

STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* PEMPROV BALI MENUJU BALI BEBAS SAMPAH PLASTIK

Oleh:

I Komang Agus Widiantara
STAHN Mpu Kuturan Singaraja
awitaraa@gmail.com

Abstrak

Penanganan sampah plastik di Bali disikapi serius Pemerintah Provinsi (Pemprov) dengan dikeluarkannya Peraturan Gubernur Bali No.97/2018 tentang Pembatasan Timbulan Sampah Plastik Sekali Pakai. Regulasi ini menjadi solusi ditengah peliknya persoalan sampah di Pulau Dewata. Pasca ditetapkannya aturan tersebut, berbagai elemen masyarakat, penggiat lingkungan dan komunitas menyambut dengan positif. Gerakan memerangi sampah plastik hingga kampanye untuk memangkas penggunaan unsur plastik tersosialisasikan dengan baik. Dengan mengkaji secara kualitatif, penelitian ini mencoba untuk menguraikan strategi *public relations* yang digunakan oleh Pemprov Bali menuju Bali bebas sampah plastik. Dari kajian yang dilakukan, pendekatan strategi yang diterapkan dalam mengoptimalkan peran *public relations* diantaranya: *publications, new, event, dan community involvement*. Termasuk upaya penanganan krisis pasca penerapan Pergub yang berujung pada peninjauan kembali pihak yang dirugikan melalui Mahkamah Asung (MA) seperti strategi defensif, adaptif dan dinamis.

Kata Kunci: strategi *public relations*, sampah plastik, krisis

Abstract

The handling of plastic waste in Bali was taken seriously by the Provincial Government (Pemprov) with the issuance of Bali Governor Regulation No.97 / 2018 concerning Limitation on the Occurrence of Disposable Plastic Waste. This regulation is a solution amid the complicated problems of waste on the island. After the enactment of these rules, various elements of society, environmental activists and communities welcomed positively. The movement to fight plastic waste until the campaign to cut the use of plastic elements is well socialized.

By reviewing qualitatively, this research tries to outline the public relations strategy used by the Bali Provincial Government towards a plastic-free Bali. From the studies conducted, the strategic approach adopted in optimizing the role of public relations includes: publications, new events, and community involvement. Including the crisis handling efforts after the adoption of the Governor Regulation which resulted in the review of the injured party through the Asung Court (MA) such as a defensive, adaptive and dynamic strategy.

Keywords: *public relations strategy, plastic waste, crisis*

Pendahuluan

Upaya penangan sampah plastik di Bali disikapi serius oleh Pemerintah Provinsi Bali. Hal ini ditengarai karena sampah plastik menjadi persolan serius bagi lingkungan. Pencemaran sampah plastik juga mencoreng pariwisata Bali. Sebagai bentuk komitmen, akhirnya Pemerintah mengeluarkan Peraturan Gubernur Bali No.97/2018 tentang Pembatasan Timbulan Sampah Plastik Sekali Pakai. Substansi Peraturan Gubernur (Pergub) terbilang komprehensif dan bahasanya sangat ambisius. Pergub Pembatasan Timbulan Sampah Plastik Sekali Pakai ini bertujuan pengurangan limbah plastik sekali pakai dan

mencegah kerusakan lingkungan. Plastik Sekali Pakai (PSP), adalah segala bentuk alat/bahan yang terbuat dari atau mengandung bahan dasar plastik, lateks sintetis atau *polyethylene, thermoplastic synthetic polymeric* dan diperuntukkan untuk penggunaan sekali pakai.

Ada tiga jenis PSP yang dilarang dalam Pergub ini yakni kantong plastik, polysterina (styrofoam), dan sedotan plastik. Aturan ini mewajibkan setiap orang dan lembaga baik pemasok, distributor, produsen, penjual menyediakan pengganti atau substitusi PSP. Termasuk melarang peredaran, distribusi, dan penyediaan PSP baik oleh masyarakat, pelaku usaha, desa adat, dan lainnya. Ruang lingkup regulasi ini adalah jenis dan pembatasan plastik sekali pakai (PSP), produk pengganti PSP, strategi daerah, kerjasama, pendanaan, penghargaan, dan sanksi administratif.

