

BAB III

SAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. SAJIAN DATA

Pada bab tiga ini peneliti akan menguraikan hasil penguraian yang telah dilakukan selama penelitian dengan menjabarkan hasil wawancara mendalam dan juga dokumentasi yang telah peneliti lakukan di Badan Lingkungan Hidup Daerah Istimewa Yogyakarta (BLH DIY). Data yang peneliti dapatkan berasal dari hasil wawancara mendalam dengan pihak-pihak yang terlibat dan juga dokumentasi dalam Program Merti Kali.

Pada bab ini dikemukakan tentang penyajian data dan analisis data mengenai *social marketing* Badan Lingkungan Hidup Daerah Istimewa Yogyakarta (BLH DIY) dalam Program Merti Kali di Sungai Winongo pada Periode 2017.

1. Latar Belakang Program Merti Kali

Pembangunan yang semakin meningkat di setiap tahunnya membawa dampak langsung terhadap kehidupan masyarakat. Dampak yang timbul berupa dampak positif dan juga negatif. Salah satu contoh dari adanya pembangunan yang meningkat adalah kemajuan teknologi yang dapat diterima masyarakat di segala lapisan, sebagaimana contoh adanya alat telekomunikasi yang canggih, dimana adanya telekomunikasi yang canggih dapat menggeser kebiasaan perkumpulan dalam masyarakat sehingga tidak lagi mementingkan pertemuan (silaturahmi) dan lambat laun budaya guyub menjadi luntur.

Hal lain dari kemajuan teknologi adalah penggunaan kemasan makanan yang serba praktis, indah dan tidak merepotkan, yang dapat memberikan dampak langsung yaitu berupa timbunan sampah seperti plastik dan sterofoam. Kondisi tersebut dapat menyebabkan penurunan kualitas lingkungan karena sampah tersebut tidak dapat terdegradasi di alam. Sementara kesadaran masyarakat untuk mengelola sampah mandiri belum merata dan masih membuang di sembarang tempat termasuk sungai yang akhirnya sebagai tempat pembuangan.

Melihat kenyataan tersebut, maka di rasakan perlu untuk menumbuhkan kembali budaya peduli sesama serta menumpuk kebersamaan dan kesadaran di masyarakat. Khususnya penyadaran untuk tidak membuang sampah di tempat sembarangan terlebih sungai yang menjadi penyokong kehidupan masyarakat.

Sehubungan dengan al tersebut, melalui kegiatan “Pengembangan Kearifan Lokal Lingkungan Hidup dalam Mendukung Pembangunan Berkelanjutan”. Badan Lingkungan Hidup DIY beerupaya melestarikan budaya tersebut dalam wujud “Merti Kali”. Kegiatan merti kali adalah upaya untuk menjaga dan memelihara kelestarian sungai dengan cara membersihkan sungai yang dilakukan oleh warga sekitar sungai. Harapan ke depan bahwa sungai menjadi bersih, kualitas air meningkat, sehingga masyarakat dapat memperoleh manfaat dari meningkatnya kualitas air sungai.

2. Tujuan dan Sasaran Program Merti Kali

Tujuannya :

1. Menggali, mengembangkan dan melaksanakan budaya lokal “Merti Kali” dalam rangka menjaga kelestarian hidup.
2. Menumbuhkan kembali budaya lokal berupa kebersamaan dalam melakukan kegiatan.

Sasaran :

Untuk mencapai tujuan tersebut yaitu dengan melakukan kegiatan pembersihan sungai di 5 (lima) sungai diantaranya (Sungai Gajahwong, Sungai Code, Sungai Winongo, Sungai Bedog dan Sungai Kuning)

3. Elemen-elemen *Social marketing*

Dalam tahapan ini, Badan Lingkungan Hidup Daerah Istimewa Yogyakarta (BLH DIY) melakukan *social marketing* dengan cara mengidentifikasi elemen-elemen dalam bauran *social marketing* untuk mencapai tujuan dari target adopter. Elemen-elemen tersebut dikenal sebagai 6P (*Product, Price, Place, Promotion, Partnership, dan Policy*)

Adapun penjelasan tentang masing-masing aspek *socialmarketingmix* yang telah ditetapkan oleh pihak Badan Lingkungan Hidup DIY adalah sebagai berikut :

1) Product (Produk)

Dalam hal ini, produk yang dimiliki oleh Badan Lingkungan Hidup DIY adalah berupa pesan, gagasan atau ide sosial yang diharapkan dapat merubah perilaku masyarakat. Perilaku yang ditawarkan oleh masyarakat tersebut yaitu adanya kesadaran masyarakat untuk melakukan pembersihan sungai yang dapat membuat kehidupan menjadi lebih baik dan juga tanpa adanya program dari Badan Lingkungan Hidup DIY masyarakat tetap melakukan kegiatan pembersihan sungai secara berkelanjutan dengan sendirinya.

Adanya perubahan perilaku yang diinginkan oleh Badan Lingkungan Hidup DIY terhadap masyarakat sekitar sungai sudah terealisasikan, salah satunya Surtini warga yang rumahnya dekat dengan Sungai Winongo, Kecamatan Tegalrejo pada 20 Maret 2019 mengatakan bahwa :

“Masyarakat di sini sudah tidak pernah membuang sampah di sekitar sungai, selain adanya program dari BLH DIY juga kita melakukan kegiatan bersih-bersih di sekitar sungai dari kegiatan itu dari Kelurahan. Pembersihan sekitar 3 jaman”

Penentuan produk sosial ini tentu bukan tanpa alasan, Badan Lingkungan Hidup DIY menetapkan produk sosial ini karena memang kondisi sungai saat ini sudah tercemar oleh aktivitas manusia sehingga pencemaran yang terjadi beberapa titik cukup besar. Kondisi ini menyebabkan sungai menjadi keruh dan masih banyaknya sampah berupa plastik dan kain serta dedaunan yang

berasal dari pohon di sekitar sungai. Tujuan dari Program Merti Kali ini Eni Yuniarti S.T, M. Eng. dari hasil wawancara pada 4 Februari 2019, mengatakan bahwa:

“Untuk menumbuhkan rasa peduli terhadap sungai yang ada di DIY. Kepedulian ini diharapkan dapat tumbuh di semua elemen mulai dari masyarakat, instansi pemerintahan, akademisi, pelajar atau mahasiswa, maupun para pengusaha secara berkelanjutan.”

Adanya tujuan yang berkelanjutan ini pula agar dapat sesuai dengan tujuan awal dari instansi mereka yaitu dari hasil wawancara dengan Eni Yuniarti S.T, M. Eng. Sub Bidang Pengendalian Pencemaran Air, Tanah dan B3 pada tanggal 4 Februari 2019, mengatakan bahwa :

“Nantinya dapat termanifestasikan dalam aksi nyata melakukan tindakan untuk menjaga kebersihan sungai. Selain itu juga untuk mendukung upaya penurunan parameter salah satunya bakteri koli, agar masyarakat tau di pinggir sungai masih banyak sampah dan limbah-limbah dari saptic tank”

Dari hasil wawancara tersebut terdapat produk sosial yang dimiliki oleh Badan Lingkungan Hidup DIY diantaranya adalah: *core product* (keuntungan dari perilaku) yang ditawarkan (1) dengan mengikuti Program Merti Kali, maka lingkungan sungai akan terjaga dan dapat mengurangi tingkat pencemaran sungai. (2) dengan membersihkan lingkungan sungai, dapat meningkatkan kualitas air sungai menjadi lebih baik. Lalu *actual product* (perilaku itu sendiri) dari produk sosial tersebut adalah *tagline* “Menggali Budaya Menjaga Semesta” itu sendiri, maksud dari

tagline tersebut adalah kita dapat mengenal perbedaan budaya yang terdapat di setiap wilayah sekaligus untuk bagaimana kita dapat menjaga kebersihan sungai sebagai kelestarian sungai. Terakhir adalah *augmented product* (produk dan jasa pendukung dari perilaku yang ditawarkan) yaitu proses pelaksanaan Program Merti Kali yang nantinya diberikan kepada target sasaran sebagai pendukung tercapainya tujuan diciptakannya produk sosial ini. Dalam hal ini Surtini sebagai salah satu warga Bumijo, Jetis, Yogyakarta, dalam wawancara pada 20 Maret 2019 mengatakan bahwa :

“fasilitas yang diberikan ada aarung tangan, masker, bagor, sepatu boots hanya beberapa yang tidak punya ya hanya pakai sandal saja”

Adapun dokumentasi saat perwakilan dari Badan Lingkungan Hidup DIY menyerahkan alat-alat untuk melangsungkan kegiatan kerja bakti Program Merti Kali kepada warga yang mengikuti kerja bakti tersebut, berikut merupakan dokumentasinya :



Gambar 3.1 Penyerahan alat Program Merti Kali kepada para warga

Sumber : Dokumentasi BLH DIY 2017

Dilaksanakannya Program Merti Kali ini juga memiliki pesan dari pihak Badan Lingkungan Hidup DIY, yaitu Sub Bidang Pengendalian Pencemaran Air, Tanah dan B3, Eni Yuniarti S.T, M. Eng. yang juga bertanggung jawab dalam Program Merti Kali hasil dari wawancara pada tanggal 4 Februari 2019 sebagai berikut:

“Jangan membuang sampah di sungai, bahwa sungai bukanlah tempat pembuangan sampah tetapi sebagai sumber air untuk kita, jadi jangan membuang limbah ke sungai dengan kondisi tidak terolah.”

Adanya Program Merti Kali ini seharusnya sangat membantu masyarakat dalam kehidupan dan dapat menjadi kehidupan lebih baik bagi masyarakat setempat, pesan yang sudah di sampaikan pun merupakan kegiatan yang sangat positif untuk di laksanakan. Dalam wawancara pada 12 Februari 2019 dengan Samsul RW di Kecamatan Tegalrejo yang berada di sekitar Sungai Winongo juga mengatakan bahwa :

“Untuk kebersihan sangat bermanfaat, tetapi karena masih banyak yang membuang sampah dari atas kampung kami yang terkena imbasnya.”

Menurut Samsul RW 03 yang rumahnya di sekitar Sungai Winongo, mengatakan bahwa masyarakat di kampungnya sudah menjaga dan membersihkan sungai akan tetapi masih banyaknya masyarakat yang rumahnya berada di atas sungai yang masih membuang sampah ke sungai dan mengakibatkan sampah menjadi

terbawa oleh air dan mengalir ke daerah sungai yang rendah dekat rumah warga yang sebelumnya sudah di bersihkan.

Adapun manfaat dan keuntungan untuk masyarakat dari program Merti Kali ini di ungkapkan oleh Eni Yuniarti S.T, M. Eng. Sub Bidang Pengendalian Pencemaran Air, Tanah dan B3 pada 19 Maret 2019 bahwa :

“Sungainya menjadi lebih bersih, tingkat kesehatan masyarakat meningkat dari segi *view* juga enak di lihat. Kan kalo ada sampah menyebabkan penyakit.”

Maka kegiatan Program Merti Kali ini merupakan kegiatan yang positif dan dapat di lakukan oleh seluruh masyarakat khususnya masyarakat sekitar sungai, agar terciptanya lingkungan yang lebih bersih sehat dan terhindar dari bahaya penyakit. Selain itu warga sekitar sungai sudah tidak ada lagi yang menjadikan Sungai sebagai MCK, hasil wawancara dengan Samsul RW di Kecamatan Tegalorejo yang berada di sekitar Sungai Winongo pada 29 Maret 2019, mengatakan bahwa :

“Oh sudah tidak, sekarang kan sudah ada MCK nya jadi tidak ada lagi yang menjadikan sungai sebagai MCK, sudah ada pengelolaan limbahnya juga”

Maka produk *social marketing* yang dilakukan oleh Badan Lingkungan Hidup DIY sudah terbukti dengan adanya perubahan perilaku target sarannya yang sudah tidak pernah untuk membuang sampah di sungai dan juga tidak menjadikan sungai sebagai tempat MCK (Mandi, Cuci, Kakus), karena sebagai

pendukung program juga sudah di bangun MCK (Mandi, Cuci, Kakus) untuk warga sekitar Sungai Winongo Kecamatan Tegalrejo.

