarity Report**

- Bibliographic material
- Quoted material
- Cited material
- Small Matches (Less than 15 words)

## “NGOBROL JELANTAH” KOMUNIKASI LINGKUNGAN PENDEKATAN SOSIAL- BUDAYA OLEH BANK JELANTAH SEKAR SEJAGAD 88 SEMARANG

### “NGOBROL JELANTAH” ENVIRONMENTAL COMMUNICATION SOCIO-CULTURAL APPROACH BY BANK JELANTAH SEKAR SEJAGAD 88

Emanuela Agra Sarika Kurnia Dewi

Universitas Katholik Soegijapranata

email : [1agra@unika.ac.id](mailto:1agra@unika.ac.id)

#### **Abstract**

Overcoming environmental problems cannot be separated from the role of communication. This is because environmental problems are closely related to mutual understanding which leads to message effects namely behavior changes. This environmental message has an impact on behavior is practiced by Bank Sekar Sejagad 88, Semarang city in problem of used cooking oil waste. The amount of waste cooking oil (Non-B3 waste) in Indonesia originating from these households can be negative for both health and the environment. However, not many people understand the proper way to dispose and process waste cooking oil. Bank Jelantah Sekar Sejagad 88 practices environmental communication to convey the message of how to process waste cooking oil is converted into economic value. This research uses qualitative methods and the results is the delivery of environmental communication messages with socio-cultural approach, based on character of the target community. Based on research, there are two main socio-cultural characteristics of the audience, namely togetherness and socializing which in togethernees is the means of disseminating daily information. The second character is that trust is built through valid information with the support of the local government. There are strategies for delivering messages namely “Ngobrol Jelantah”, *Gethok Tular*, dan top-down concept. With this message delivery strategy, it can increase awareness of targets as shown by the increase in the number of members of Bank Jelantah Sekar Sejagad 88. Based on discussion, it appears that including targets through community empowerment is the right step in building mutual understanding in delivering environmental communication message.

**Keywords** : Waste Cooking Oil, Community Empowerment, Environmental Communication Message.

#### **Abstrak**

Penanggulangan masalah lingkungan hidup tidak terlepas dari peran komunikasi. Hal ini dikarenakan permasalahan lingkungan erat kaitannya dengan pemahaman masalah lingkungan yang berujung pada efek pesan yaitu, perubahan perilaku. Pesan lingkungan yang berdampak pada perilaku ini dipraktikkan oleh Bank Sekar Sejagad 88, Kota Semarang dalam menanggulangi masalah limbah minyak jelantah. Berlimpahnya minyak jelantah (limbah Non B3) di masyarakat Indonesia menimbulkan isu lingkungan baru dan berdampak negatif baik bagi kesehatan maupun lingkungan. Hal dikarenakan minyak jelantah tidak dapat dibuang secara langsung di perairan maupun tanah tanpa pengolahan, dan juga tidak bisa disatukan dengan tumpukan sampah lainnya. Namun belum banyak masyarakat yang mengerti cara pembuangan dan pengolahan minyak jelantah yang tepat. Bank Jelantah Sekar Sejagad 88 mempraktekan komunikasi lingkungan untuk menyampaikan pesan cara pengolahan limbah minyak jelantah yang diubah bernilai ekonomi. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif dengan hasil bahwa penyampaian pesan komunikasi lingkungan melalui pendekatan sosial-budaya masyarakat target sasaran yaitu perempuan

yang telah berkeluarga. Berdasarkan penelitian, pendekatan sosial-budaya target sasaran terdapat dua karakter pokok target sasaran yaitu kebersamaan dan suka bersosialisasi yang mana di dalam kebersamaan disitulah sarana penyebaran informasi sehari-hari. Karakter kedua yaitu kepercayaan terbangun melalui informasi yang valid dengan dukungan pemerintah daerah setempat. Berdasarkan karakteristik tersebut terdapat strategi penyampaian pesan yaitu dengan “*Ngobrol Jelantah*”, *Gethok Tular*, dan konsep *top-down*. Dengan strategi ini dapat meningkatkan kesadaran target sasaran yang dibuktikan dengan kenaikan jumlah anggota Bank Jelantah. Berdasarkan pembahasan, menunjukkan bahwa keterlibatan target sasaran dalam pemberdayaan masyarakat merupakan langkah yang tepat dalam membangun kesamaan pemahaman (*mutual understanding*) dalam penyampaian pesan komunikasi lingkungan.