Strategi yang akan dilakukan yakni melakukan identifikasi dan pendataan PSP, membuat baseline data penggunaan produk PSP, penyusunan rencana kegiatan dan target tahunan. Selain itu mengurangi timbunan PSP, edukasi, kampanye, pelarangan penggunaan PSP, serta mendorong penggunaan alternatif pengganti yang berbahan ramah lingkungan.

Pergub ambisius ini memang lahir dari persoalan sampah plastik di Pulau Dewata. Bali beberapa kali menjadi sorotan nasional dan internasional karena permasalahan sampah plastik. Maret 2018 seorang penyelam asal Inggris membuat video yang memperlihatkan banyaknya sampah plastik di perairan Nusa Penida. Di bulan Desember 2018, sebuah foto hasil jepretan WNA Inggris lainnya viral di media sosial karena memperlihatkan pantai di Bali yang penuh dengan sampah. Persoalan sampah plastik menjadi fenomena gunung es yang seolah menutupi sisi gelap pariwisata Pulau Dewata yang selama ini dicitrakan bersih, aman, lestari dan indah.

Gelombang sampah di Bali juga dikuatkan dengan riset Bali Partnership yang merilis data cukup mengejutkan mengenai jumlah sampah di Bali mencapai 4.281 ton. Dari jumlah tersebut, 11 persen di antaranya mengalir hingga ke laut. Tiap tahun, jumlahnya mencapai 1,5 juta ton. Riset yang dilakukan pada Januari – Mei 2019 ini melalui survei pada 949 pelaku pengelolaan sampah, 234 kajian jenis sampah, 10 tempat pembuangan akhir (TPA) untuk pendataan, dan 100 survei sampah jalanan. Data primer itu dilengkapi data sekunder dari Dinas Lingkungan Hidup (DLH) seluruh Bali, Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (Bappeda), Badan Pusat Statistik (BPS), dan Insitut Teknologi Bali (ITB). (www.mongabay.co.id, 2019)

Membludaknya sampah di Bali sepertinya merepresentasikan Indonesia sebagai penyumbang sampah plastik terbanyak kedua di dunia setelah Tiongkok. Hal ini Merujuk data tahun 2018 dari Asosiasi Industri Plastik Indonesia (Inaplas) dan Badan Pusat Statistik (BPS) mencapai 64 juta ton/ tahun dimana sebanyak 3,2 juta ton merupakan sampah plastik yang dibuang ke laut. Isu sampah di Bali yang mendunia sekaligus mendapat perhatian spesial serangkaian acara IMF yang berlangsung di Bali pada Oktober 2018. Penanganan sampah mendapatkan atensi IMF yang dirangkai dengan acara bertajuk *Tri Hita Karana for Clean Bali*. Acara ini memang ditujukan untuk mengumpulkan *stakeholder* penanganan sampah. Gubernur Bali Periode 2013-2018 I Made Mangku Pastika mengaku malu sebagai pimpinan daerah yang belum bisa menuntaskan persoalan sampah plastik saat itu. Pihaknya menyebut Negara yang tidak mengenal dan memiliki konsep Tri Hita Karana seperti Singapura dan Rwanda di Afrika mampu menjaga kebersiahan lingkungan dan alam sehingga bebas dari berbagai jenis sampah yang idealnya diimplementasikan di Bali. (www.mongabay.co.id, 2019)

Pergub mengenai Pembatasan Timbunan Sampah Plastik Sekali Pakai diharapkan menjadi solusi untuk mengatasi persoalan sampah di Pulau Dewata. Pemprov Bali memberikan ultimatum 6 bulan bagi produsen, pemasok, dan pelaku usaha untuk mengikuti Pergub sejak ditetapkan pada 21 Desember 2018. Pemprov Bali akan membentuk tim

pengawasan dan pendampingan kebijakan ini. Pergub tersebut mendapat sambutan hangat dari berbagai pihak. Mulai dari aktivis lingkungan, penggiat pengolahan sampah, komunitas, korporasi, tokoh masyarakat, individu.