2) *Price (harga)*

Dalam penetapan harga dalam *social marketing* disini merujuk pada biaya, waktu, resiko dan usaha yang dibutuhkan untuk mendapatkan hasil yang diinginkan. Pada kegiatan Program Merti Kali ini Badan Lingkungan Hidup melalui Bidang Pengendalian Pencemaran Air, Tanah dan B3 menyusun anggaran berkaitan dengan peningkatan kualitas air, Eni Yuniarti S.T, M. Eng. Sub Bidang Pengendalian Pencemaran Air, Tanah dan B3 pada 12 Januari 2018 mengetakan bahwa :

“Anggarannya sebenarnya untuk kegiatan Merti Kali ini kan sebetulnya tidak hanya membersihkan sungai saja, ada sosialisasi, ada publikasi juga, jadi kalau di tahun 2017 waktu itu sekitar Rp 1.000.000.000,00”

Selain itu adapun dana yang diberikan oleh forum pegiat sungai, seperti yang diungkapkan oleh Eni Yuniarti S.T, M. Eng. dari hasil wawancara pada 4 Februari 2019, mengatakan bahwa :

“Dana dari forum pegiat juga ada, misalnya seperti dana konsumsi misalnya ada kekurangan konsumsi saat kegiatan kerja bakti mereka memberikan tambahan dana untuk konsumsi”

Dengan itu, Hari, sebagai bendahara pengurus FKWA pada 27 Maret 2019, mengatakan bahwa :

“Kalau dana dari forum pegiat sungai ada, tetapi memang dana yang diberikan oleh BLH DIY lebih dominan”

Dana yang di keluarkan dari Badan Lingkungan Hidup DIY dalam melangsungkan kegiatan Program Merti Kali merupakan sumber dana dari Keistimewaan. Keistimewaan memberikan dana mulai tahun 2015 hingga 2017, sedangkan pada 2018 sumber dananya dari APBD (Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah). Hingga saat ini kegiatan kerja bakti Program Merti Kali masih berjalan akan tetapi karena sumber dana yang di dapat berbeda maka program tersebut berganti nama menjadi Pembersihan Sungai.

Sebelum adanya kegiatan kerja bakti Program Merti Kali yang dilakukan oleh warga di sekitar sungai, Badan Lingkungan Hidup DIY melakukan sosialisasi terlebih dahulu sebelum terjun ke lapangan, sosialisasi pada tahun 2017 dilakukan 3 (tiga) kali di masing-masing sungai yaitu Sungai Winongo, Sungai Gajahwong, Sungai Code, Sungai Kuning dan Sungai Bedog. Sampai dengan bulan November sosialisasi telah dilakukan sebanyak 15 kali. Kegiatan sosialisasi di hadiri oleh perwakilan dari Badan Lingkungan Hidup DIY, RT, RW, Kepala Dukuh, Koordinator setiap penggal dan pegiat-pegiat sungai seperti FKWA (Forum Komunikasi Winongo Asri) untuk Sungai Winongo, Forum Payung Hijau untuk Sungai Bedog, Forum Pemerti Code untuk Sungai Code, Forum Sungai Gajahwong untuk Sungai Gajahwong, Forum

Pelestari Kali Kuning untuk Sungai Kunng), berikut merupakan tabel pelaksanaan kegiatan sosialisasi pada tahun 2017 :

Tabel 3.1 Waktu Pelaksanaan Sosialisasi

No.	Tempat Pelaksanaan Sosialisasi	Hari, Tanggal	Waktu
1.	Barak Pengungsian Dusun Brayut Tanjung (Sungai Kuning)	13 April 2017	15.00 - selesai
2.	RM Muara Kapuas (Sungai Winongo)	14 April 2017	08.00 - selesai
3.	Rumah Kepala Dusun Ngentak Kadipuro, Sleman (Sungai Code)	14 April 2017	15.00 - selesai
4.	Kampung Flory (Sungai Bedog)	17 April 2017	12.30 - selesai
5.	Balai Desa Sinduharjo (Sungai Gajahwong)	18 April 2017	13.00 - selesai
6.	Sekretariat FKWA, Jalan Tentara Rakyat Mataram, Dusun Badran (Sungai Winongo)	14 Juli 2017	13.00 - selesai
7.	Kelurahan Banyuraden, Gamping (Sungai Bedog)	17 Juli 2017	09.00 - selesai
8.	Gedung Gotong Royong (Sungai Code)	17 Juli 2017	13.00 - selesai
9.	Balai Desa Sinduharjo (Sungai Gajahwong)	18 Juli 2017	13.00 - selesai
10.	Kantor Desa Wedomartani	18 Juli 2017	15.00 -

	(Sungai Kuning)		selesai
11.	Base Camp Susur Bedog Tubing Pendowoharjo (Sungai Bedog)	13 September 2017	13.00 – selesai
12.	Rumah Dukuh Jejeran 2, Desa Wonokromo (Sungai Code)	12 September 2015	15.00 - selesia
13.	Balai Desa Wirokerten (Sungai Gajahwong)	13 September 2017	09.00 - selesai
14.	Ruang Rapat Desa Tirtonirmolo, Kabupaten Bantul (Sungai Winongo)	14 September 2017	09.30 - selesai
15.	Kantor Desa Tegal Tirto (Sungai Kuning)	14 September 2017	15.00 - selesai

Sumber : Hasil Olah Data Peneliti

Sosialisasi ini dilakukan dua minggu sebelum dilaksanakan kegiatan kerja bakti Program Merti Kali, seperti yang di ungkapkan oleh Eni Yuniarti S.T, M. Eng., Sub Bidang Pengendalian Pencemaran Air, Tanah dan B3 pada 4 Februari 2019 bahwa :

“Dua minggu sebelumnya, dimana sosialisasi bisa dilakukan pada siang, sore atau malam hari. Pemilihan waktu tersebut karena dari target sasaran tidak tentu.”

Adanya ketidakpastian waktu kegiatan sosialisasi ini Eni Yuniarti S.T, M. Eng. sebagai Sub Bidang Pengendalian Pencemaran Air, Tanah dan B3 pada 4 Februari 2019 mengatakan bahwa :

“Misalnya saja warga di perkotaan, di mana mereka memiliki waktu bekerja sehingga sosialisasi dilakukan di luar jam kerja, untuk di desa mungkin karena banyaknya pekerja sebagai petani atau guru rata-rata mereka meminta sosialisasi diadakan sore atau malam hari.”

Tujuan dari diadakannya sosialisasi ini adalah agar masyarakat mengetahui peran sungai dalam kehidupan sehari-hari, dan kegiatan Program Merti Kali (pembersihan sungai) dilakukan di sekitar sungai oleh masyarakat sekitar sungai itu sendiri. Pada saat sosialisasi pada tahun 2017 di hadiri oleh wakil dari Kecamatan, perangkat desa, Kepala Dusun dan tokoh masyarakat dan juga Forum Pegiat Sungai. (Dokumentasi Badan Lingkungan Hidup DIY)

Diadakannya kegiatan sosialisasi ini juga memiliki kendala seperti yang di ungkapkan oleh Eni Yuniarti S.T, M. Eng. Sub Bidang Pengendalian Pencemaran Air, Tanah dan B3 pada 31 Desember 2018 bahwa :

“Karena tidak semua orang mungkin *sense belonging* (memiliki sesuatu) bahwa sungai itu harus di bersihkan, misalnya saja kita memiliki target pesertanya 50 orang, mungkin hanya separuhnya saja yang dapat memahami isi dari sosialisasi itu sudah bagus.”

Dalam kegiatan sosialisasi ini pula masih adanya masyarakat yang memiliki kesadaran yang kurang untuk menjaga kebersihan sungai di sekitar mereka, dari hasil wawancara dengan Eni Yuniarti S.T, M. Eng. Sub Bidang Pengendalian Pencemaran Air, Tanah dan B3 pada 31 Desember 2018 bahwa :

“Ada juga yang kesadarannya kurang, sedangkan merubah kesadaran orang itu kan memiliki proses yang panjang tidak hanya sekali dua kali. Kita lebih ke stimulan lah, untuk mengingatkan kembali bahwa kita itu memiliki sungai yang harus di jaga.”

Kegiatan kerja bakti Program Merti Kali ini dilakukan 3 (tiga) kali selama setahun di setiap 5 (lima) sungai yaitu Sungai Winongo, Sungai Code, Sungai Bedog, Sungai Kuning dan Sungai Gajahwong, yang dilakukan pada bulan Mei, Agustus, Oktober dan November 2017. Berikut waktu dan tempat lokasi yang dilakukan pada saat melakukan kegiatan kerja bakti Program Merti Kali pada tahun 2017 di Sungai Winongo :

Tabel 3.2 Penggal 1 Sungai Winongo

Titik	Lokasi	Hari, Tanggal Pelaksanaan
1.	Kali Ngori, Jembatan Cepet, Dusun Pentingsari	Minggu, 23 April 2017
2.	Kali Ngori, Jembatan Cembung	Minggu, 16 April 2017
3.	Kali Ngori, Jembatan Balong	Minggu, 16 April 2017
4.	Kali Denggung DAM Majengan, Desa Pandowoharjo	Rabu, 19 April 2017
5.	Kali Denggung DAM Majengan, Desa Pandowoharjo	Kamis, 20 April 2017
6.	Dusun Brayut, Bendung Sogol 2	Minggu, 23 April 2017
7.	Kali Doso, Jembatan Berkisan Pandowoharjo	Sabtu, 22 April 2017
8.	Jebatan Padasan, Dusun Balangan	Kamis, 20 April 2017
9.	Kali Doso, Desa Tridadi	Minggu, 23 April 2017
10.	Kali Doso, Desa Tridadi	Minggu, 23 April 2017

Sumber : Dokumentasi BLH DIY 2017

Tabel 3.3 Penggal 2 Sungai Winongo

Titik	Lokasi	Hari, Tanggal Pelaksanaan
1.	Kali Deggung (Jalan Magelang Desa Sendangadi)	Senin 15 Mei 2017
2.	Kali Doso (Jalan Magelang, Desa Sendangadi)	Senin 15 Mei 2017
3.	Kali Doso (Belakang STIE Bank, Desa Sendangadi)	Selasa, 16 Mei 2017
4.	Kali Doso (Dusun Mlati, Desa Sendangadi)	Selasa, 16 Mei 2017
5.	Kali Buntung Kecil (Belakang Hotel Hyatt, Dusun Jati Rejo)	Rabu, 17 Mei 2017
6.	Jembatan Jombor Baru – Kali Doso (Dusun Tegal Mraen)	Kamis, 18 Mei 2017
7.	Kali Winongo Ringroad	Kamis, 18 Mei 2017
8.	Kali Winongo (Jembatan Kragilan)	Jumat, 19 Mei 2017
9.	Kali Buntung (Jembatan Selokan Mataram)	Minggu, 21 Mei 2017
10.	Kali Winongo (Jebatan Jambon, Desa Sinduadi)	Minggu, 21 Mei 2017