**Kata Kunci** : Minyak Jelantah, Pemberdayaan Masyarakat, Pesan Komunikasi Lingkungan.

## PENDAHULUAN

Indonesia kaya akan ragam kuliner di setiap daerahnya terutama di daerah Provinsi Jawa Tengah. Kuliner Indonesia didominasi dengan olahan gorengan. Baik dari tingkat rumah tangga hingga UMKM mengolah makanan dengan cara menggoreng. Dengan begitu, minyak goreng menjadi kebutuhan yang penting. Minyak goreng merupakan minyak yang berasal dari lemak tumbuhan dan hewan yang dimurnikan dan berbentuk cair untuk menggoreng bahan makanan. Fungsi dari minyak goreng ini sebagai pengantar panas, dan memberikan rasa gurih, serta penambah kalori pada bahan makanan. Dalam mengolah makanan, minyak goreng tidak akan habis dan pasti meninggalkan sisa minyak yang sudah terpakai berulang-ulang hingga 3-4 kali penggorengan (Naomi dkk, 2013), sering disebut minyak jelantah atau *waste cooking oil* (WCO) (Man dkk, 2010). Dilansir dari Kompas.id, produksi minyak Jelantah Indonesia diperkirakan mencapai 2-3 juta ton setahun (Kompas.id, 2020).

Dengan permasalahan minyak jelantah ini menjadi permasalahan lingkungan yang penangannya tidak terlepas dari peran ilmu komunikasi. Kesamaan pemahaman melalui komunikasi dapat digunakan dalam penerapan komunikasi lingkungan (Yenrizal, 2017). Pesan dalam komunikasi dapat digunakan dalam konteks lingkungan seperti pada penelitian (Hadiprashada & Budiman, 2019) yang melihat melalui pesan two way asymmetrical dalam proses penyampaian pesan. Dalam proses telaah pesan, nilai-nilai budaya masyarakat dapat mempengaruhi proses pembentukan pesan dan pemaknaan simbolik dalam kearifan komunikasi dalam lingkungan masyarakat. Melalui pesan lingkungan juga dapat menimbulkan rasa memiliki dalam masyarakat untuk turut menjaga lingkungan (Herutomo & S. Bakti Isityanto, 2021). Maka dari itu sentuhan komunikasi sangat diperlukan dalam penanggulangan permasalahan lingkungan terutama pada kasus penanggulangan minyak jelantah ini.

Minyak jelantah ini akan mengalami perubahan sifat fisika-kimia (Susanti & Priamsari, 2019) karena akan mempengaruhi perubahan viskositas yang berbahaya bagi kesehatan tubuh khususnya untuk tekanan darah dan kolesterol. (Kemkes.go.id, 2022). Dengan tingkat perekonomian masyarakat yang berbeda, penggunaan minyak goreng pun berbeda. Perubahan fisika (penurunan kualitas) pada minyak goreng ditandai dengan perubahan warna menjadi gelap dan aroma menjadi kurang enak, sedangkan perubahan kimia ditandai dengan adanya proses hidrolisis, oksidasi, polimerisasi, dan reaksi pencoklatan yang disebabkan karena pemanasan pada suhu tinggi. Proses oksidasi dan polimerisasi dapat merusak sebagian vitamin dan asam lemak esensial yang terdapat dalam minyak sehingga memberikan dampak yang berbahaya bagi

kesehatan yang dapat mengakibatkan keracunan dalam tubuh dan berebaga penyakit, seperti diare, pengendapan lemak dalam pembuluh darah, dan kanker, (Ketaren, 1986) (Susanti & Priamsari, 2019).

Selain isu kesehatan, minyak jelantah menimbulkan isu lain yaitu isu lingkungan. Pasalnya minyak jelantah ini merupakan limbah cair non B3 berasal dari rumah tangga yang tidak dapat digabungkan dengan limbah rumah tangga lainnya (Syafitri & dkk, 2023). Dianggap tidak memiliki nilai ekonomis, minyak jelantah sering dibuang begitu saja bersama sampah lainnya tanpa adanya pengolahan (Susanti & Priamsari, 2019). Namun, pengolahan menjadi kurang efektif jika tercampur dengan sampah rumah tangga lainnya (Syafitri & dkk, 2023). Sampai saat ini belum banyak masyarakat yang memahami bagaimana cara membuang minyak jelantahnya.