Hal tersebut tercermin dari *feedback* masyarakat luas mengenai sampah plastik. Gerakan secara masif yang mendorong masyarakat untuk meleak dengan persoalan sampah menjadi perbincangan hangat di mana-mana. Dalam berbagai forum seperti seminar, dialog, FGD, talkshow, menjadikan sampah plastik sebagai diskursus lingkungan yang begitu pelik dan penting untuk diperangi. Fenomena sampah plastik yang berdampak buruk ditambah diliterasi dalam berbagai pemberitaan media dan diskusi di media sosial menjadi sampah plastik menjadi musuh bersama.

Pada akhirnya gerakan untuk mendorong masyarakat peduli dengan lingkungan dan mengurangi sampah plastik dengan mudah ditemukan saat ini di Bali. Aksi bersih-bersih nyaris digalakkan setiap saat. Para komunitas lingkungan juga tiada henti melakukan kampanye dengan turun langsung ke objek-objek vital sampah plastik seperti pantai, sumber mata air hingga kawasan wisata. Kegiatan komunikasi yang terorganisir dengan tujuan untuk menciptakan dampak tertentu terhadap sebagian khalayak sasaran secara berkelanjutan dalam periode waktu tertentu sepertinya sejalan dengan pandangan Rogers dan Storey (Ruslan, 2008). Dalam konteks pembahasan ini, kampanye yang dilakukan oleh Pemprov Bali terhadap Pergub Pembatasan Timbulan Sampah Plastik Sekali Pakai akan dilihat dari kaca mata *public relations* yang mana dalam prakteknya kampanye menjadi program kerja atau strategi dari *public relations* untuk sebuah lembaga maupun organisasi.

Menurut Joseph R. Dominick (Febriyansyah, 2016), *public relations* mengimplementasikan kegiatannya pada tiga bidang kajian kerja yaitu mempengaruhi opini publik, komunikasi dan fungsi manajemen. Hal ini juga dipertegas mengenai kewajiban seorang praktisi PR meliputi *sensor of social change, corporate conscience, communicator, dan corporate monitor* (Damayanti, 2013). Sedangkan menurut Effendy (2000: 300) mengemukakan pendapat bahwa berhasil atau tidaknya kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh strategi komunikasi.

Strategi pada hakekatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Oleh karena itu strategi komunikasi *public relations* merupakan paduan dari perencanaan komunikasi (*communicationplanning*) dan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi *public relations* harus dapat menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung dari situasi dan kondisi. (Effendy, 2000: 301).

Mengacu pada pola strategi *public relations* tersebut, menurut Ruslan (2008:107) memberikan batasan pengertian tentang strategi *public relations*, antara lain: Alternatif optimal yang dipilih untuk ditempuh guna mencapai tujuan *public relations* dalam kerangka suatu rencana *public relations (public relations plan)*. *Public relations* pada umumnya dianggap sebagai bagian dari strategi pemasaran organisasi. Strategi sendiri pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan, akan tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Strategi komunikasi harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung pada situasi dan kondisi. Individu dan organisasi memang bisa lestari tanpa *public relations*, tetapi dengan program *public relations* yang terencana, suatu

lembaga atau perusahaan bisa mengharapkan hasil yang lebih baik dan reputasi yang semakin meningkat.

Public relations yang dilakukan oleh Pemprov Bali dalam mengampanyekan Peraturan Gubernur Bali No.97/2018 tentang Pembatasan Timbulan Sampah Plastik Sekali Pakai menjadi menarik dibahas. Mengingat regulasi tersebut bisa direspon dengan cepat dan masif di tengah masyarakat yang gandrung akan kebutuhan kantong plastik sehari-hari. Terkait hal tersebut, penulis akan meninjau lebih jauh bagaimana upaya Pemprov Bali dalam merancang strategi *public relations* sehingga kebijakan yang dikeluarkan baru seumur jagung tersebut disambut positif di tengah masyarakat Bali. Di samping itu, dampak dari kebijakan tersebut bukan berarti tidak mengalami penolakan. Pasalnya, produsen dan distributor kantong plastik merasa dirugikan. Sementara itu sekelompok masyarakat juga ada yang mempertanyakan solusi kongkret yang ditawarkan oleh Pemprov Bali dalam mensubstitusi kantong plastik dengan bahan yang lebih ramah lingkungan sekaligus dengan biaya terjangkau. Persoalan tersebut akan penulis uraikan dalam perspektif *public relations*.