Sumber : Dokumentasi BLH DIY 2017

Tabel 3.4 Penggal 3 Sungai Winongo

Titik	Lokasi	Hari, Tanggal Pelaksanaan
1.	Kali Buntung (belakang ATAKRIB)	Minggu, 30 Juli 2017
2.	Kali Buntung (belakang ATAKRIB)	Minggu, 30 Juli 2017
3.	Kricak sampai dengan Jembaan Bener	Minggu, 16 Juli 2017
4.	Sidomulyo sampai dengan Bendung Bendolole	Minggu, 16 Juli 2017
5.	Tempuran dengan Kali Buntung	Minggu, 16 Juli 2017
6.	Jematan Kyai Mojo	Minggu, 23 Juli 2017

	sampai dengan jembatan Bumijjo (RW 11)	
7.	Mata air sampai dengan Rel Kereta Api	Minggu, 23 Juli 2017
8.	Rel kereta Api sampai dengan Jembatan Peta	Minggu, 23 Juli 2017
9.	Jembatan peta sampai dengan Jembatan Sudagaran	Minggu, 30 Juli 2017
10.	Jembatan Peta sampai dengan Jembatan Sudagaran	Minggu, 30 Juli 2017

Sumber : Dokumentasi BLH DIY 2017

Tabel 3.5 Penggal 4 Sungai Winongo

Titik	Lokasi	Hari, Tanggal Pelaksanaan
1.	Jembatan Sudagaran	Minggu, 13 Agustus 2017
2.	Jembatan Jagalan	Minggu, 13 Agustus 2017
3.	Jembatan Pakalan	Senin, 14 Agustus 2017
4.	Jembatan Serangan – Wiranata	Senin, 19 Agustus 2017
5.	Jembatan Wiranata – Tamansari	Senin, 21 Agustus 2017
6.	Jembatan Tamansari – Sugeng Jeroni	Minggu, 20 Agustus 2017
7.	Jembatan Tamansari – Sugeng Jeroni	Minggu, 20 Agustus 2017
8.	Jembatan Sugeng Jeroni – Perbatasan Jogja Bantul (Belakang Pasar Pasty)	Senin, 21 Agustus 2017
9.	Jembatan Sugeng Jeroni – Perbatasan Jogja Bantul (Belakang Pasar Pasty)	Selasa, 22 Agustus 2017
10.	Jembatan Sugeng Jeroni – Perbatasan Jogja Bantul (Belakang Pasar Pasty)	Rabu 23 Agustus 2017

Sumber : Dokumentasi BLH DIY 2017

Tabel 3.6 Penggal 5 Sungai Winongo

Titik	Lokasi	Hari, Tanggal Pelaksanaan
1.	Jembatan Gedongkiwo - Jembatan Ringroad Selatan	Senin, 18 September 2017
2.	Jembatan Gedongkiwo - Jembatan Ringroad Selatan	Selasa, 19 September 2017
3.	Jembatan Ringroad Selatan - DAM Kobri	Rabu, 20 September 2017
4.	DAM Kobri - Jembatan Niten	Jumat, 22 September 2017
5.	Jembatan Niten - DAM Jaranan	Sabtu, 23 September 2017
6.	Jembatan Niten - DAM Jaranan	Minggu, 24 September 2017
7.	DAM Jaranan - Jembatan Kaliputih	Rabu, 25 September 2017
8.	Jembatan Kaliputih - Jembatan Bandungsuwuk	Kamis, 26 September 2017
9.	Jembatan Bandungsuwuk - Jembatan Miri	Jumat, 27 September 2017
10.	Jembatan Miri - Jembatan Paten	Sabtu, 28 September 2017

Sumber : Dokumentasi BLH DIY 2017

Tabel 3.7 Penggal 6 Sungai Winongo

Titik	Lokasi	Hari, Tanggal Pelaksanaan
1.	Jembatan Neco - DAM Kadibeso	30 Oktober 2017
2.	DAM Kadibeso - DAM Cepoko	30 Oktober 2017
3.	DAM Kadibeso - DAM Cepoko	31 Oktober 2017
4.	DAM Kadibeso - DAM Cepoko	1 November 2017
5.	DAM Cepoko - DAM Mejing	31 Oktober 2017
6.	DAM Cepoko - DAM Mejing	1 November 2017
7.	DAM Cepoko - DAM Mejing	2 November 2017

8.	DAM Mejing - DAM Sikluwih	6 November 2017
9.	DAM Mejing - DAM Sikluwih	7 November 2017
10.	DAM Sikluwih - Jembatan Mojo	7 November 2017

Sumber : Dokumentasi BLH DIY 2017

Dalam kegiatan Program Merti Kali ini Badan Lingkungan Hidup DIY menginginkan perubahan perilaku yang di alami oleh target sasarannya yaitu, Eni Yuniarti S.T, M. Eng. Sub Bidang Pengendalian Pencemaran Air, Tanah dan B3 pada 31 Desember 2018 mengatakan bahwa :

“Menyadari bahwa sungai bukan tempat pembuangan sampah, jadi bagaimana sumber-sumber yang menyebabkan bakteri koli itu bisa terkendali salah satunya yaitu berkurangnya pembuangan sampah. Kemudian tidak ada lagi masyarakat yang bab di sekitar sungai, dan menutup saluran sanitasi wc.”

Mengukur keberhasilanl atau tidaknya kegiatan Program Merti Kali ini Eni Yuniarti S.T, M. Eng. Sub Bidang Pengendalian Pencemaran Air, Tanah dan B3 pada 31 Desember 2018 mengatakan bahwa :

“Pengukuran yang dilakukan oleh Badan Lingkungan Hidup DIY yaitu dengan mengukur parameter koli, jika parameter tersebut menurun artinya kegiatan yang dilakukan oleh Badan Lingkungan Hidup DIY berhasil.”

Dalam mengubah perilaku masyarakat merupakan hal yang tidak mudah, dengan itu Badan Lingkungan Hidup DIY melakukan kegiatan pendekatan kepada masyarakat sekitar sungai yaitu melalui kegiatan kerja bakti, seperti dalam wawancara kepada Eni

Yuniarti S.T, M. Eng. Sub Bidang Pengendalian Pencemaran Air,
Tanah dan B3 pada 4 Februari 2019 bahwa :

“Dengan merubah perilaku masyarakat kami melakukan pendekatan secara sosial yaitu dengan kerja bakti. Kita hanya melakukan dengan stimulan, ada kerja bakti ini bukan karena kita dorong tetapi kita hanya stimulasi ini loh kalo kita membersihkan sungai nanti hasilnya akan seperti ini.”

Jadi adanya kegiatan kerja bakti ini Badan Lingkungan Hidup DIY menginginkan tanpa adanya dorongan atau tanpa adanya kegiatan yang ada diberikan oleh Badan Lingkungan Hidup DIY tersebut masyarakat tetap menjalankan kegiatan di luar dari kegiatan yang diberikan oleh Badan Lingkungan Hidup DIY. Agar terjaganya kebersihan dan juga masyarakat dapat melestarikan lingkungan sungai yang akan berdampak baik bagi kehidupan sekitar mereka.

Adanya kegiatan Merti Kali ini pula masyarakat berharap terdapatnya jiwa peduli atas lingkungan pada setiap diri masyarakat agar menjadi bertambah sehingga nantinya dapat dikembangkan untuk menciptakan sungai yang bersih, sehat dan lestari. Selain adanya kegiatan yang dilakukan oleh Badan Lingkungan Hidup DIY, Samsul sebagai RW di mengatakan bahwa :

“Disamping dari kegiatan BLH DIY, Kelurahan disini juga mengadakan kegiatan kerja bakti rutin yang diadakan setiap hari Jumat, setiap tiga bulan sekali”

Kegiatan Program Merti Kali ini berhasil di lakukan oleh Badan Lingkungan Hidup DIY, terbukti dengan adanya kegiatan

ini sungai-sungai yang dibersihkan mendapatkan hasil yang positif untuk masyarakat sekitar sungai, pada gambar sebagai berikut :



Gambar 3.2 Sebelum dan Sesudah dilakukannya Program Merti Kali di Sungai Winongo Jembatan Ringroad Selatan

Sumber : Dokumentasi BLH DIY 2017

3) *Place (Tempat)*

Sebelum diadakannya Program Merti Kali ini Badan Lingkungan Hidup Daerah Istimewa Yogyakarta (BLH DIY) melakukan kontribusi dengan Forum Pegiat Sungai yaitu Forum Komunikasi Winongo Asri (FKWA), Forum Pemerti Code, Forsidas Gajahwong, Forum Payung Hijau, dan Forum Peduli Kali Kuning untuk mengetahui tokoh-tokoh siapa saja yang dapat berperan dalam melangsungkan kegiatan kerja bakti Program Merti Kali, setelah mendapatkan informasi Badan Lingkungan Hidup Daerah Istimewa Yogyakarta (BLH DIY) membuat undangan

untuk tokoh-tokoh tersebut yang terlibat dalam kegiatan Merti Kali, termasuk RT/RW yang berkepentingan, dengan itu Surtini sebagai salah satu warga Bumijo, Jetis, Yogyakarta, dalam wawancara pada 20 Maret 2019 mengatakan bahwa :

“Diadakannya sosialisasi biasanya kita mendapatkan undangan langsung dari Badan Lingkungan Hidupnya, sekitar 2 hari sebelum diadakan sosialisasi, tetapi terkadang undangannya juga mendadak”

Sedangkan pada pemilihan tempat disini yang akan digunakan untuk pendistribusian produk yang juga akan mempengaruhi keberhasilan sebuah program atau kegiatan. Pada penelitian ini tempat di maksud pada tempat yang digunakan untuk melakukan sosialisasi Program Merti Kali. Hasil wawancara oleh Eni Yuniarti S.T, M. Eng. Sub Bidang Pengendalian Pencemaran Air, Tanah dan B3 pada tanggal 4 Februari 2019, mengatakan bahwa :

“Tempat sosialisasi pada program ini berada di lokasi Kecamatan, Kelurahan atau bahkan di ruangan terbuka yang disediakan oleh pihak yang bekerjasama dengan Badan Lingkungan Hidup DIY, alasannya agar mudah di jangkau oleh target sasaran dalam kegiatan sosialisasi.”

Dalam melakukan kegiatan sosialisasi, Badan Lingkungan Hidup Daerah Istimewa Yogyakarta (BLH DIY) memilih tempat yang dekat dengan lokasi target sasarnya, agar sasarnya mudah mnejangkau lokasi tersebut, dengan itu hasil wawancara oleh Samsul RW di Kecamatan Tegalrejo, mengatakan bahwa :

“Kalau sosialiasiasi di RW 3 itu di laksanakan di balai spraga, kalau tidak di tempat forum, dekat dari rumah tidak ada 500 meter”

Adanya kegiatan sosialisasi ini agar pelaksanaan kegiatan Program Merti Kali dapat berjalan sesuai dengan keinginan Badan Lingkungan Hidup Daerah Istimewa Yogyakarta (BLH DIY) maupun masyarakat setempat. Badan Lingkungan Hidup Daerah Istimewa Yogyakarta (BLH DIY) melakukan koordinasi dengan desa dan pegiat sungai untuk mengajak masyarakat dalam melakukan kegiatan sosialisasi maupun terjun dalam Program Merti Kali.

Kegiatan Merti Kali ini dilakukan setiap hari Minggu, di mana dilaksanakan pada 3 minggu sekali. Kegiatan ini setiap harinya dilakukan selama 3 sampai 4 jam. Pelaksanaan Program Merti Kali ini setiap sungai di bagi menjadi 6 penggal dimana 1 penggal terdapat 10 titik lokasi pembersihan.