Minyak jelantah tidak bisa dibuang di perairan karena dapat menutup perairan air dengan lapisan minyak sehingga menutup masuknya sinar matahari sehingga dapat meningkatnya kadar *Chemical Oxygen Demind* (COD) serta *Biological Oxygen Demind* (BOD) yang dapat mengganggu kehidupan ekosistem perairan (Haryono dkk, 2010). Minyak jelantah tidak bisa juga dibuang ke tanah langsung karena dapat mempengaruhi kesuburan tanah dan kandungan mineral dalam air bersih (Mardiana & dkk, Pemanfaatan Limbah Rumah Tangga Minyak Jelantah dengan Ekstrak Jeruk dalam Perspektif Komunikasi Lingkungan di Kelurahan Kaligandu , 2020).

Pengolahan minyak jelantah yang baik akan menambah nilai ekonomi dari limbah rumah tangga ini. Dibalik limbah yang selama ini tidak kita sadari bahwa minyak jelantah dapat diolah menjadi berbagai bentuk. Berdasarkan hasil penelitian, minyak jelantah memiliki nilai lebih dengan mengubahnya untuk penambahan nilai, diantaranya bahan bakar bio solar (Chrysiou dkk, 2019), bio lubricant (Karmakar dkk, 2017), bahan makanan hewan (Mangriya dkk, 2012), dan juga sebagai bahan lilin, sabun cair, sabun mandi, dan lilin (Nane dkk, 2016). Pembuatan sabun (Wardhani, Setyaningsih , & Widyaningrum, 2022).

Dengan begitu pengolahan minyak jelantah ini dapat membantu menjaga keseimbangan lingkungan dan juga memberikan nilai ekonomis pada minyak jelantah. Belum banyak masyarakat yang memahami hal ini sehingga perlu ada komunikasi kepada masyarakat terkait dengan pengolahan serta dampak minyak jelantah terhadap lingkungan dan kesehatan. Masyarakat bisa mengolah secara langsung atau menjualnya kepada pihak-pihak yang menampung minyak jelantah untuk diolah seperti perusahaan eskportir minyak jelantah, pengepul atau bank jelantah seperti Bank Jelantah Sekar Sejagad 88 di Kota Semarang.

Melalui Bank Jelantah Sekar Sejagad 88, minyak jelantah memiliki nilai beli yang menguntungkan membantu untuk mengurangi pencemaran minyak jelantah di lingkungan. Sekar Sejagad 88 pun ikut turun tangan langsung dalam mengkomunikasikan isu lingkungan ini kepada masyarakat. Secara bertahap, Bank Jelantah Sekar Sejagad 88 ini menjadi pionir Bank Jelantah di Kota Semarang dan berhasil mengkomunikasikan pengolahan minyak jelantah kepada skala rumah tangga hingga UMKM di area Kota Semarang dan sekitarnya. Cara komunikasi lingkungan yang dilakukan oleh Sekar Sejagad 88 ini dengan pendekatan sosio kultural yang sangat dekat dengan masyarakat. Berdasarkan kondisi ini, tulisan ini membahas terkait dengan pendekatan sosio kultural Sekar Sejagad 88 dalam komunikasi lingkungan pengolahan limbah minyak jelantah di Kota Semarang dan sekitarnya.

## METODE PENELITIAN

Penelitian merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan objek penelitian Bank Jelantah Sekar Sejagad 88, Kota Semarang. Pemilihan objek penelitian Bank Jelantah Sekar Sejagad 88 ini dikarenakan Bank Jelantah Sekar Sejagad 88 merupakan pionir Bank Jelantah di Kota Semarang dengan perkembangan yang baik. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan dokumentasi dari pihak yang berkaitan dengan kegiatan Bank Jelantah Sekar Sejagad 88. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan triangulasi data kemudian analisa mencakup reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, kemudian disajikan dalam bentuk deskriptif.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

6 Komunikasi lingkungan adalah penggunaan pendekatan, prinsip, strategi dan teknik-teknik komunikasi untuk pengelolaan dan perlindungan lingkungan (Flor & Cangara, 2018). Keberhasilan komunikasi menekankan pada kedua arah, berdasarkan Kincaid (1979) dalam (Yenrizal, 2017) bahwa komunikasi mengambil model konvergensi dalam komunikasi. Dalam model ini komunikasi digambarkan lebih interaktif dan bersifat seperti siklus dengan posisi yang sejajar antara sumber dan penerima. Sasaran utama model ini adalah kesamaan pemahaman (*mutual understanding*). Berdasarkan penjelasan ini komunikasi lingkungan dalam prakteknya tidak hanya sebagai alat atau 7 berorientasi pada media (media-sentris), tetapi komunikasi harus membangkitkan partisipasi masyarakat yang lebih besar (Flor & Cangara, 2018).