Metode Penelitian

Metode yang digunakan penulis dalam penelitian ini yaitu dengan melalui pendekatan kualitatif. Data yang dikumpulkan penelitian dengan pendekatan kualitatif bukan berupa angka-angka melainkan data tersebut berasal dari naskah wawancara, publikasi media, catatan lapangan, dan dokumen resmi lainnya. Selain itu juga, dengan penelitian kualitatif, penulis berusaha membangun makna mengenai suatu fenomena berdasarkan pandangan-pandangan dari para narasumber.

Penulis menggunakan paradigma konstruktivis dikarenakan penelitian ini bertujuan untuk menjabarkan suatu strategi *media relations* yang dilakukan oleh Pemprov Bali dalam mensosialisasikan Peraturan Gubernur Bali No.97/2018 tentang Pembatasan Timbulan Sampah Plastik Sekali Pakai. Jenis penelitian deskriptif kualitatif yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Menurut Yin (Mukhtar, 2013: 35) yang dimaksud dengan studi kasus adalah salah satu metode penelitian ilmu sosial. Metode penelitian ini sangat cocok untuk digunakan manakala seorang penulis ingin mengungkap sesuatu dengan bertolak pada pertanyaan “*How* atau *Why*”. Data

Hasil Temuan dan Diskusi

Frank Jefkins (dalam Yadin, 2003: 10) mengemukakan bahwa *public relations* merupakan bentuk komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam, maupun ke luar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian. Sedangkan J. H. Wright mengemukakan bahwa *public relations* yang modern merupakan suatu rencana tentang kebijaksanaan dan kepemimpinan yang akan menanamkan kepercayaan publik dan menambah pengertian mereka (Saputra & Nasrullah, 2011: 3). Strategi aksi ditujukan untuk melayani kepentingan bersama, yaitu perusahaan dan publiknya. Strategi aksi didasarkan pengetahuan bagaimana kebijakan perusahaan, prosedur aksi dan *output* lainnya memberikan kontribusi terhadap masalah *public relations*. Suatu pemahaman yang menyeluruh atas situasi bermasalah sangat penting untuk merancang strategi aksi. Strategi aksi juga terfokus pada upaya melakukan penyesuaian (*adjustment*) dan adaptasi pada organisasi atau perusahaan.

Menurut Firsan Nova, strategi *public relations* terdiri dari: Pertama, *Publication*. Setiap fungsi dan tugas *public relations* adalah menyelenggarakan publikasi atau menyebarluaskan informasi melalui berbagai media mengenai kegiatan dan aktivitas perusahaan yang layak diketahui oleh publik. Dalam hal ini tugas *public relations* adalah menciptakan berita untuk mencari publisitas melalui kerjasama dengan pihak media (pers atau wartawan) dengan tujuan menguntungkan citra perusahaan yang diwakilkannya. Kedua,

Event. Tugas merancang *event* bertujuan untuk memperkenalkan produk dan layanan perusahaan, mendekati diri ke publik dan lebih jauh lagi dapat mempengaruhi opini publik. Ketiga, *News*. Berupaya menciptakan berita melalui *press release*, *news letter*, *bulletin*, dll. oleh karena itu seorang *public relations* harus mempunyai kemampuan menulis yang baik untuk menciptakan publisitas, Keempat, *Community Involvement*. Keterlibatan tugas sehari-hari seorang *public relations* adalah mengadakan kontak sosial dengan kelompok masyarakat tertentu guna menjaga hubungan baik (*community relations and human relations*) antara masyarakat dengan perusahaan yang diwakilinya.

