

ANALISIS *A STRATEGIC APPROACH TO ENVIRONMENTAL PUBLIC RELATIONS*: KAJIAN IMPLEMENTASI KONSEP *GREEN PUBLIC RELATIONS*

THE ANALYSIS OF A STRATEGIC APPROACH TO ENVIRONMENTAL PUBLIC RELATIONS: THE IMPLEMENTATION STUDY OF GREEN PUBLIC RELATIONS CONCEPT

Muntadliroh

UPT Balai Konservasi Tumbuhan Kebun Raya Eka Karya Bali-LIPI
Candikuning, Baturiti, Tabanan, Bali, 82191

email: mun_tadliroh@yahoo.com atau munt001@lipi.go.id

(Diterima: 27 Agustus 2015; Direvisi: 1 Oktober 2015; Disetujui terbit: 9 Oktober 2015)

Abstrak

Isu kerusakan lingkungan telah menjadi permasalahan global yang menuntut kepedulian berbagai pihak. Di Indonesia, program instansi pemerintah yang bertujuan mengedukasi masyarakat akan pentingnya menjaga kelestarian lingkungan masih terbatas. UPT Balai Konservasi Tumbuhan Kebun Raya Eka Karya Bali LIPI (Kebun Raya Bali) sebagai salah satu instansi pemerintah yang memiliki tugas pokok dan fungsi sebagai lembaga konservasi tumbuhan Kawasan Timur Indonesia, pendidikan, penelitian, dan ekowisata mengimplementasikan program Green Public Relations yang terdiri dari dua program yaitu kegiatan tanggung jawab sosial Kebun Raya Bali dengan menyumbangkan 20% hasil perbanyakan bibit tumbuhan langka kepada masyarakat, dan program pendidikan lingkungan hidup. Kajian ini menganalisis implementasi program *Green Public Relations* Kebun Raya Bali menggunakan pendekatan *A Strategic Approach to Environmental Public Relations*, menggunakan metode deskriptif kualitatif yang melibatkan Humas Kebun Raya Bali serta Unit Seleksi dan Pembibitan sebagai sumber data primer. Kajian ini mengidentifikasi bahwa *A Strategic Approach to Environmental Public Relations* tidak hanya diimplementasikan untuk menyusun program krisis, tetapi juga relevan digunakan untuk menyusun program *Green Public Relations* seperti yang dilakukan Kebun Raya Bali. *A Strategic Approach to Environmental Public Relations* memiliki tahapan yang sederhana dan efektifitas pelaksanaan program *Green Public Relations* dapat terukur. Program *Green Public Relations* di Kebun Raya Bali menggunakan pendekatan *A Strategic Approach to Environmental Public Relations* dapat diadopsi oleh instansi pemerintah lainnya dengan memaksimalkan kiproh Pranata Humas pemerintah dalam mengedukasi masyarakat.

Kata kunci : *green public reations, Kebun Raya Bali, a strategic approach to environmental public relations.*

Abstract

The issue of environmental damage has become a global problem. Indonesian government programs that educate the public about environmental conservation is still limited. Bali Botanical Garden is one of the government agency that organizes Green Public Relations program. There are two programs run by Bali Botanical Garden: Donate 20 % of the total nursery rare species to the community as a Corporate Social Responsibility Program and Environmental education program for student and society. This study analyzes the implementation of Green Public Relations at Bali Botanical Garden uses the theory of A Strategic Approach to Environmental Public Relations, using qualitative descriptive method, involves Public Relations and Nursery Unit at Bali Botanical Garden as a source of primary data. This study identifies that A Strategic Approach to Environmental Public Relations is not only relevant for the crisis program but also Green Public Relations program such as at Bali Botanical Garden. A Strategic Approach to Environmental Public Relations has a simple stage and effectiveness of Green Public Relations program can be measured. This program can be adopted by other government agencies to educate the public.

Keywords: *green public reations, Bali Botanical Garden, a strategic approach to environmental public relations.*

PENDAHULUAN

Persoalan lingkungan telah menjadi isu global yang menuntut perhatian dari berbagai pihak baik institusi swasta maupun pemerintah. Komitmen global untuk menjadikan lingkungan menjadi lebih baik telah disuarakan banyak pihak melalui kampanye “go green” yang mengajak publik untuk bersikap ramah lingkungan dan melakukan penghematan energi di berbagai sektor.

Kementerian Kehutanan mencatat, data deforestasi di Indonesia pada tahun 2014 menempati posisi tertinggi di dunia, bahkan mengalahkan angka deforestasi Brasil 460.000 hektar. Hasil penelitian yang diterbitkan di jurnal *Nature Climate Change* (29/06/2014) menyebut deforestasi di Indonesia meningkat dengan cepat, pada medio 2000-2012, Indonesia kehilangan 6,02 hektare hutan setiap tahunnya.