Komunikasi lingkungan diterapkan oleh pihak maupun organisasi yang ingin memberikan edukasi terkait lingkungan dengan komunikasi. Oravec dan Klurke dalam 4 Mardiana & dkk, Pemanfaatan Limbah Rumah Tangga Minyak Jelantah dengan Ekstrak Jeruk dalam Perspektif Komunikasi Lingkungan di Kelurahan Kaligandu , 2020) 3 mengemukakan bahwa komunikasi lingkungan merupakan studi tentang cara pandang manusia dalam melihat, mengetahui, dan membangun secara sosial budaya terhadap alam sekitarnya, dengan menggunakan bahasa dan simbol-simbol tertentu, sebagai bahan dalam bertindak dan menuntun perilaku manusia terhadap lingkungannya. Model konvergensi dalam komunikasi lingkungan ini tepat digunakan dalam komunikasi lingkungan karena, dianggap lebih sensitive terhadap budaya dengan konsep perbaduan antara totalitas dan pengalaman yang dinamis (Yenrizal, 2017).

Salah satu praktek komunikasi lingkungan juga dilakukan oleh Bank Jelantah Sekar Sejagad 88 yang melakukan komunikasi lingkungan dalam upaya mengurangi limbah minyak jelantah di Tengah masyarakat. Bank Jelantah Sekar Sejagad 88 melakukan bentuk komunikasi lingkungan dengan bentuk edukasi kepada masyarakat, terkhususnya dengan target sasaran ibu rumah tangga dan UMKM. Model kesamaan pemahaman (*mutual understanding*) dibangun oleh Bank Jelantah Sekar Jelantah 88 dalam proses komunikasinya.

Dengan pendekatan sosial-budaya dengan melihat karakteristik target sasaran komunikasi, Bank Jelantah Sekar Sejagad 88 membangun kesamaan pemahan (*mutual understanding*) melalui pemberdayaan masyarakat. Program Bank Jelantah Sekar Sejagad 88 dapat membangun pemahaman akan dampak negatif minyak jelantah dan mengubah perilaku masyarakat dari yang semula membuang jelantah begitu saja menjadi pemanfaatan jelantah menjadi sesuatu yang bernilai karena dapat ditukarkan dengan rupiah. Masyarakat dapat diuntungkan dan dampak

jelantah terhadap lingkungan dapat diminimalisir melalui program pengumpulan jelantah ke dalam bank jelantah ini.

Bank Jelantah Sekar Sejadad 88 membangun usaha dengan semangat pemberdayaan masyarakat dengan turut menjaga lingkungan. Minyak Jelantah yang dikenal sebagai limbah non B3 yang berasal dari sehari-hari kita hasilkan pada tingkat yang paling rendah yaitu tingkat rumah tangga. Pemberdayaan masyarakat terutama ibu rumah tangga ini berupa penukaran minyak jelantah rumah tangga dengan nilai rupiah. Sebelumnya ibu rumah tangga membuang limbah minyak jelantah begitu saja, namun Bank Jelantah Sekar Sejadad mengajarkan para ibu rumah tangga mengumpulkan minyak jelantahnya untuk dijual atau ditabung di bank jelantah.

Konsep Bank Jelantah berbeda dengan pengepul minyak jelantah. Pengepul minyak jelantah membeli minyak jelantah dalam jumlah yang banyak minimal 100 liter dengan harga Rp 3000,00 perliternya. Pengepul akan mengambil minyak jelantah ketika jumlahnya banyak, karena pengepul berbasis pada untung dan rugi, sedangkan bank jelantah berbasis pada konsep menabung. Bank Jelantah Sekar Sejadad 88, menerapkan konsep menabung pada anggotanya. Seperti istilah yang kita kenal pada konsep menabung yaitu “sedikit-sedikit menjadi bukit”, konsep ini jugalah yang diterapkan pada Bank Sekar Sejadad 88.

Batas minimal penjualan tidak diberlakukan pada anggota yang akan menukarkan minyak jelantahnya di Bank Jelantah Sekar Sejadad. Harga beli yang diterapkan di atas pengepul yaitu Rp 8.500,00 perliternya. Seberapapun jumlah minyak jelantah yang akan dibawa anggota akan diterima, selain itu Bank Sekar Sejadad memberikan layanan jemput tanpa batas minimal bagi anggotanya. Paguyuban bank jelantah memberlakukan satu harga. Untuk menjadi anggota tidak ada syarat khusus, tanpa batas domisili hanya saja terbatas pada batasan penjemputan yaitu pada Kota Semarang dan sekitarnya seperti Demak, Kudus sesuai dengan jadwal pengambilan. Dimulai pada tahun 2020 sampai tahun 2023 ini jumlah anggota meningkat dengan pesat dengan jangkauan yang lebih luas. Hal ini merupakan hasil dari komunikasi yang dilakukan oleh pengurus Bank Jelantah Sekar Sejadad 88.