Kelima, *Inform or Built Image*. Salah satu fungsi utama dari *public relations*, yaitu memberikan informasi kepada publik atau menarik perhatian, sehingga diharapkan dapat memperoleh tanggapan berupa citra positif, Keenam, *Lobbying and Negotiation*. Keterampilan untuk melobi melalui pendekatan pribadi dan kemampuan bernegosiasi sangat diperlukan bagi seorang *public relations*. Tujuan lobi adalah untuk meraih kesepakatan (*deal*), atau memperoleh dukungan dari individu dan lembaga yang berpengaruh terhadap kelangsungan bisnis perusahaan, dan Ketujuh *Social Responsibility*. Memiliki tanggung jawab sosial dalam aktivitas *public relations* yaitu menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kepedulian terhadap masyarakat. Hal ini sangat penting untuk meningkatkan citra perusahaan di mata publik.

Dalam menjalankan fungsi *public relations* atau humas, dituntut memiliki kemampuan khusus sehingga tujuan sebuah organisasi atau institusi berjalan sebagaimana yang diagendakan. Kemampuan tersebut menurut Ruslan (2014:132) diantaranya:

1. Memiliki kemampuan mengamati dan menganalisis suatu persoalan berdasarkan fakta di lapangan, perencanaan kerja, komunikasi dan mampu mengevaluasi suatu problematik yang dihadapinya.
2. Kemampuan untuk menarik perhatian melalui berbagai kegiatan publikasi yang kreatif, inovatif, dinamis, dan menarik bagi publiknya sebagai target sasarannya.
3. Kemampuan untuk mempengaruhi pendapat umum melalui kekuatan *public relations (Power of the PR)* dalam merekayasa pandangan atau opini publik (*Crystallizing public opinion*) yang searung dengan kebijakan organisasi atau instansi yang diwakilkannya itu dalam posisi saling menguntungkan.
4. Kemampuan PR atau humas menjalin suasana saling percaya, toleransi, saling menghargai, *good will* dan lain sebagainya dengan berbagai pihak, baik publik internal maupun eksternal.

Strategi Public Relations Pemprov Bali

Mengacu pada strategi *public relations* yang diuraikan oleh Firsan Nova di atas, memang tidak semua diterapkan oleh Pemerintah Provinsi Bali dalam mensosialisasikan Peraturan Gubernur Bali No.97/2018 tentang Pembatasan Timbulan Sampah Plastik Sekali Pakai kepada masyarakat luas. Namun, setelah penulis melakukan kajian, wawancara dan telusuri dari pemberitaan media massa ada beberapa strategi *public relations* yang diterapkan oleh Pemprov Bali untuk menuju Bali bebas sampah plastik.

Pertama, *Publication*. Pemprov Bali mengoptimalkan strategi publikasi ke media massa untuk mensosialisasikan Pergub Pembatasan Timbulan Sampah Plastik Sekali Pakai tersebut. Informasi mengenai Pergub ini mendapat sorotan luas dari media lokal dan nasional. Dalam berbagai kesempatan pernyataan Gubernur Bali I Wayan Koster terhadap Pergub yang dinilai pertama lahir di Indonesia ini, menarik simpati media untuk memberikan ragam ulasan dan perspektif. Pergub tersebut dinilai menjadi solusi di tengah bencana sampah plastik yang menggerogoti Pulau Dewata. Harus diakui, Pergub ini dipandang memiliki *value* untuk diberitakan sehingga mempengaruhi *agenda setting* pemberitaan berbagai media yang ikut mendorong literasi dan edukasi.

Kedua, *Event*. Pemprov Bali merancang kegiatan (*event*) sebagai tindak lanjut dari Pergub. Kegiatan yang dirancang terbilang cukup efektif untuk mensosialisasikan erang terhadap sampah plastik. Hal tersebut tercermin dari program Semesta Berencana Bali Resik Sampah Plastik yang merupakan implementasi Peraturan Gubernur (Pergub) 97 Tahun 2018. Kegiatan ini selain untuk mensosialisasikan Pergub juga sejalan dengan visi Pemprov Bali Nangun Sat Kerthi Loka Bali. Kegiatan secara perdana di gelar di di Lapangan Kintamani, Kabupaten Bangli, Provinsi Bali, pada hari Minggu (7/4/2019). Program Semesta Berencana Bali Resik Sampah Plastik saat itu digelar secara serentak tiap kabupaten/kota. Kegiatan ini melibatkan organisasi perangkat daerah, lapisan masyarakat, komunitas, organisasi pemuda, hingga penggiat lingkungan. Hingga sampai saat ini kegiatan serupa rutin di gelar di tiap-tiap Kabupaten kota di Bali.