Setiap harinya jumlah pekerja yang ikut berpartisipasi dalam kegiatan ini berjumlah 50 orang pada setiap titik dengan 2 mandor. Pekerja terdiri dari berbagai kalangan yaitu mulai dari remaja, dewasa dan orang tua. Usia para pekerja berkisar antara 17 tahun hingga 60 tahun baik laki-laki maupun perempuan. Jumlah perempuan yang ikut serta dalam kegiatan Program Merti Kali ini sekitar 20% sedangkan jumlah laki-laki mencapai 80% dari total seluruh pekerja. (Dokumentasi Badan Lingkungan Hidup DIY)

Kegiatan kerja bakti Program Merti Kali ini dilakukan di sepanjang Sungai Winongo yang di bagi menjadi 6 (enam) penggal

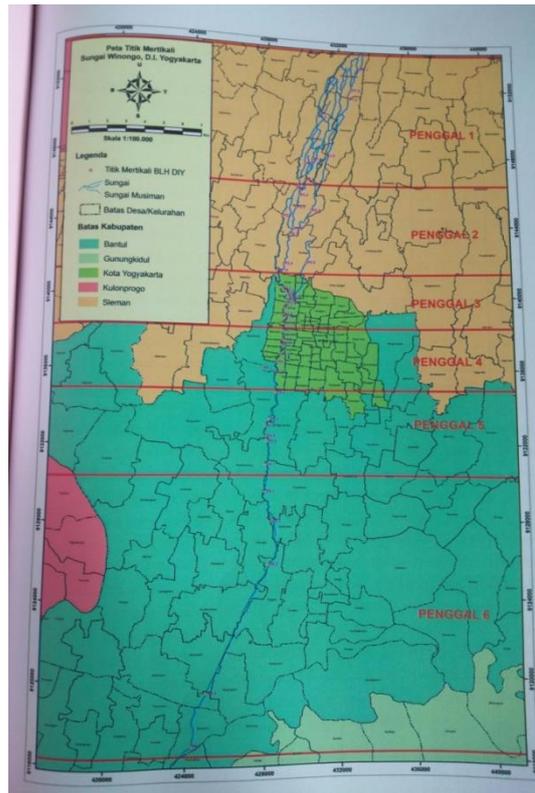
dan setiap penggal dibagi lagi menjadi 10 titik. Kegiatan Merti Kali setiap penggalnya terdapat koordinator penggal, koordinator titik, mandor dan pekerja serta *planner* (pendamping dari BLH DIY). Tahapan pra pelaksanaan kegiatan Program Merti Kali diawali dengan Badan Lingkungan Hidup DIY mengundang Forum Pegiat Sungai yang terkait untuk diberikan informasi mengenai program kegiatan Merti Kali 2017. Selain itu, diadakan pertemuan antara Badan Lingkungan Hidup DIY dengan Forum Komunikasi Winongo Asri (FKWA) untuk menentukan jadwal sosialisasi kepada perangkat/tokoh-tokoh desa.

Tahap pelaksanaan kerja bakti Program Merti Kali *planner* berkoordinasi dengan koordinator penggal untuk mengatur kegiatan tersebut. *Planner* memberikan perkiraan waktu pelaksanaan kegiatan kepada koordinator penggal, kemudian koordinator penggal berkoordinasi dengan perangkat/tokoh-tokoh desa untuk mengatur jadwal pelaksanaan kegiatan kerja bakti Program Merti Kali. Hasil tersebut dikoordinasikan kepada *planner* untuk pelaksanaan kegiatan kerja bakti Program Merti Kali sesuai jadwal.

Planner mempersiapkan untuk kegiatan kerja bakti Program Merti Kali di setiap penggalnya, yaitu dana konsumsi, dana honorium pekerja dan mandor, bagor, masker dan sarung tangan. Setiap melakukan kerja bakti Program Merti Kali *planner* menyerahkan dana konsumsi dan bagor kepada Koordinator di

setiap penggal, sedangkan dana honorium, masker, dan sarung tangan di bawa oleh *planner*. Ketika hari pelaksanaan, *planner* membuka kegiatan bersama tokoh setempat serta memberikan arahan sesuai prosedur dari Badan Lingkungan Hidup DIY. Kemudian masker dan sarung tangan dibagikan kepada masyarakat yang membutuhkan sesuai pembagian kerja. Pelaksanaan kegiatan kerja bakti Program Merti Kali biasanya dilakukan selama 3 jam. Masyarakat yang terlibat mengambil sampah lalu dimasukan ke dalam karung yang nantinya dikumpulkan pada lokasi yang dapat diangkut oleh truk sampah.

Pasca pelaksanaan kegiatan kerja bakti Program Merti Kali setiap titiknya, *planner* dan koordinator penggal melengkapi data laporan. Setiap masyarakat yang ikut dalam kegiatan Merti Kali memperoleh konsumsi dan honorium setelah melengkapi data daftar hadir dan penerimaan honorium (data laporan). Berikut merupakan peta Sungai Winongo yang dibagi menjadi 6 (enam) penggal dan setiap penggal dibagi lagi menjadi 10 titik :



Gambar 3.3 Peta Sungai Winongo

Sumber : Dokumentasi BLH DIY 2017

Adapun waktu pelaksanaan kegiatan kerja bakti Program Merti Kali yang dilakukan di Sungai Winongo pada tahun 2017, diantaranya sebagai berikut :

Tabel 3.8 Lokasi Penggal 1 Sungai Winongo

Titik	Lokasi
1.	Kali Ngori, Jembatan Cepet, Dusun Pentingsari
2.	Kali Ngori, Jembatan Cembung
3.	Kali Ngori, Jembatan Balong
4.	Kali Deggung DAM Majengan, Desa Pandowoharjo
5.	Kali Deggung DAM Majengan, Desa Pandowoharjo
6.	Dusun Brayut, Bendung Sogol 2
7.	Kali Doso, Jembatan Berkisan Pandowoharjo
8.	Jebatan Padasan, Dusun Balangan

9.	Kali Doso, Desa Tridadi
10.	Kali Doso, Desa Tridadi

Sumber : Dokumentasi BLH DIY 2017

Tabel 3.9 Lokasi Penggal 2 Sungai Winongo

Titik	Lokasi
1.	Kali Denggung (Jalan Magelang Desa Sendangadi)
2.	Kali Doso (Jalan Magelang, Desa Sendangadi)
3.	Kali Doso (Belakang STIE Bank, Desa Sendangadi)
4.	Kali Doso (Dusun Mlati, Desa Sendangadi)
5.	Kali Buntung Kecil (Belakang Hotel Hyatt, Dusun Jati Rejo)
6.	Jembatan Jombor Baru – Kali Doso (Dusun Tegal Mraen)
7.	Kali Winongo Ringroad
8.	Kali Winongo (Jembatan Kragilan)
9.	Kali Buntung (Jembatan Selokan Mataram)
10.	Kali Winongo (Jembatan Jambon, Desa Sinduadi)

Sumber : Dokumentasi BLH DIY 2017

Tabel 3.10 Lokasi Penggal 3 Sungai Winongo

Titik	Lokasi
1.	Kali Buntung (belakang ATAKRIB)
2.	Kali Buntung (belakang ATAKRIB)
3.	Kricak sampai dengan Jembaan Bener
4.	Sidomulyo sampai dengan Bendung Bendolole
5.	Tempuran dengan Kali Buntung
6.	Jematan Kyai Mojo sampai dengan jembatan Bumiijo (RW 11)
7.	Mata air sampai dengan Rel Kereta Api
8.	Rel kereta Api sampai dengan Jembatan Peta
9.	Jembatan peta sampai dengan Jembatan Sudagaran
10.	Jembatan Peta sampai dengan Jembatan Sudagaran

Sumber : Dokumentasi BLH DIY 2017

Tabel 3.11 Lokasi Penggal 4 Sungai Winongo

Titik	Lokasi
1.	Jembatan Sudagaran
2.	Jembatan Jagalan
3.	Jembatan Pakalan
4.	Jembatan Serangan – Wiranata
5.	Jembatan Wiranata – Tamansari

6.	Jembatan Tamansari – Sugeng Jeroni
7.	Jembatan Tamansari – Sugeng Jeroni
8.	Jembatan Sugeng Jeroni – Perbatasan Jogja Bantul (Belakang Pasar Pasty)
9.	Jembatan Sugeng Jeroni – Perbatasan Jogja Bantul (Belakang Pasar Pasty)
10.	Jembatan Sugeng Jeroni – Perbatasan Jogja Bantul (Belakang Pasar Pasty)

Sumber : Dokumentasi BLH DIY 2017

Tabel 3.12 Lokasi Penggal 5 Sungai Winongo

Titik	Lokasi
1.	Jembatan Gedongkiwo - Jembatan Ringroad Selatan
2.	Jembatan Gedongkiwo - Jembatan Ringroad Selatan
3.	Jembatan Ringroad Selatan - DAM Kobri
4.	DAM Kobri - Jembatan Niten
5.	Jembatan Niten - DAM Jaranan
6.	Jembatan Niten - DAM Jaranan
7.	DAM Jaranan - Jembatan Kaliputih
8.	Jembatan Kaliputih - Jembatan Bandungsuwuk
9.	Jembatan Bandungsuwuk - Jembatan Miri
10.	Jembatan Miri - Jembatan Paten

Sumber : Dokumentasi BLH DIY 2017

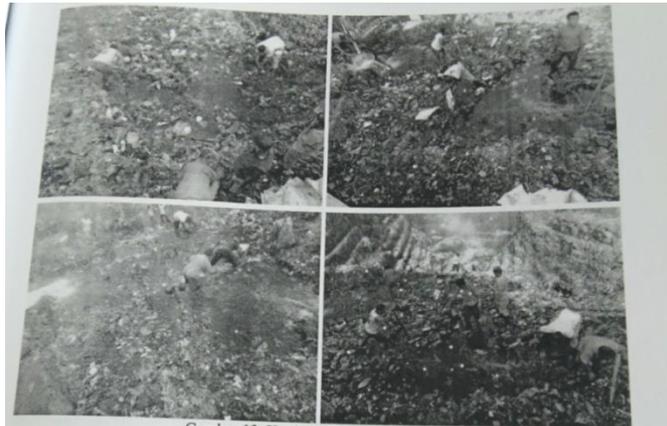
Tabel 3.13 Lokasi Penggal 6 Sungai Winongo

Titik	Lokasi
1.	Jembatan Neco - DAM Kadibeso
2.	DAM Kadibeso - DAM Cepoko
3.	DAM Kadibeso - DAM Cepoko
4.	DAM Kadibeso - DAM Cepoko
5.	DAM Cepoko - DAM Mejing
6.	DAM Cepoko - DAM Mejing
7.	DAM Cepoko - DAM Mejing
8.	DAM Mejing - DAM Sikluwih
9.	DAM Mejing - DAM Sikluwih
10.	DAM Sikluwih - Jembatan Mojo

Sumber : Dokumentasi BLH DIY 2017

Berikut merupakan dokumentasi saat melangsungkan kegiatan kerja bakti dalam Program Merti Kali pada tahun 2017 oleh para

pekerja yang terdiri dari berbagai kalangan yaitu mulai dari remaja, dewasa dan orang tua. Usia para pekerja berkisar antara 17 tahun hingga 60 tahun baik laki-laki maupun perempuan, yang dilakukan di Sungai Winongo :