Kondisi krisis lingkungan di Indonesia yang demikian menuntut kesadaran dari berbagai pihak untuk turut berperan melakukan tindakan perbaikan. Respon terkait isu lingkungan hidup tersebut lebih cepat ditindaklanjuti oleh perusahaan-perusahaan swasta yang mulai beralih ke konsep “green initiative” untuk menjalankan bisnisnya (Laksamana 2014).

Di Indonesia misalnya, *The Bodyshop* memelopori dengan kampanye ‘*against animal testing*’. Dalam keseharian operasional *The Bodyshop* sudah membatasi penggunaan AC dan cahaya lampu listrik. Perusahaan Danone Aqua, melakukan kampanye hijau melalui program *Corporate Social Responsibility (CSR)* berbasis masyarakat dalam bidang pengelolaan air, akses air bersih dan penyehatan lingkungan, konservasi dan kehutanan, pertanian, pendidikan dan mikro bisnis. Salah satu fokus yang ditangani adalah masalah krisis air bersih. Pesan utamanya adalah bahwa air merupakan sumber daya alam (SDA) yang terbaru, tetapi apabila pengelolaan sumber air dilakukan secara tidak bertanggung jawab, dampaknya akan sampai ke masyarakat dan industri pengguna air (Rahminoer 2012).

Edelman sebagai salah satu konsultan *public relations* terkemuka dunia pada tahun 2007 melakukan survei perihal *going green initiatives* terhadap perilaku konsumen. Hasil survei ini menunjukkan, 85% konsumen berniat mengubah (mengganti) brand mereka demi mendukung perusahaan-perusahaan yang aktif dalam kegiatan CSR dan lingkungan hidup. Bahkan, 7 dari 10 responden bersedia membayar lebih terhadap produk dari perusahaan yang kepedulian sosialnya tinggi (Laksamana 2014).

Fakta tersebut mengungkapkan bahwa isu lingkungan hidup telah melibatkan *praktisi public relations* (hubungan masyarakat) untuk berkomitmen pada konsep *green public relations* yang diimplementasikan melalui program CSR maupun *community development* yang dijalankan oleh perusahaan. Sayangnya, *government public relations* atau humas dari instansi pemerintah belum banyak terlibat dalam upaya merespon isu lingkungan hidup.

Government public relations atau humas pemerintahan merupakan salah satu institusi yang berada di dalam suatu ranah birokrasi. Di dalam Keputusan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor: 371/KEP/M.KOMINFO/8/2007 tentang Kode Etik Humas Pemerintahan Pasal 6, disebutkan humas pemerintahan adalah segenap tindakan yang dilakukan oleh suatu instansi/perusahaan dalam usaha membina hubungan yang harmonis dengan khalayak internal dan eksternal dan membina martabat instansi/pemerintahan dalam pandangan khalayak internal dan eksternal guna memperoleh pengertian, kepercayaan, kerja sama, dan dukungan dari khalayak internal dan eksternal dalam pelaksanaan tugas pokok dan fungsi (Putra 2015).

Dari definisi di atas diuraikan bahwa humas pemerintahan memiliki peran yang sangat strategis, bukan hanya sekadar melakukan pencitraan lembaga, tetapi juga membawa lembaga pemerintahan ke posisi yang bermartabat terhadap publik internal dan eksternal. Karena itu, humas pemerintahan harus benar-benar menjadi corong

yang ideal dan profesional. Namun kenyataannya belum semua humas pemerintahan di Indonesia memaksimalkan fungsinya. Masih banyak humas pemerintah yang terjebak pada upaya pencitraan lembaga, sehingga perannya sebagai komunikator kepada publik masih sangat terbatas, termasuk kepedulian humas pemerintah untuk mengomunikasikan isu lingkungan hidup kepada masyarakat masih belum tersentuh.

Sejauh ini hanya lembaga pemerintah yang memiliki tugas pokok dan fungsi di bidang lingkungan saja yang telah memiliki program pembenahan lingkungan, seperti Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan melalui program komunikasi lingkungan dan pemberdayaan masyarakat, Pusat Konservasi Tumbuhan Kebun Raya Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) melalui program pendidikan lingkungan dan konservasi tumbuhan langka. Dengan masih terbatasnya peran humas pemerintah dalam mengomunikasikan pesan lingkungan kepada masyarakat, maka rendah pula kesadaran masyarakat dalam menjaga lingkungan.

Unit Pelaksana Teknis (UPT) Balai Konservasi tumbuhan Kebun Raya “Eka Karya” Bali LIPI sebagai salah satu satuan kerja di bawah naungan LIPI memiliki tugas pokok dan fungsi sebagai lembaga konservasi tumbuhan langka Kawasan Timur Indonesia, penelitian, pendidikan, dan ekowisata terus berkomitmen menjaga kelestarian flora melalui kegiatan konservasi tumbuhan langka, upaya penelitian dan perbanyakan tumbuhan langka, upaya mereintroduksi (mengembalikan hasil perbanyakan tumbuhan langka ke habitat aslinya), menerapkan konsep ekowisata, serta mengomunikasikan pendidikan lingkungan hidup kepada masyarakat. Upaya-upaya tersebut berorientasi pada konsep *green public relations* yang melibatkan peran pranata humas.