Ketiga, *News*. Selain membangun hubungan media (*media relations*) strategi *public relations* yang di rancang oleh humas Pemprov Bali mengirimkan *press release*, *news letter*, *hingga bulletin* yang mengulas mengenai berita dan opini seputar penanggulangan sampah plastik yang dilakukan secara konsisten. Keempat, *Community Involvement*. Untuk menjangkau kesadaran masyarakat secara luas, Pemprov Bali menggandeng berbagai komunitas dalam mensosialisasikan Pergub no 97 tahun 2018 tersebut. Diantaranya dengan Peradah Bali, KMHDI Bali, Trash Hero, Bersih-bersih Bali. Kegiatan yang dilakukan terpadu dan konsisten dengan melibatkan masyarakat luas untuk menggalakkan Bali bebas sampah plastik.

Kegiatan yang melibatkan Pemprov Bali dan lintas organisasi tersebut bertajuk Gerakan Kedas Sampah Plastik (GEDASAMTIK) di Kawasan Pura Agung Besakih, Kecamatan Rendang, Kabupaten Karangasem siap digelar, Sabtu (2/2/2019). Kegiatan dikonsep secara sukarela (ngayah) yang menghadirkan 10 ribu lebih krama Bali dan instansi Pemerintah Provinsi Bali dan Kabupaten/Kota. Secara kongkret, empat startegi *public relations* yang digunakan Pevrov Bali dalam mensosialisasikan Pergub no 97 tahun 2018 sangat efektif untuk menumbuhkan kesadaran masyarakat secara luas.

Strategi Penanggulangan Krisis Pemprov Bali

Penerapan Peraturan Gubernur Bali No.97/2018 tentang Pembatasan Timbulan Sampah Plastik Sekali Pakai yang belum genap setahun tersebut memang mendapatkan dukungan dan apresiasi dari berbagai pihak. Namun ada berbagai persoalan yang hadir pasca ditetapkannya Pergub ini. Kritik cukup lantang datang dari produsen dan distributor kantong plastik. Hal serupa juga dikeluhkan oleh para pedagang di pasar tradisional hingga ibu rumah tangga. Berbagai pihak secara terbuka baik di forum resmi maupun media sosial melontarkan kritik, apa yang menjadi solusi pengganti kantong plastik dari Pemprov Bali. Aturan yang dikeluarkan dinilai terlalu idealis namun kurang realistis. Mengingat sejauh ini belum ada pengganti “praktis” kantong plastik.

Pihak yang paling dirugikan atas peraturan tersebut yakni **Asosiasi Daur Ulang Plastik Indonesia (ADUPI)**. Menurut ADUPI peraturan ini menyebabkan kekurangan bahan untuk didaur ulang. Sehingga produsen plastik merugi karena tidak bisa menjual plastik. Bahkan kerugian ini disebut sebagai pelanggaran hak asasi manusia dari segi hak memperoleh mata pencaharian. Pihak ADUPI pun melakukan gugatan uji materi ke Mahkamah Agung (MA) RI (radarbali.jawapos.com).

Dalam setiap kebijakan pasti memiliki dampak baik positif maupun negatif. Dampak negatif inilah yang menyebabkan krisis. Krisis tersebut jika dibiarkan berlarut tanpa penanganan serius akan mengganggu kinerja Pemrov Bali dalam menjalankan tugas pemerintahan. Sementara dalam manajemen krisis, terdapat strategi yang diterapkan oleh Pemprov Bali dalam menanggulangnya. Dalam konteks ini, penulis menguraikan penanganan strategi krisis seperti yang diutarakan oleh Saputra & Nasrullah (2011: 155) .