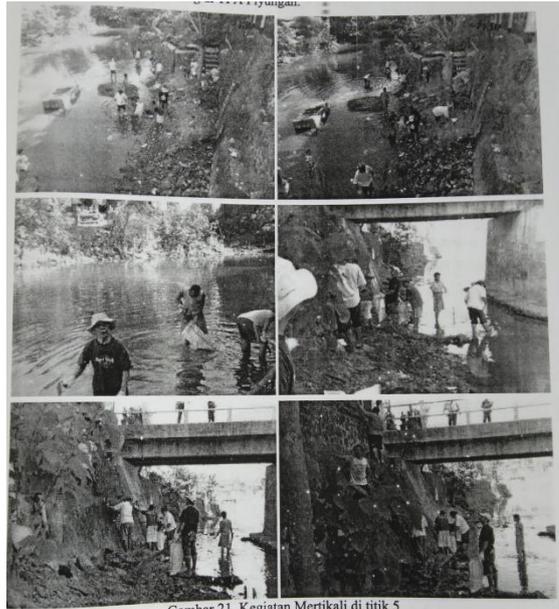
Gambar 3.4 Kegiatan Merti Kali penggal 1 titik 2 di Kelurahan Kricak, Kecamatan Tegalrejo, Yogyakarta yang dilakukan masyarakat sekitar Sungai Winongo pada tahun 2017

Sumber : Dokumentasi BLH DIY 2017



Gambar 3.5 Kegiatan Merti Kali penggal 2 titik 3 di Kali Doso, Desa Sendangadi, Yogyakarta yang dilakukan masyarakat sekitar Sungai Winongo pada tahun 2017

Sumber : Dokumentasi BLH DIY 2017



Gambar 3.6 Kegiatan Merti Kali penggal 3 titik 5 Kali Buntung, Kecamatan Tegalrejo, Yogyakarta yang dilakukan masyarakat sekitar Sungai Winongo pada tahun 2017
 Sumber : Dokumentasi BLH DIY 2017



Gambar 3.7 Kegiatan Merti Kali penggal 4 titik 1 di Sungai Winongo, Jembatan Sudragan, Yogyakarta yang dilakukan masyarakat sekitar Sungai Winongo pada tahun 2017
 Sumber : Dokumentasi BLH DIY 2017



Gambar 3.8 Kegiatan Merti Kali penggal 6 titik 7 di Sungai Winongo, DAM Meijing, Yogyakarta yang dilakukan masyarakat sekitar Sungai Winongo pada tahun 2017

Sumber : Dokumentasi BLH DIY 2017

Dalam kegiatan pembersihan sungai, Badan Lingkungan Hidup DIY juga memberikan edukasi kepada masyarakat secara langsung untuk target sasaran agar melakukan pembersihan sungai berjalan dengan maksimal dari hasil wawancara dengan Eni Yuniarti S.T, M. Eng. Sub Bidang Pengendalian Pencemaran Air, Tanah dan B3 pada 4 Februari 2019, bahwa :

“Sosialisasi sebetulnya tidak dalam bentuk pertemuan saja, akan tetapi kita lakukan saat dalam kegiatan pembersihan sungai juga jadi sembari membersihkan kita memberitahu misalnya jangan membuang sampah disini, jangan membakar sampah plastik, seperti itu kan lebih implementatif.”

Selain sosialisasi adapun kegiatan lain yang dilakukan Badan Lingkungan Hidup DIY untuk target sarannya agar dapat menjalankan Program Merti Kali tersebut yaitu dari hasil wawancara dengan Eni Yuniarti S.T, M. Eng. Sub Bidang Pengendalian Pencemaran Air, Tanah dan B3 pada 4 Februari 2019, bahwa :

“Selain itu juga kita melakukan kegiatan publikasi melalui radio, televisi, koran, memasang *banner*, dan juga membuat iklan melalui video tron.”

Kegiatan ini dilakukan dengan tujuan agar promosi atau publikasi yang dilakukan oleh Badan Lingkungan Hidup DIY dapat maksimal untuk menyadarkan target sarasannya agar tetap menjaga kelestarian lingkungan sungai.

4) *Promotion* (Promosi)

Aktivitas promosi yang dilakukan oleh Badan Lingkungan Hidup DIY bertujuan untuk memberikan edukasi terhadap masyarakat tentang segala hal yang berhubungan dengan produk sosial dari pihak Badan Lingkungan Hidup DIY. Kepala Sub Bidang Umum selaku Humas di Badan Lingkungan Hidup DIY juga memberikan informasi kepada khalayak dari hasil wawancara pada 26 November 2018, Samsu Agung Widjaja, SE.MM selaku Kehumasan di Badan Lingkungan Hidup DIY mengatakan bahwa:

“Kegiatan yang dilakukan oleh Humas BLH DIY yaitu memberikan informasi kegiatan yang ada di BLH DIY melalui media massa, radio dan media sosial.”

Adapun bentuk-bentuk dari media-media yang telah disebutkan oleh Samsu Agung Widjaja, SE.MM selaku Kehumasan di Badan Lingkungan Hidup DIY pada 26 November 2018, bahwa :

“Media televisinya seperti ADI TV, TVRI Jogja dan Jogja TV. Media cetaknya melalui Radar Jogja dan Jogja Pos, media sosialnya melalui *instagram, facebook, twitter dan youtube.*”

Dalam hal ini, salah satu warga mendapatkan informasi yang di sebarakan oleh Sjamsu Agung Widjaja, SE.MM melalui media-media yang di sebutkan tersebut, Surtini warga Bumijo, Jetis, Yogyakarta, dalam wawancara pada 20 Maret 2019 mengatakan bahwa :

“Mendapatkan informasi dari RT atau RW, tetapi pernah juga ada dari acara TV di TVRI di koran-koran juga ada”

Guna tercapainya tujuan awal tersebut Badan Lingkungan Hidup DIY melakukan aktivitas promosi diantaranya :

1. Memanfaatkan media sosial *website* resmi dari Badan Lingkungan Hidup DIY sebagai sarana menyebarkan konten tentang Program Merti Kali. Hal ini dilakukan agar mudah untuk diakses dimanapun dan kapanpun oleh masyarakat.

Tabel 3.14 Media Promosi melalui Media Sosial

No.	Media Sosial	Link
1.	Website	http://blh.jogjaprovo.go.id/
2.	Facebook	https://web.facebook.com/blhdiy?_rdc=1&_rdr
3.	Twitter	https://twitter.com/blh_diy
4.	Instagram	https://www.instagram.com/blh_diy/
5.	Youtube	https://www.youtube.com/channel/UCh_CDMC2qCh2YQUJSDw_AROA/videos

Sumber : Hasil Olah Data Peneliti

Adapun beberapa contoh *postingan* melalui media sosial instagram oleh Badan Lingkungan Hidup Daerah Istimewa Yogyakarta (BLH DIY) melalui akun resmi Badan Lingkungan Hidup Daerah Istimewa Yogyakarta (BLH DIY) maupun akun yang dibuat khusus untuk memposting kegiatan Program Merti Kali yaitu seperti yang dilakukan pada tahun 2017, diantaranya seperti pada gambar dibawah ini :



Gambar 3.9 Akun instagram Merti Kali Badan Lingkungan Hidup DIY

Sumber :

https://www.instagram.com/mertikali_blhdiy?utm_sourc=



Gambar 3.10 *Postingan* pertama yang terdapat di akun instagram mertikali_blhdiy pada tahun 2017

Sumber

[:https://www.instagram.com/p/BZiDUp5gpiG/?utm_sourc](https://www.instagram.com/p/BZiDUp5gpiG/?utm_sourc)



mertikali_blhdiy



Disukai oleh adek_fitfit dan 18 lainnya

mertikali_blhdiy hati - hati ya pak saat menggunakan benda tajam, dan tetap menjaga vegetasi sungai 😊
😊 =Merikali sungai Code (27 September 2017)

_SemangatMertikali 💪😊

27 September 2017

Gambar 3.11 *Postingan* kedua yang terdapat di akun instagram mertikali_blhdiy pada tahun 2017

Sumber : [https://www.instagram.com/p/BZh6s_AA9JT](https://www.instagram.com/p/BZh6s_AA9JT/?utm_sourc)
[/?utm_sourc](#)

Adapun *postingan* yang dilakukan oleh akun resmi Badan Lingkungan Hidup DIY dalam mendukung masyarakat melalui media instagram, diantaranya sebagai berikut :



Gambar 3.12 *Postingan* ketiga yang terdapat di akun instagram resmi blh_diy yang dilakukan pada tahun 2017

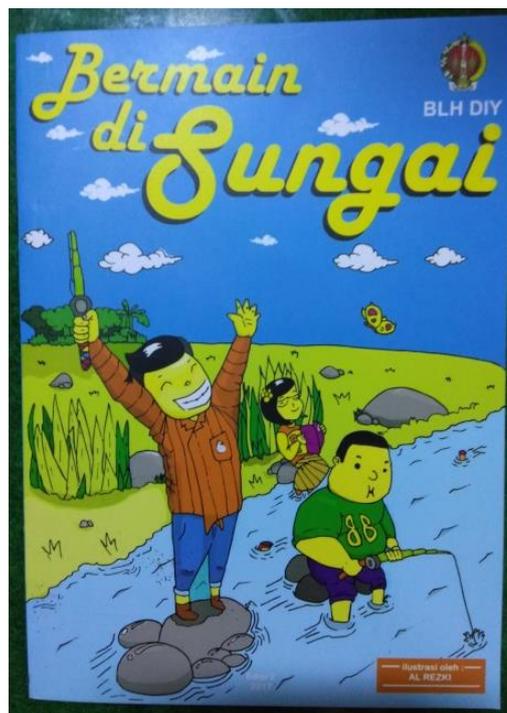
Sumber :

https://www.instagram.com/p/Bb_Ec5FgBLj/?utm_sourc

2. Menyebar luaskan informasi tentang Program Merti Kali melalui siaran radio dan juga televisi yang bekerjasama dengan TVRI, AdiTV, dan Jogja Tv untuk siaran radionya Swadesi dan Radio Arma Sebelas.

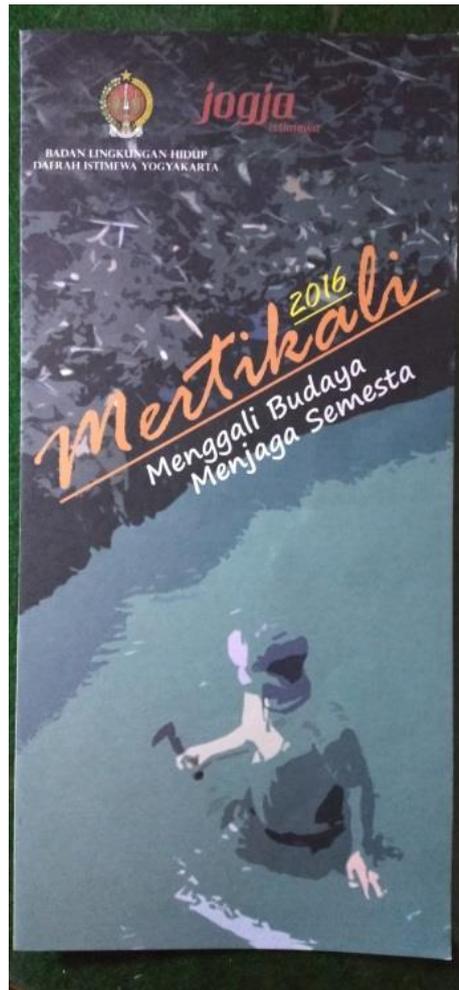
3. Membuat media edukasi berupa media cetak yang nantinya dapat dimanfaatkan oleh masyarakat sebagai sumber informasi tentang Program Merti Kali. Adapun media edukasi cetak yang diberikan tersebut diantaranya:

- Media cetak *indoor* : komik dan leaflet/brosur. Untuk distribusinya, media cetak *indoor* akan diberikan pada saat melakukan sosialisasi penyuluhan maupun diseberkan pada saat Badan Lingkungan Hidup Daerah Istimewa Yogyakarta (BLH DIY mengadakan *event* seperti Adipura, Bank Sampah dan *event-event* lainnya dan tentunya jugadijadikan *stock* untuk di kantor sendiri.