Pengembangan komunikasi lingkungan yang dilakukan oleh Bank Jelantah Sekar Sejadad 88 tidak hanya mensosialisasikan secara verbal akan dampak negatif minyak jelantah dan penjelasan bagaimana pengolahan jelantah. Bank Sekar Sejadad 88 mengkombinasikan pada sosialisasi permasalahan lingkungan yang diakibatkan oleh pembuangan limbah minyak jelantah sembarangan dengan solusi pemberdayaan masyarakat, yang mana itu dapat memberikan keuntungan bagi masyarakat dengan memberikan nilai pada limbah minyak jelantah.

Subejo dan Supriyanti (dalam Mardikanto dkk, 2017) memaknai pemberdayaan masyarakat sebagai Upaya yang disengaja untuk memfasilitasi masyarakat lokal dalam merencanakan, memutuskan, dan mengelola sumberdaya local yang dimiliki melalui *collective action* dan *networking*, sehingga pada akhirnya mereka memiliki kemampuan dan kemandirian secara ekonomi, ekologi, dan sosial. *Collective action* dan *networking* dilakukan dengan membangun jejaring ibu rumah tangga melalui organisasi PKK (Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga) yang beranggotakan ibu-ibu berkeluarga.

Pengurus Bank Jelantah Sekar Sejadad 88 memberlakukan pendekatan sosial-budaya dalam mengkomunikasikan Bank Jelantah pada masyarakat. Pendekatan sosial-budaya yang disesuaikan dengan karakteristik masyarakat Indonesia, diantaranya:

## 1. *Ngobrol Jelantah*

Konsep *Ngobrol Jelantah* ini menjadi andalan Bank Sekar Sejagad dalam mengkomunikasikan pengolahan limbah minyak jelantah kepada target sarannya. Target sasaran Bank Jelantah Sekar Sejagad 88 yaitu ibu-ibu rumah tangga baik yang bekerja maupun konsentrasi di rumah. Melihat karakteristik ibu-ibu Indonesia, suka untuk berbincang-bincang atau akrab disebut dengan “*Mengobrol*” atau sering disingkat “*Ngobrol*”. Hal ini dimanfaatkan oleh Bank Jelantah Sekar Sejagad 88 untuk mengkomunikasikan edukasi terkait dengan pengolahan minyak jelantah ini.

Bank Jelantah Sekar Sejagad 88 melakukan sosialisasi bahaya minyak jelantah dari sudut pandang kesehatan dan lingkungan, melalui berbagai acara dan masuk ke kelompok-kelompok masyarakat terutama kelompok PKK di daerah-daerah. Metode yang digunakan bukanlah berbentuk presentasi atau sosialisasi dengan materi yang sudah dicerna oleh target sasaran. Bank Jelantah Sekar Sejagad 88 melihat demografi target sasaran yang sedang dihadapi, tidak semua sama. Sebagian besar, Bank Sekar Sejagad ibu-ibu dengan latar belakang pendidikan dan pengalaman yang berbeda. Berdasarkan kondisi demografi ini, metode ceramah tanya jawab, presentasi atau pun sosialisasi visual seperti poster, spanduk, billboard tidak terlalu ditangkap oleh target sasaran.

Melihat karakter ibu-ibu secara umum yang senang untuk “*mengobrol*”, Bank Sekar Sejagad 88 menggunakan metode ini untuk mengkomunikasikan pengolahan minyak jelantah. Bank Sekar Sejagad 88 memanfaatkan pertemuan PKK untuk bertemu dengan target sasaran kemudian dalam penyampaian materi masuk dengan metode cerita (*sharing*) pengalaman pribadi secara santai. Proses berceria tidak langsung mengacu pada pengolahan atau ajakan menjadi anggota Bank Jelantah Sekar Sejagad 88, namun lebih kepada edukasi bahaya minyak jelantah bagi kesehatan dan lingkungan dibalut dengan cerita santai kejadian sehari-hari.