Pertama, *Defensive Strategy* (Strategi Defensif). Strategi bertahan yang dilakukan oleh kelembagaan ketika menghadapi media. Pilihan strategi ini bisa dilakukan apabila organisasi atau institusi dalam pelaksana *media relations* merasa memiliki keyakinan penuh bahwa tidak ada kesalahan prosedural ataupun legal yang dilakukan. Dalam konteks Pergub pembatasan sampah plastik yang dikeluarkan Pemprov Bali tersirat dalam hal ini. Menyikapi gugatan oleh ADUPI Wakil Gubernur Bali Tjokorda Oka Artha Sukawati dihadapan awak media di Denpasar mengatakan siap menghadapi kemungkinan-kemungkinan yang terjadi. Selaku Pemerintah, kebijakan yang dikeluarkan dinilai relevan dengan konsisi sampah plastik yang saat ini mencemari Pulau Dewata. Bahkan jika dibiarkan berlarut-larut tanpa adanya regulasi yang jelas, sampah plastik akan menjadi bencana lingkungan yang merugikan Bali secara ekologis, sosial dan budaya. Sehingga diterbitkannya Peraturan Gubernur Bali No.97/2018 tentang Pembatasan Timbulan Sampah Plastik Sekali Pakai sebagai wujud nyata dan komitmen Pemprov Bali berpihak pada lingkungan dalam jangka panjang.

Kedua, *Adaptive Strategy* (Strategi Adaptif). Dalam hal ini Peraturan Gubernur Bali terhadap Pembatasan Timbulan Sampah Plastik berdampak langsung pada produsen yang menyiapkan sarana berbahan plastik atau Styrofoam. Pembatasan ini menyebabkan keluhan langsung dari masyarakat yang terlanjur menjadikan kantong plastik dan sarana berbahan serupa untuk mempermudah kehidupan sehari-hari. Untuk itu Pemprov Bali melalui berbagai pemberitaan dan forum mensosialisasikan agar masyarakat menggunakan atau beralih pada bahan pengganti plastik atau ramah lingkungan. Misalnya tas berbahan kain atau kertas, pembungkus makanan hingga sedotan (pipet) menggunakan berbahan non plastik. Pada akhirnya hini mendorong kreativitas para pengrajin untuk berinovasi melahirkan produk-produk ramah lingkungan non plastik yang akan berdampak pada ekonomi kerakyatan.

Ketiga, *Dynamic Strategy* (Strategi Dinamik). Pemprov Bali menyikapi dengan dinamis terkait gugatan yang dilayangkan oleh ADUPI kepada mahkamah Agung (MA) RI terkait Pergub Sampah plastik. Gugatan tersebut ditolak penuh oleh MA dengan berbagai pertimbangan seperti Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup hingga regulasi Pengesahan *International Covenant on Economic, Social and Culture Right*.

Gubernur Bali, Wayan Koster amat bersyukur atas ditolaknya permohonan uji materi terhadap peraturan yang dibuatnya itu. Pihaknya menilai Bali darurat sampah plastik, di mana ia menyitir pertimbangan MA yang menyebut bahwa dari hasil kegiatan *clean up on voice one island* di 150 lokasi di seluruh Bali berhasil mengumpulkan sebanyak 30 ton sampah plastik. (www.liputan6.com). Dengan ditolaknya gugatan ADUPI ke MA, aturan Pergub bisa dijalankan oleh masyarakat Bali dan menjadi inspirasi bagi daerah lainnya di Indonesia. Meskipun menang dalam gugatan tersebut, tidak membuat Gubernur Bali jumawa melainkan menegaskan bahwa pihaknya akan tetap komitmen dengan lingkungan Bali sesuai dengan visi *Sad Kertih Loka* Bali.

Kesimpulan

Dari uraian di atas terkait strategi *public relations* Pemprov Bali menuju Bali Bebas Sampah Plastik dapat disimpulkan sebagai berikut.