Gambar 3.13 Komik Program Merti Kali 2017

Sumber : Dokumentasi BLH DIY



Gambar 3.14 Leaflet/Brosur Program Merti Kali

Sumber : Dokumentasi BLH DIY

- Media cetak *outdoor* : umbul-umbul, *banner/spanduk*.
Sedangkan media cetak *outdoor* akan dipasang di tempat-tempat strategis (pinggir jalan dan pusat keramaian) agar mudah dilihat masyarakat. Media cetak *outdoor* seperti *banner/spanduk* akan dipasang setahun sekali saat melangsungkan kegiatan sosialisasi maupun kegiatan kerja bakti.



Gambar 3.15 Umbul-umbul yang dipasang oleh BLH DIY

Sumber : Penulis

4. Mengadakan puncak Program Merti Kali, pertunjukan ini diwujudkan sekaligus sebagai penutupan Merti kali. Dalam acara ini dipertunjukan seni budaya yang pada intinya kegiatan ini dilakukan untuk melarang semua warganya untuk menjadikan sungai sebagai tempat MCK dan sebagai tempat sampah.

Selain itu juga ada bentuk bentuk kegiatan yang dilakukan oleh Badan Lingkungan Hidup DIY selain sosialisasi, untuk mendukung kegiatan Program Merti Kali yaitu berupa publikasi diantaranya seperti di bawah ini :

- Pembuatan Iklan Layanan Masyarakat sebanyak 1 paket.

- Publikasi Iklan Layanan Masyarakat di televisi lokal sebanyak 2 paket yaitu: 1 paket (April 2017) (1 kali tayang di TVRI, 1 kali tayang di Adi Tv, 1 kali tayang di Jogja Tv)
- Publikasi melalui surat kabar lokal sebanyak 8 kali terbit, sudah di terbitkan sebanyak 8 kali pada harian Radar Jogja.
- Publikasi di radio lokal sebanyak 300 kali tayang (150 kali tayang di Radio Swadesi dan 150 kali tayang di Radio Arma Sebelas)
- Talk Show di Media Televisi lokal sebanyak 2 kali (Expo Event di AdiTV dan Bincang Hari Ini di JogjaTV)

Adapun hasil wawancara pada tanggal 12 Februari 2019 dengan salah satu Samsul RW di Kecamatan Tegalorejo sekitar Sungai Winongo, mengatakan bahwa :

“Kalo dari media itu kurang, lebih baik langsung jadi warga dapat mendengarkan langsung. Kalo dari media kadang orang tua yang gak paham kan kurang. Kalo langsung berbicara itu lebih enak. Kalo dari media ada yang tahu ada yang tidak ada yang bisa meresapi ada yang tidak.”

Kepercayaan yang di berikan oleh Badan Lingkungan Hidup DIY kepada masyarakat yaitu dengan meyakini bahwa dalam menjaga dan membersihkan lingkungan kehidupan kita akan mengurangi pencemaran dan dapat menjadikan lingkungan sungai menjadi lebih baik dan lebih berkualitas.

Adapun promosi yang dilakukan oleh Badan Lingkungan Hidup DIY pada tahun 2017, diantaranya sebagai berikut :

Tabel 3.15 Media Promosi Program Merti Kali 2017

No.	Jenis Media	Bentuk Media	Target Sasaran	Tempat	Waktu
1.	Media Sosial	1. Website 2. Twitter 3. Facebook 4. Instagram 5. Youtube	Seluruh Masyarakat yang mengakses media sosial mengenai Program Merti Kali	Semua jenis media sosial	Tidak tertentu
2.	Media Cetak	1. Leaflet 2. Komik	1. Semua kalangan 2. Semua kalangan	1. Saat melakukan event-event 2. Saat melakukan event-event	1. Tidak tertentu 2. 1 tahun sekali
3.	Media Elektronik	1. Radio 2. Televisi 3. Koran	1. Semua kalangan 2. Semua kalangan 3. Semua kalangan	1. a. Radio Arma Sebelas b. Radio Swadesi 2. a. TVRI, b. Adi TV c. Jogja TV 3. Radar Jogja, Jawa Pos	1. 150 kali tayang tiap Radio 2. Sekali tayang 3. 8 kali terbit

Sumber : Hasil Olah Data Penulis

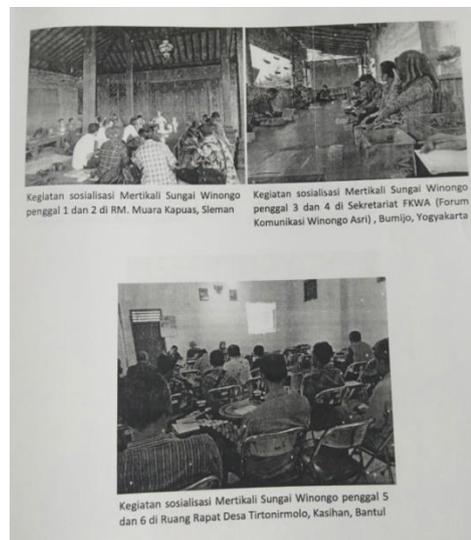
Untuk media cetak seperti leaflet dan komik Badan Lingkungan Hidup Daerah Istimewa Yogyakarta (BLH DIY) memproduksi dengan waktu yang tidak tertentu, pembuatan leaflet baru sekali dilakukan yaitu pada tahun 2016, promosinya yaitu dengan menyebarkan leaflet dan komik tersebut melalui event-event yang diselenggarakan oleh Badan Lingkungan Hidup Daerah Istimewa Yogyakarta (BLH DIY) yaitu seperti event Adipura, Adiwata, Bank Sampah dan event lainnya. Sedangkan untuk media cetak seperti koran, biasanya akan di tempel di papan pengumuman di setiap desa yang terdapat papan pengumuman.

Selain melalui media, Badan Lingkungan Hidup DIY juga melakukan promosi melalui kegiatan sosialisasi, sosialisasi pada tahun 2017 dilakukan 3 (tiga) kali di masing-masing sungai yaitu Sungai Winongo, Sungai Gajahwong, Sungai Code, Sungai Kuning dan Sungai Bedog. Sampai dengan bulan November sosialisasi telah dilakukan sebanyak 15 kali. Dalam melangsungkan kegiatan sosialisasi Badan Lingkungan Hidup Daerah Istimewa Yogyakarta (BLH DIY) mengumpulkan para pekerja maupun warga 2 (dua) hari sebelum di lakukannya kerja bakti Program Merti Kali dengan mengirimkan surat undangan terlebih dahulu kepada RT maupun RW yang berkepentingan untuk hadir dalam mengikuti sosialisasi kerja bakti Program Merti Kali. Dalam hal ini Surtini sebagai salah

satu warga Bumijo, Jetis, Yogyakarta, dalam wawancara pada 20 Maret 2019 mengatakan bahwa :

“Diadakannya sosialisasi biasanya kita mendapatkan undangan langsung dari Badan Lingkungan Hidupnya, sekitar 2 hari sebelum diadakan sosialisasi, tetapi terkadang undangannya juga mendadak”

Berikut ini merupakan dokumentasi oleh Badan Lingkungan Hidup DIY saat melangsungkan kegiatan sosialisasi kerja bakti Program Merti Kali pada tahun 2017 di Sungai Winongo :



Gambar 3.16 Kegiatan Sosialisasi oleh BLH DIY dengan masyarakat sekitar Sungai Winongo pada tahun 2017

Sumber : Dokumentasi BLH DIY 2017

Selain adanya kegiatan sosialisasi Badan Lingkungan Hidup DIY melakukan kegiatan *workshop*. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan informasi atau pengetahuan dan diskusi terkait dengan upaya menjaga dan melestarikan sungai. Pada tahun 2017 kegiatan *workshop* telah dilaksanakan (1) satu kali pada bulan Maret 2017.

Adapun peserta yang menghadiri *workshop* diantaranya meliputi Perangkat Desa, Akademisi dan Forum Pegiat Sungai untuk berdiskusi tentang pelaksanaan kegiatan Merti Kali di setiap sungai. Pembicara dalam kegiatan *workshop* tersebut Ir. Joko Wuryanto, M.Si. , Drs. Y. Agus Setianto, M.Si. (BLH DIY) dan Ir. Reni Anggraeni, M.Sc. (BLH DIY).

Adapun sebagai koordinator dalam pelaksanaan *workshop* yaitu Forum Komunkasi Winongo Asri (FKWK) untuk Sungai Winongo, Forum Pemerti Code untuk Sungai Code, Forum Forsidas Gajahwong untuk Sungai Gajahwong, Forum Bedog Lestari dan Payung Hijau Winongo Asri (FKWK) untuk Sungai Bedog dan Forum Komunkasi Pelestari Kali Kuning untuk Sungai Kali Kuning, berikut merupakan dokumentasi oleh Badan Lingkungan Hidup Daerah Istimewa Yogyakarta (BLH DIY) saat melakukan kegiatan *workshoppada* tahun 2017 :



Gambar 3.17 Kegiatan *workshop* yang dilakukan oleh BLH
DIY pada tahun 2017 saat melakukan absensi
Sumber : Dokumentasi BLH DIY 2017



Gambar 3.18 Kegiatan *workshop* yang dilakukan oleh BLH
DIY pada tahun 2017 saat pembukaan
Sumber : Dokumentasi BLH DIY 2017



Gambar 3.19 Kegiatan *workshop* yang dilakukan oleh BLH DIY pada tahun 2017 saat diskusi
Sumber : Dokumentasi BLH DIY 2017



Gambar 3.20 Kegiatan *workshop* yang dilakukan oleh BLH DIY pada tahun 2017 dengan mengundang Forum Pegiat Sungai, Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten/Kota serta perwakilan masyarakat
Sumber : Dokumentasi BLH DIY 2017

5. *Partnership* (Kemitraan)

Kemitraan secara umum akan terjalin bilamana terdapat pihak yang merasakan adanya kelemahan implementasi bila sebuah pembangunan hanya menjadi satu pihak saja. Dalam kemitraan adapun pihak-pihak yang tergolong dalam kelangsungan Program Merti Kali, dalam wawancara bersama Eni Yuniarti S.T, M. Eng. dari hasil wawancara pada 4 Februari 2019, mengatakan bahwa :

“Pihak internal yang tergolong yaitu seperti desa dan forum pemerti sungai, pihak eksternalnya ada kami Sub Bidang Pengendalian Pencemaran Air, Tanah dan B3, Sub Bagian Umum dan Sub Bidang Pengendalian Pencemaran Udara”

Dengan merubah perilaku masyarakat, adapun hal-hal yang mendukung untuk target sasaran agar dapat merubah perilakunya yaitu dengan bantuan dan kerjasama dari pegiat-pegiat atau komunitas sungaidiantaranya sebagai berikut :

- Forum Komunikasi Winongo Asri (FKWA) untuk Sungai Winongo.
- Forum Pemerti Code untuk Sungai Code
- Forsidas Gajahwong untuk Sungai Gajahwong
- Forum Payung Hijau untuk sungai Bedog
- Forum Peduli Kali Kuning untuk Sungai Kuning.

Komunitas-komunitas ini yang sangat membantu berjalannya Program Merti Kali Badan Lingkungan Hidup Daerah Istimewa Yogyakarta, karena forum-forum tersebutdi nilai lebih dekat

dengan masyarakat sekitar sungai. Selain itu juga karena Badan Lingkungan Hidup DIY kurang melakukan pendekatan personal dari masyarakat sekitar sungai.