Metode cerita (*sharing*) dalam strategi “*Ngobrol Jelantah*” selain dapat menyampaikan pesan dengan dua arah. Dengan konsep “*ngobrol*” pertukaran pesan dapat terjadi dua arah, berbeda dengan ceramah atau pun konsep visual menggunakan media yang cenderung satu arah. Pertukaran pesan dua arah ini, dapat membuka kesempatan yang besar dalam membangun pertukaran pesan dua arah. Dengan konsep santai, duduk melingkar, penerima pesan tidak merasa canggung untuk menanggapi, bertanya, atau pun berbagi pengalaman pribadinya. Pertukaran komunikasi dua arah ini, penerima pesan dapat menggali informasi-informasi terkait pesan lingkungan lebih banyak. Dengan begitu, kesamaan pemahaman (*mutual understanding*) dapat terbentuk sama di kedua belah penerima dan sumber pesan.

Melalui “*Ngobrol Jelantah*” selain pada pembangunan kesamaan pemahaman (*mutual understanding*), melalui “*ngobrol*” juga dapat membangun jejaring (*networking*). Hal ini terlihat Bank Jelantah Sekar Sejagad 88 dalam membagikan pesan kepada beberapa kelompok PKK melalui “*Ngobrol Jelantah*”, terbentuklah pos-pos pengumpulan minyak jelantah. Peran serta masyarakat berada pada ujung tombak pembangkitan kemandirian dan proses pemberdayaan itu sendiri. (Rianto, Wildanu, & Afnan, 2020). Peran serta anggota PKK sudah dalam mengumpulkan minyak jelantah ke Bank Jelantah Sekar Sejagad 88 merupakan langkah yang baik, namun peran serta dapat lebih berkembang lagi dengan adanya perluasan pos pengumpulan minyak jelantah yang dibantu oleh kelompok PKK melalui pokjaa (Pokok Kerja) 3 dalam bidang lingkungan hidup.

Dari penjelasan bahaya kesehatan dan lingkungan, kemudian menceritakan terkait dengan nilai tambah ekonomi dengan konsep menabung untuk ibu rumah tangga. Keuntungan yang didapatkan dapat kembali untuk membantu memenuhi kebutuhan sehari-hari, hal ini menjadi menarik bagi target sasaran. Pendekatan komunikasi dilakukan oleh pengelola Bank Sekar Sejagad 88 adalah mendekati dengan hati sebagai sesama ibu rumah tangga dan dengan jiwa sosial yang dikemas dengan santai, melalui pemberdayaan masyarakat.

## **2. Gethok Tular**

Selain melakukan pendekatan “Ngobrol Jelantah”, Bank Sekar Sejagad 88 menggunakan pendekatan *Gethok Tular* melihat karakter dan budaya masyarakat. *Gethok Tular* merupakan istilah Bahasa Jawa menurut Kamus Bahasa Jawa Indonesia, Balai Bahasa DIY yang berarti “dari mulut ke mulut” dengan konteks penyebaran berita. Penyebaran informasi dari mulut ke mulut sering kita dengar dengan istilah *word of mouth* (WOM), namun dengan kebiasaan masyarakat sering disebut dengan *gethok tular*.

Pendekatan *gethok tular* ini digunakan Bank Jelantah Sekar Sejagad untuk menyebarkan pesan komunikasi lingkungan terkait dengan minyak jelantah dan Bank Jelantah. Dalam pendekatan *gethok tular*, lingkup target sasaran Bank Jelantah lebih luas dari pendekatan “Ngobrol Jelantah”. Target sasaran tidak hanya kepada ibu-ibu rumah tangga usia produktif dan tidak hanya pada kepada ibu-ibu namun juga disampaikan melalui kegiatan kelurahan yang dihadiri tidak hanya oleh target sasaran. Dengan luasnya jangkauan penyebaran pesan komunikasi lingkungan ini, diharapkan para penerima pesan akan membagikan pesan yang didapatkan kepada orang terdekat mereka.

Selain penyampaian pesan secara langsung, pembagian *gethok tular* ini dilakukan melalui media sosial yang dikelola oleh Bank Sekar Sejagad 88 yaitu melalui media sosial Facebook, TikTok, dan Instagram. Pesan yang disampaikan pada media sosial menceritakan kegiatan Bank Jelantah Sekar Sejagad 88 dengan menyertakan *hashtag* yang menjadi selogannya yaitu #Jelantahberhargamasyarakat Sejahtera. Penggunaan selogan ini, bertujuan untuk menyampaikan pesan bahwa minyak jelantah yang biasa dianggap remeh dan tidak berharga dapat bernilai jual tinggi dan dapat menyejahterakan masyarakat.