Pemprov Bali menggunakan pendekatan strategi humas atau *public relations* cukup efektif dalam mensosialisasikan secara masif dan terintegrasi Peraturan Gubernur Bali No.97/2018 tentang Pembatasan Timbulan Sampah Plastik Sekali Pakai. Adapun strategi *public relations* yang diterapkan mulai dari: Pertama, *publications*, dengan mendesain pesan komunikasi atas Pergub yang dirancang sehingga menarik perhatian media massa lokal dan nasional. Kedua, Event. Pemprov Bali tidak semata menerbitkan aturan namun juga memberikan contoh dengan melakukan berbagai kegiatan untuk penanggulangan terkait sampah plastik. Mulai dari langkah preventif hingga reaktif. Program Semesta Berencana Bali Resik Sampah Plastik merupakan kegiatan bersih-bersih sampah plastik yang dirancang

sedemikian rupa dengan melibatkan pemerintah daerah, elemen masyarakat, organisasi hingga komunitas pemuda.

Ketiga, News. Selain membangun hubungan media (*media relations*) strategi *public relations* yang di rancang oleh humas Pemprov Bali mengirimkan *press release, news letter, hingga bulletin* yang mengulas mengenai berita dan opini seputar penanggulangan sampah plastik yang dilakukan secara konsisten. Keempat, *Community Involvement*. Untuk menjangkau kesadaran masyarakat secara luas, Pemprov Bali menggandeng berbagai komunitas dalam mensosialisasikan Pergub no 97 tahun 2018 tersebut. Diantaranya dengan Peradah Bali, KMHDI Bali, Trash Hero, Bersih-bersih Bali. Kegiatan yang dilakukan terpadu dan konsisten dengan melibatkan masyarakat luas untuk menggalakkan Bali bebas sampah plastik.

Sementara dalam menanggulangi krisis pasca diterbitkannya Pergub Pembatasan Timbulan Sampah Plastik Sekali Pakai, Pemprov Bali menyikapi dengan strategi defensif, adaptif dan dinamis. Sehingga penolakan terhadap aturan tersebut memiliki legal standing di hadapan hukum dan bisa diterima dengan rasional demi keberlangsungan lingkungan Bali yang tercemar dari berbagai sampah, diantaranya plastik.

Daftar Pustaka

- Febriyansyah, Andi. (2016). *Strategi Media Relations PT. Pelabuhan Tanjung Priok Dalam Menanggapi Krisis*. Jurnal Kajian Komunikasi, Vol 4, No 2.
- Gubernur Bali. 2018. *Peraturan Gubernur Bali No.97/2018 tentang Pembatasan Timbulan Sampah Plastik Sekali Pakai*. Sekertaris Daerah Provinsi Bali. Denpasar
- Kesuman, Mery Linda. (28 Januari 2019). Menuju Bali Bebas Sampah Plastik. *Balipost*. Diakses pada 6 Agustus 2019 melalui: <http://www.balipost.com/news/2019/01/28/67311/Menuju-Bali-Bebas-Sampah-Plastik.html>
- Muhajir, Anton. (2 Juli 2019). Inilah Data dan Sumber Sampah Terbaru di Bali. *Mongabay*. Diakses pada 6 Agustus 2019 melalui: <https://www.mongabay.co.id/2019/07/02/inilah-data-dan-sumber-sampah-terbaru-di-bali/>
- Mukhtar. (2013). *Metode praktis penelitian deskriptif kualitatif (cetakan pertama)*. Jakarta: Referensi.
- Nova, F. (2011). *Crisis public relations: strategi pr menghadapi krisis, mengelola isu, membangun citra dan reputasi perusahaan*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Ruslan, R. (2008). *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. Jakarta: PT Rosdakarya.
- Saputra, W. & Nasrullah, R. (2011). *Public relations 2.0 Teori Dan Praktik Public Relations Di Era Cyber*. Jakarta: Gramata Publishing.
- Setiawan, Budi dan Dini Salmiyah Fithrah (2018). *Kampanye Gerakan Indonesia Diet Kantong Plastik Dalam Membentuk Persepsi Masyarakat Bandung*. Jurnal Manajemen Komunikasi, Volume 2, No. 2
- Suriyani, Luh De. (29 Desember 2018). Bali Larang Plastik Sekali Pakai Mulai 2019. *Mongabay*. Diakses pada 6 Agustus 2019 melalui: <https://www.mongabay.co.id/2018/12/29/bali-larang-plastik-sekali-pakai-mulai-2019/>