Untuk membangun jaringan kemitraan adalah sebuah proses membangun komunikasi atau hubungan, ide, dan sumber daya untuk saling menguntungkan diantara pihak-pihak yang bermitra dalam mencapai kesuksesan bersama. Dalam menjalin suatu hubungan dengan pihak internal Eni Yuniarti S.T, M. Eng. dari hasil wawancara pada 4 Februari 2019, mengatakan bahwa:

“Degan melakukan komunikasi dengan forum-forum pemerti, kelurahan dan kecamatan desa kami melakukan komunikasi dan juga mengadakan rapat koordinasi bersama.”

Dalam menjalin kerja sama diantaranya Badan Lingkungan Hidup DIY dengan pemerti sungai, Hari sebagai bendahara FKWA Sungai Winongo pada 27 Maret 2019 mengatakan bahwa :

“Kita melakukan pertemuan-pertemuan, selain itu juga ada kegiatan lain selain kerja bakti, seperti pembangunann untuk tempat pemandian, pembangunan gazebo seperti itu”

Dalam melakukan kerjasama antara Badan Lingkungan Hidup DIY dengan kemitraan lain adapun kerjasama yang dilakukan oleh Forum Pegiat Sungai dengan Badan Lingkungan Hidup DIY saat melangsungkan kegiatan kerja bakti Program Merti Kali yaitu seperti yang di ungkapkan oleh Hari, sebagai bendahara pengurus

FKWA pada 27 Maret 2019, mengatakan bahwa :

“Sebelum melakukan kegiatan kerja bakti, kami mengumpulkan warga setempat untuk mengikuti kegiatan kerja bakti Program Merti Kali, dan di kumpulkan di titik lokasi kegiatan dimana disini kita sebagai koordinator”

Kerja sama yang dilakukan oleh Badan Lingkungan Hidup DIY dengan Forum Pegiat Sungai agar berjalan sesuai yang diinginkan bersama dilakukannya kegiatan-kegiatan seperti yang disebutkan oleh penulis di atas, tujuannya yaitu agar terjalin hubungan yang baik. Adapula dokumentasi kebersamaan antara instansi, forum pegiat dan warga saat melangsungkan kegiatan kerja bakti Program Merti Kali di Sungai Winongo pada tahun 2017, diantaranya sebagai berikut :



Gambar 3.21 Perwakilan BLH DIY, FKWA dan Ketua RW

Sumber : Dokumentasi BLH DIY



Gambar 3.22 Perwakilan BLH DIY bersama warga Dusun
Jetis

Sumber : Dokumentasi BLH DIY

6. *Policy (Kebijakan)*

Kebijakan publik merupakan salah satu pondasi dalam strategi *social marketing*. Fungsi kebijakan publik merupakan fungsi konkret dalam rangka membakukan produk sosial menjadi peraturan resmi. Peraturan-peraturan yang dibakukan tersebut bentuknya bermacam-macam yaitu berupa Peraturan Presiden (PERPRES) hingga Peraturan Daerah (PERDA).

Salah satu kebijakan publik yang sangat membantu pihak Badan Lingkungan Hidup DIY dalam *social marketing* melalui program Merti Kali antara lain:

1. Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup,

2. Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2012 tentang Keistimewaan Daerah Istimewa Yogyakarta,
3. Peraturan Pemerintah Nomor 25 Tahun 2000 tentang Kewenangan Pemerintah dan Kewenangan Provinsi sebagai Daerah Otonom (Lembaran Negara RI Tahun 2000 No. 54, Tambahan Lembaran Negara RI No. 3952),
4. Peraturan Presiden RI Nomor 70 Tahun 2012 Tentang Pedoman Pelaksanaan Pembuatan Barang/Jasa Pemerintah,
5. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 13 Tahun 2006 tentang Pedoman Pengelolaan Keuangan Daerah,
6. Peraturan Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor 40.2 Tahun 2013 tentang Standarisasi Harga Barang dan Jasa di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta,
7. Peraturan Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor 18 Tahun 2014 tentang Pengelolaan Dana Keistimewaan Daerah Istimewa Yogyakarta,
8. Dokumen Pelaksanaan Anggaran Keistimewaan – Satuan Kerja Perangkat Daerah (DPA_SKPD) Badan Lingkungan Hidup Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor : 4/DPPA/2017, tanggal 19 Juni 2017.

Adanya peraturan yang telah di tetapkan oleh pemerintah, masyarakat sekitar sungai juga sudah mematuhi peraturan yang telah di tetapkan, Samsul RW di Kecamatan Tegalrejo sekitar

sungai Winongo, wawancara pada 12 Februari 2019 mengatakan bahwa :

“Sudah tidak dikarenakan sekarang sudah di pasang CCTV yang terpantau oleh Badan Lingkungan Hidup DIY, jadi kelihatan siapa yang membuang sampah di sungai”

Selain itu juga ada yang mendukung dari Program Merti Kali ini, yaitu adanya Peraturan Desa No. 07 Tahun 2016 tentang pengelolaan Sampah Rumah Tangga dan Pedoman Penyelenggaraan Bank Sampah. Dalam peraturan yang sudah di tetapkan oleh pemerintah dan juga peraturan desa disini bahwa masyarakat sungai sudah mematuhi perintah dan peraturan yang telah dibuat.

Adapun kebijakan dari Pemerintah Desa melalui wawancara dengan Samsul RW di Kecamatan Tegalorejo yang berada di sekitar Sungai Winongo pada 12 Februari 2019, mengatakan bahwa :

“Karena disini sudah ada UU mengenai Bank Sampah, jadi warga memilah seperti sampah dari kardus, botol, dan plastik yang nanti akan diolah dan akan di jual di balai spraga”

Dengan adanya kebijakan-kebijakan yang ada, berlaku bagi masyarakat/oknum kejahatan yang telah sengaja membuang limbah ke sungai, menurut Surtini warga sekitar Sungai Winongo pada 20 Maret 2019, mengatakan bahwa :

“Sekarang warga daerah sini sudah tidak membuang sampah ke sungai, karena kan sekarang yang membuang sampah di sungai kena denda, jadi tidak ada lagi warga yang berani”

Kebijakan yang mendukung Program Merti Kali untuk target sarannya sudah mematuhi kebijakan yang ada baik dari instansi pemerintahan, maupun kebijakan pemerintahan desa, bahwa warga Sungai Winongo sudah tidak membuang sampah dan juga memanfaatkan sampah yang dapat diolah dan dijual yang nantinya hasil dari penjualannya akan digunakan untuk kegiatan warga setempat.

B. Analisis Data

Setelah sub bab penyajian data, maka sub bab analisis data menjadi sub bab kedua dalam BAB III. Sub bab analisis data menjadi penting guna menginterpretasikan data dengan teori yang telah ditentukan sebelumnya. Tujuan dari interpretasi atas data dan teori tersebut adalah guna untuk mengetahui sejauh mana *social marketing* Program Merti Kali yang diterapkan oleh Badan Lingkungan Hidup DIY dalam merubah perilaku masyarakat. Setelah melakukan interpretasi atas data dan teori, maka hasil interpretasi tersebut dapat dikerucutkan menjadi kesimpulan dan saran yang akan disajikan di BAB IV

Adapun penulisan dalam sub bab pembahasan ini akan disesuaikan dengan teori tahapan *social marketing* adalah sebagai berikut :

1. Elemen-elemen *Social marketing*

Untuk elemen-elemen *social marketing* ini merupakan kunci dari strategi *social marketing*. Pada dasarnya bauran pemasaran menjadi salah satu penentu atas keberhasilan atau tidaknya strategi *social marketing* yang dibangun.

Dalam merumuskan bauran pemasaran, seorang *social marketing* haruslah mempertimbangkan hal-hal yang akan dijadikan bahan dalam menyusun bauran pemasaran. Komposisi bauran pemasaran terdiri dari 4P+2P elemen-elemen tersebut yaitu diantaranya : *product* (produk), *price* (harga), *place/distribution* (tempat/distribusi), *promotion* (promosi), *partnership* (kemitraan), dan *policy* (kebijakan).

Elemen ini dapat dijadikan rumusan bauran pemasaran menjadi susunan yang kompleks serta butuh kejelian. Adapun analisis setiap elemen *social marketing* yang telah dirumuskan oleh Badan Lingkungan Hidup DIY adalah sebagai berikut :

1. *Product* (Produk)

Dalam hal ini, produk diartikan sebagai ide atau gagasan yang dapat merubah perilaku masyarakat atau target sasaran menjadi lebih baik, Badan Lingkungan Hidup DIY memiliki produk sosial diataranya adalah menyadarkan masyarakat dalam melakukan kegiatan kerja bakti/pembersihan sungai melalui program Merti Kali agar lingkungan menjadi lebih baik dan sehat. Produk sosial ini dikemas dengan tagline menggali budaya menjaga semesta.

Hal ini sudah sesuai dengan konsep Kotler yaitu produk sosial berupa perubahan perilaku di mana target sasarnya sudah melakukan kegiatan bersih-bersih sungai secara berkelanjutan dengan mengikuti kegiatan kerja bakti Program Merti Kali maupun di luar kegiatan kerja bakti dari Badan Lingkungan Hidup DIY.

Adapun teori yang menjadi acuan peneliti yaitu adanya produk inti (*core product*) keuntungan dari perilaku yang ditawarkan dengan mengikuti kerja bakti Progra Merti Kali maka lingkungan sungai akan terjaga dan dapat mengurangi tingkat pencemaran sungai selain itu dapat meningkatkan kualitas air sungai menjadi lebih baik. Produk utama (*actual product*) perilaku itu sendiri dari

produk sosial tersebut adanya *tagline* “Menggali Budaya Menjaga Semesta” itu sendiri, maksud dari *tagline* tersebut adalah kita dapat mengenal perbedaan budaya yang terdapat di setiap wilayah sekaligus untuk bagaimana kita dapat menjaga kebersihan sungai sebagai kelestarian sungai. Terakhir adalah *augmented product* (produk dan jasa pendukung dari perilaku yang ditawarkan) yaitu fasilitas yang digunakan saat melangsungkan kegiatan kerja bakti Program Merti Kali yang nanti diberikan kepada target sarannya sebagai pendukung tercapainya tujuan diciptakannya produk sosial ini.

Dalam melakukan kegiatan Program Merti Kali pihak Badan Lingkungan Hidup DIY juga menyediakan alat untuk melangsungkan kegiatan Merti Kali ini, yaitu seperti bagor, masker, sepatu *boots* dan kaos tangan.

Produk sosial pada dasarnya merupakan representasi identitas dari organisasi tertentu. Kekhasan produk sosial yang dipasarkan oleh organisasi pada akhirnya akan melahirkan *labelling* pada masyarakat akan citra organisasi tersebut. Adapun pengertian mengenai produk sosial adalah produk yang disediakan oleh produsen kepada konsumen dengan tujuan (yang lebih utama) untuk memperoleh manfaat sosial, bentuknya adalah gagasan, praktik atau barang yang sifatnya *tangible* (kasat mata), atau yang sifatnya *intangibe* (tidak kasat mata).

2. *Price* (Harga)

Price atau harga bukanlah nilai yang dipatok sesuai produk yang dikeluarkan oleh komunitas. Harga yang ditetapkan dalam *social marketing* disini merujuk pada biaya, waktu, resiko, dan usaha yang dibutuhkan untuk mendapatkan hasil yang diinginkan.

Disini harga yang dimaksud adalah biaya yang di keluarkan dalam melangsungkan kegiatan kerja bakti Program Merti Kali, biaya ini di dapatkan dari Keistimewaan dengan jumlah Rp 1.000.000.000,00 dengan jumlah yang di berikan di lakukan berbagai macam kegiatan yaitu seperti kegiatan sosialisasi, promosi maupun saat melangsungkan kegiatan kerja bakti Program Merti Kali. Waktu di sini yaitu waktu luang yang dibeikan masyarakat untuk mengikuti sosialisasi dan juga ikut peran serta dalam melaksanakan kegiatan kerja bakti Program Merti Kali.