Selain media sosial resmi Bank Jelantah Sekar Sejagad 88, penyebaran pesan juga dilakukan oleh para pengelola pada media sosial pribadi. Bank Sekar Sejagad 88 memberikan informasi yang bersifat edukasi dibandingkan promosi, karena dipahami oleh Bank Sekar Sejagad 88 bahwa yang menjadi tujuan utama adalah menyampaikan pesan lingkungan, karena masyarakat memiliki hak untuk memilih cara pengolahan minyak jelantah dan dapat menjual minyak jelantah ke pihak pilihan masyarakat.

## **3. Top-down**

Karakteristik masyarakat yang ditangkap oleh pengelola Bank Jelantah Sekar Sejagad 88 adalah masyarakat masih percaya dengan instruksi dan legalitas pemerintah setempat. Terutama karakter masyarakat dalam jangkauan Bank Jelantah Sekar Sejagad 88 yang percaya dan mengikuti arahan pemerintah daerah setempat baik itu dari tingkat kelurahan hingga tingkat daerah. Melihat karakteristik ini, sebelum pengelola Bank Jelantah Sekar Sejagad 88 menyadari bahwa sebelum turun menyampaikan pesan kepada masyarakat perlu ada legalitas dan ijin dari

pemerintah setempat terlebih dulu. Hal ini diperuntukan meminta ijin dan dukungan pemerintah setempat dalam mengkomunikasikan isu lingkungan ini, sehingga pendekatan *top-down* ini diterapkan.

Konsep *top-down* disesuaikan dengan target sasaran dan isu yang dibawa oleh Bank Sekar Jelantah 88. Isu lingkungan dengan target perempuan yang berkeluarga yang masih aktif mengolah makanan menggunakan minyak goreng, dan di berdomisili Kota Semarang dan sekitarnya. Dengan begitu, konsep *top-down* dimulai dengan membawa isu lingkungan tingkat pemerintahan daerah yaitu Dinas Lingkungan Hidup Kota Semarang sedangkan untuk menysasar kepada target sasaran, Bank Jelantah Sekar Sejagad 88 meminta ijin dan dukungan ke PKK Kota Semarang. Dengan membawa ijin dan dukungan dari tingkat daerah Bank Sekar Sejagad melanjutkan pendekatan ke Kelurahan-kelurahan dilanjutkan ke kelompok PKK dalam tataran Rukun Warga (RW), hingga Rukun Tetangga (RT). Pesan lingkungan yang dibawa oleh Bank Sekar Sejagad 88 ini dapat disinergikan dengan penerapan tugas pokok PKK nomor 7 terkait dengan kesehatan dan nomor 9 yang kerkaitan dengan kelestarian lingkungan.

Ijin dan dukungan yang didapatkan Bank Sekar Sejagad 88 ini menjadi jalan masuk untuk membuka jaringan sampai pada kelompok masyarakat yang terkecil, dan sekaligus menjadi penguat dalam penyampaian pesan kepada target sasaran dengan karakteristik yang dimiliki yaitu adanya kepercayaan kepada perpanjangan pemerintah dalam menyampaikan pesan lingkungan ini.