Pada kegiatan sosialisasi Program Merti Kalidari Badan Lingkungan Hidup DIY bisa diikuti oleh seluruh warga yang sesuai dengan khalayak sasaran yang telah ditetapkan. Kegiatan tersebut dilaksanakan dengan tidak dipungut biaya.

Peneliti disini menilai, jika sosialisasi dilaksanakan dengan pungutan biaya maka akan lebih susah lagi warga yang mau datang, karena sosialisasi yang tidak dipungut biayapun masih banyak warga yang tidak datang. Selain itu terlaksananya Program

Merti Kali ini juga merupakan kegiatan positif untuk masyarakat sekitar sungai agar kualitas lingkungan sungai menjadi lebih baik.

Dalam kegiatan Program Merti Kali ini Badan Lingkungan Hidup DIY tidak mematok harga ataupun jumlah donasi. Langkah ini sudah benar karena seluruh masyarakat Yogyakarta dapat ikut peran serta dalam kegiatan yang dilakukan oleh Badan Lingkungan Hidup DIY.

Adapun hasil yang didapatkan setelah melakukan kegiatan kerja bakti yang di nilai bermanfaat bagi Badan Lingkungan Hidup DIY dan juga warga dalam kebersihan lingkungan sungai, terlihat dari gambar berikut yang sebelumnya terdapat banyak tumpukan sampah yang berada di sekitar sungai, setelah dilakukan kegiatan pembersihan di Sungai Winongo sudah tidak ada lagi sampah-sampah yang terlihat di sekitar sungai tersebut.

3. *Place* (Tempat)

Pada *social marketing* tempat yang strategis dapat mempengaruhi target sasaran yang telah berubah perilaku dari yang kurang paham menjadi paham dalam mendapatkan produk yang diharapkan serta memudahkan target dalam menerima produk sosial yang diharapkan, selain itu *social marketing* disini sebagai media di mana seseorang dapat memperoleh informasi mengenai suatu program *social marketing*.

Kegiatan kerja bakti Program Merti Kali ini dilakukan di sepanjang Sungai Winongo dari hulu hingga hilir sungai yang di mana di bagi menjadi 6 (enam) penggal dan di setiap penggal dibagi lagi menjadi 10 titik. Setiap titik terdapat koordinator dari Forum Pegiat Sungai Winongo yaitu Forum Komunikasi Winongo Asri (FKWA) yang tujuannya untuk mengkontribusikan lokasi pebersihan sungai bersama dengan warga yang ikut terjun dalam kerja bakti Program Merti Kali.

Tempat distribusi produk sosial merupakan salah satu elemen dalam bauran pemasaran. Tempat distribusi produk sosial pada dasarnya merupakan elemen pendukung dalam aktivitas promosi produk sosial. Tempat distribusi produk sosial adalah berbentuk medium pemasaran atau sarana pemasaran produk sosial. Adapun pengertian mengenai tempat distribusi produk sosial adalah seperti berikut : tempat yang dimaksud adalah tempat dimana produk sosial yang ditawarkan diperoleh konsumen atau saluran distribusi berperan memindahkan produk dari satu titik produksi ke titik konsumsi.

Pada *social marketing* titik produksi adalah kampanye sosial, sedangkan titik konsumsi adalah tempat dimana kelompok sasaran terpapar dan mengadopsi produk tersebut. Berangkat dari berbagai alasan dalam pemilihan tempat distribusi produk sosial dan penetapan berbagai hal yang harus dimiliki para pelaksana

lapangan yang diutarakan oleh Badan Lingkungan Hidup DIY, maka sejauh ini pemilihan tempat distribusi produk sosial dinilai sudah rasional dan mudah dijangkau oleh masyarakat.

Adapun dokumentasi kegiatan kerja bakti Program Merti Kali yang dilakukan di Sungai Winongo yang di mana sebelumnya sudah peneliti paparkan dalam sajian data, setiap penggal dan salah satu titik yang dikerjakan oleh warga sekitar Sungai Winongo.

4. *Promotion* (Promosi)

Berbagai aktivitas promosi yang dilakukan oleh pihak Badan Lingkungan Hidup DIY bertujuan untuk memberikan informasi kepada masyarakat sasaran tentang produk sosial Program Merti Kali. Berbagai media promosinya melalui media sosial (*website, twitter, facebook, intagram* dan *youtube*), media cetak (*leaflet* dan *komik*), serta media elektronik (*radio, televisi* dan *koran*).

Selain itu adapun kegiatan promosi yang dilakukan oleh Badan Lingkungan Hidup Daerah Istimewa Yogyakarta seperti kegiatan *workshop* dan sosialisasi kerja bakti Program Merti Kali.

Badan Lingkungan Hidup DIY sebelumnya mengirimkan undangan kepada RT/RW yang berkepentingan untuk menghadiri kegiatan sosialisasi. Sosialisasi ini di koordinasikan oleh Forum Komunikasi Winongo Asri (FKWA) di mana Forum Pegiat Sungai tersebut mengundang tokoh-tokoh masyarakat untuk menghadiri

sosialisasi kerja bakti Program Merti Kali oleh Badan Lingkungan Hidup DIY. Badan Lingkungan Hidup DIY melaksanakan sosialisasi terkait Program Merti Kali dengan melakukan penyuluhan kepada masyarakat. Seperti yang telah di paparkan dalam sajian data, di mana teori ini sudah sesuai dengan teori Lopiyoadi dengan adanya penyuluhan mengenai Program Merti Kali diharapkan masyarakat mendapatkan kesadaran dalam menjaga lingkungan sungai dengan mengikuti kegiatan sosialisasi Program Merti Kali.

Adapun promosi yang dilakukan oleh Badan Lingkungan Hidup DIY selain kegiatan sosialisasi yaitu kegiatan *workshop* yang di nilai sudah sesuai dalam melakukan kegiatan promosi, kegiatan ini di hadiri oleh Perangkat Desa, Akademisi dan Forum Pegiat Sungai untuk berdiskusi tentang pelaksanaan kegiatan Merti Kali di setiap sungai. Pembicara dalam kegiatan *workshop* tersebut Ir. Joko Wuryanto, M.Si. , Drs. Y. Agus Setianto, M.Si. (BLH DIY) dan Ir. Reni Anggraeni, M.Sc. (BLH DIY). Kegiatan ini dilakukan 1 (satu) kali pada bulan Maret 2017.

Dalam hal ini sudah sesuai dengan teori bauran promosi menurut Lopiyoadi di mana pemanfaat media sosial sebagai sarana menyebarkan konten tentang Program Merti Kali seperti Instragram, twitter, Facebook disini kurang maksimal karena kurangnya Sumber Daya Manusia untuk menangani media sosial

Merti Kali itu sendiri. Akan tetapi penyebaran yang dilakukan oleh Badan Lingkungan Hidup Daerah Istimewa Yogyakarta (BLH DIY) melalui media massa maupun media edukasi sudah maksimal dan dinilai sudah pas, di mana sebelumnya sudah penulis uraikan dalam sajian data bahwa target sasarannya ternyata mendapatkan informasi mengenai ajakan untuk menjaga lingkungan sungai agar tidak membuang sampah di sungai yang di mana terdapat dalam siaran televisi yaitu dalam siaran TVRI Jogja.

5. *Partnership* (Kemitraan)

Membangun jaringan kerjasama menjadi penting dalam strategi *social marketing*. Membangun jaringan kerjasama atau kemitraan merupakan salah satu elemen yang turut membantu kesuksesan implementasi strategi *social marketing*. Tanpa adanya kemitraan ide-ide besar yang digagas tidak akan dapat diterima dengan baik oleh target populasi.

Dalam hal pemasaran, pemasar sosial membutuhkan mitra yang baik agar pemasaran produk sosial dapat tersampaikan di masing-masing target populasi. Dalam setiap tahapan strategi *social marketing* sangatlah mustahil pemasar sosial berdiri sendiri tanpa adanya mitra kerja.

Badan Lingkungan Hidup DIY melakukan kerjasama dengan Pemerti Sungai Winongo FKWA (Forum Komunikasi Winongo

Asri). Pada setiap persiapan pelaksanaan kegiatan kerja bakti Program Merti Kali untuk mengumpulkan para warga/target sasaran yang akan ikut terjun dalam melakukan kegiatan tersebut Forum Pemerti Sungai sangat membantu Badan Lingkungan Hidup DIY dalam hal tersebut, karena tanpa mereka instansi kurang maksimal untuk melakukan pendekatan intens dengan warga sekitar sungai. Forum Pemerti Sungai bersama *planner* pendamping Badan Lingkungan Hidup DIY bekerjasama untuk mengumpulkan warga yang akan melakukan pembersihan sungai, yang menghadiri kegiatan kerja bakti Program Merti Kali diantaranya perangkat desa seperti kepala dusun, ketua RT, ketua RW dan juga para warga.

Dalam membangun mitra kerja tentu harus menyesuaikan kebutuhan-kebutuhan dalam tiap-tiap kegiatan. Mengenai aktivitas promosi produk sosial, tentu mitra kerja sangatlah berperan penting khususnya dalam aktivitas promosi pra diadakannya kegiatan. Mitra kerja yang kuat akan berdampak pada suksesnya aktivitas promosi penyelenggaraan kegiatan yang akan digelar.

Sedangkan untuk kerjasama dengan komunitas Pegiat Sungai Badan Lingkungan Hidup DIY mengadakan rapat koordinasi untuk pelaksanaan kegiatan Merti Kali. Merujuk pada mitra kerja yang dibangun oleh Badan Lingkungan Hidup DIY yang disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing program kegiatan, kemitraan

yang dijalin oleh Badan Lingkungan Hidup DIY dinilai cukup baik dalam mencapai kesuksesan masing-masing program dan kegiatannya.

6. Policy (Kebijakan)

Dalam rangka memasarkan produk sosialnya, pemasar sosial tidak hanya fokus kepada program dan kegiatan khusus, akan tetapi mendorong lahirnya peraturan negara juga menjadi prioritas bagi pemasar sosial. Dengan adanya kebijakan biasanya dilakukan untuk memotivasi masyarakat dalam melakukan perubahan perilaku. Keterlibatan pemerintah sebagai pemegang penuh kebijakan dalam pelaksanaan program *social marketing* sangatlah penting dalam mengingatkan masyarakat untuk merubah sebuah perilaku yang baru.

Dalam *social marketing* keterlibatan pemerintah dalam pengambilan kebijakan sangat dibutuhkan. Selain dari kebijakan instansi pemerintah adapun kebijakan yang di tetapkan oleh Pemerintah Desa, yaitu mengenai Bank Sampah dimana kebijakan ini membuat warga desa akan mendapatkan tambahan penghasilan untuk kepentingan warga itu sendiri, dengan itu warga desa dapat melakukan pemilihan sampah yang dapat di olah dan dibuat menjadi barang-barang yang nantinya dapat dijual oleh warga setempat dan hasil yang didapatkan oleh warga setempat akan mereka gunakan untuk keperluan warga itu sendiri.

Badan Lingkungan Hidup DIY sebagai instansi pemerintahan yang memiliki ketugasan mengenai lingkungan hidup dalam Program Merti Kali ini instansi memberikan kebijakan atau peraturan yang sudah sesuai dengan adanya peraturan untuk menjaga kelestarian lingkungan sungai dimanasebagian beberapa tempat telah dipasang *security camera* yang berada di sekitar pinggir sungai maupun jembatan dekat sungai, dengan adanya *security camera* (CCTV) agar dapat memantau kegiatan masyarakat yang melanggar aturan.