## KESIMPULAN

Karakter sosial-budaya masyarakat menjadi pertimbangan Bank Jelantah Sekar Sejagad dalam penyampaian pesan komunikasi lingkungan target sasaran yaitu perempuan yang telah berkeluarga. Metode penyampaian pesan secara garis besar mengambil strategi "*Ngobrol Jelantah*", *Gethok Tular*, dan *top-down*. Hal ini ditentukan karena melihat karakter sosial-budaya target sasaran yang sangat menjunjung kekeluargaan dan suka bersosialiassi, dan penyebaran informasi sehari-hari, dan mengambil kepercayaan masyarakat melalui informasi yang valid dengan dukungan pemerintah daerah setempat. Berdasarkan penelitian, terlihat bahwa mengikutsertakan target sasaran melalui pemberdayaan masyarakat menjadi langkah yang tepat dalam membangun kesamaan pemahaman (*mutual understanding*) dalam penyampaian pesan komunikasi lingkungan ini. Dengan prespektif sosial budaya dapat diterapkan untuk meningkatkan pemahaman target sasaran karena pesan yang disampaikan dekat dengan target sasaran.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak yang membantu dalam penelitian ini terutama Pengelola Bank Sekar Sejagad 88, Kota Semarang yang memberikan kesempatan penelitian untuk mengetahui lebih banyak terkait Bank Jelantah. Penulis juga berterima kasih kepada para anggota Bank Jelantah Sekar Sejagad 88 atas partisipasinya dalam memperkaya informasi dalam penulisan artikel ini. Terima kasih juga penulis sampaikan kepada Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Katholik Soegijapranata yang telah mendukung dalam proses penelitian ini.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Flor, A. G., & Cangara, H. (2018). *Komunikasi Lingkungan Penanganan Kasus-kasus Lingkungan Melalui Strategi Komunikasi*. Jakarta: Prenadamedia Group .
- Hadiprashada, D., & Budiman, D. A. (2019). Komunikasi Lingkungan dalam Budaya Masyarakat (Analisis Model Pesan Two Way Asymmetrical pada Lembaga Adat). *Jurnal Komunikasi Vol 11 No 2*, 2013-222.
- Herutomo, C., & S. Bektu Isityanto. (2021). Komunikasi Lingkungan dalam Mengembangkan Kelestarian Hutan. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Vol 20 No 1*, 1-13.
- Laksono, P. J. (2020). Pemanfaatan Limbah Minyak Goreng sebagai Sabun Cuci Rumah Tangga di Lempuing Jaya . *Sarwahita: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Vol 17 No 1* , 49-57.
- Mardiana, S., & dkk. (2020). Pemanfaatan Limbah Rumah Tangga Minyak Jelantah dengan Ekstrak Jeruk dalam Perspektif Komunikasi Lingkungan di Kelurahan Kaligandu. *Jurnal SOLMA Vol 09 No 1*, 92-101.
- Mardiana, S., & dkk. (2020). Pemanfaatan Limbah Rumah Tangga Minyak Jelantah dengan Ekstrak Jeruk dalam Perspektif Komunikasi Lingkungan di Kelurahan Kaligandu . *Jurnal SOLMA Vol. 09, No 1* , 92-101.
- Perdana, B. E. (2021). Circular Economy of Used Cooking Oil in Indonesia: Current Practices and Development in Special Region of Yogyakarta. *Journal of World Trade Studies* , 28-39.
- Rahmanulloh, A. (2020). *Oilseeds and Products Annual Report* . Jakarta: United States Departement of Agriculture .
- Rianto, A., Wildanu, E., & Afnan, D. (2020). Pengelolaan Pemerintah Desa Melalui Pendekatan Sosiokultural Program Pemberdayaan Masyarakat . *Jurnal An-Nida, Vol 12, No.1* , 43-52.
- Sarwidaningrum, I., Yogatama, K. B., & Rahayu, Y. K. (2020 ). *Jelantah yang Melimpah, tapi Minim Aturan*. Jakarta: Kompas.id.
- Susanti, M. M., & Priamsari, M. R. (2019). Pemberdayaan Ibu-Ibu PKK Pengolahan Limbah Minyak Goreng Bekas Menjadi Sabun Cair di Desa Sidorejo Kabupaten Semarang. *Indonesian Journal of Community Services Volume 1 No 1*, 48-61.
- Syafitri, S., & dkk. (2023). Komunikasi Lingkungan Dalam Proses Difusi Inovasi Program Bank Jelantah di Kota Pekanbaru. *Jurnal Ilmu Lingkungan Vol17, No 2*, 215-223.
- Wardhani, D. P., Setyaningsih , E., & Widyaningrum, P. W. (2022). Pengolahan Limbah Minyak Jelantah Menjadi Sabun pada Karang Taruna Bakti Manunggal. *Jurnal ABDIMASA Pengabdian Masyarakat Volume 5 No 1*, 94-99.
- Yenrizal. (2017). *Lestarian Bumi dengan Komunikasi Lingkungan* . Yogyakarta: Penerbit Deepublish .
- Yuarini, D. A., G. P., & dkk. (2021). Production and added value of waste cooking Oil Product Derivatives in The Bali Province. *Advances in Food Science, Sustainable Agriculture and Agroindustrial Engineering*, 56-62.

## ● 6% Overall Similarity

Top sources found in the following databases:

- 6% Internet database
- 4% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 4% Submitted Works database

### TOP SOURCES

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1	<b>core.ac.uk</b> Internet	2%
2	<b>ejournal.unisnu.ac.id</b> Internet	1%
3	<b>journal.uhamka.ac.id</b> Internet	1%
4	<b>trijurnal.lemlit.trisakti.ac.id</b> Internet	<1%
5	<b>ejurnal.stmik-budidarma.ac.id</b> Internet	<1%
6	<b>e-jurnal.lppmunsera.org</b> Internet	<1%
7	<b>repository.usahid.ac.id</b> Internet	<1%