Bertolak dari hal tersebut, kajian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas implementasi dari konsep *green public relations* yang dilakukan oleh humas di lem-

bagia pemerintah di UPT Balai Konservasi Tumbuhan Kebun Raya “Eka Karya” Bali-LIPI menggunakan pendekatan *A Strategic Approach to Environmental Public Relations*.

Penelitian mengenai konsep *green public relations* di Indonesia masih sangat terbatas, karena *green public relations* merupakan perspektif baru dalam dunia kehumasan. Merujuk pada hasil penelitian terdahulu, Nurissa Ananda Sari (2013) melakukan penelitian mengenai Strategi *green public relations* Melia Hotel & Resort Nusa Bua Bali menggunakan metode studi kasus. Hasil penelitian ini menjelaskan latar belakang Melia Hotel & Resort Nusa Bua Bali menerapkan strategi *green public relations* adalah untuk memberikan informasi mengenai program, aktivitas, dan prestasi yang berhasil diraih khususnya dalam bidang *green and sustainability* sehingga publik mengenal Melia Hotel & Resort Nusa Bua Bali sebagai *green hotel*. Strategi *green public relations* yang digunakan terdiri dari empat tahap yaitu *research, planning, action, dan evaluation* yang merupakan satu bagian integral dan saling terkait. Dalam pelaksanaannya, strategi yang dijalankan belum maksimal karena *research* kurang mendalam, *planning* kurang terstruktur, dan evaluasi kurang terukur (Sari 2013).

Di Indonesia, penelitian mengenai *green public relations* masih terbatas, kajian ini akan menganalisis implementasi konsep *green public relations* yang dilakukan oleh humas di UPT Balai Konservasi Tumbuhan Kebun Raya Eka Karya Bali-LIPI menggunakan pendekatan *A Strategic Approach to Environmental Public Relations* yang menitikberatkan pada penyusunan strategi yang efektif dalam merespon isu lingkungan hidup dan upaya yang dilakukan oleh humas instansi pemerintah di UPT Balai Konservasi Tumbuhan Kebun Raya Eka Karya Bali-LIPI dalam mengedukasi masyarakat akan pentingnya menjaga keselamatan lingkungan.

LANDASAN TEORI

Perspektif *Green Public Relations* dan *A Strategic Approach to Environmental Public Relations*

Isu lingkungan hidup telah menuntut banyak perusahaan menerapkan konsep *eco brand*, yang merambah pula ke dunia *public relations* yang melahirkan konsep *green public relations*. *green public relations* adalah sub divisi dari *public relation* yang mengomunikasikan praktik-praktik ramah lingkungan melalui program CSR perusahaan atau kampanye komunikasi lain kepada publik. Tujuannya adalah meningkatkan *brand awareness* dan meningkatkan reputasi perusahaan. Beberapa program yang dilakukan di antaranya adalah dengan menerbitkan artikel-artikel berita, memberikan penghargaan kepada tokoh-tokoh pelestarian lingkungan, menjalin kerjasama dengan kelompok-kelompok pecinta lingkungan dan mendistribusikan publikasi (Sarvaes 2013).

Terminologi ini berasal dari istilah '*green movement*', sebuah ideologi yang berupaya meminimalkan dampak aktivitas manusia terhadap lingkungan. Sementara di Indonesia, masih banyak perusahaan yang green program nya berhenti pada program CSR belaka. Semangat pelestarian lingkungan belum terintegrasi pada program komunikasi lain, apalagi sampai ke produk. *Going green* harus berkesinambungan, jangka panjang, hingga mampu memperlihatkan PR yang positif.

Konsep *green public relations* berkaitan erat dengan *environmental issues* yang dapat memberikan dampak bagi korporasi atau perusahaan. Permasalahan *public relations* mengenai lingkungan baik yang telah terjadi atau yang belum menimpa perusahaan akan memakan biaya yang sangat besar. Dalam situasi sekarang ini, *managing environmental profiles and relationship* telah menjadi bagian dari tindakan-tindakan *corporate communication*.

Environmental Public Relations (EPR) merupakan tindakan manajemen

setelah muncul permasalahan yang berkaitan dengan isu lingkungan yang berpotensi mengancam reputasi perusahaan serta dampak biaya yang mungkin keluar. Itulah mengapa mengatur tindakan *EPR* sebagai fungsi manajemen merupakan hal yang sangat penting.

Sebuah kegiatan *EPR* yang baik adalah sebuah kegiatan *public relation* yang juga berhubungan dengan manajemen perusahaan secara keseluruhan guna menghadapi krisis yang mungkin menimpa perusahaan. Krisis yang ditangani oleh *EPR* tentu saja krisis yang erat hubungannya dengan isu-isu lingkungan yang mungkin terjadi, oleh sebab itu, *EPR* bertugas sebagai '*warning*' bagi perusahaan dan manajemen khususnya mengenai isu lingkungan yang mungkin dapat menimpa perusahaan. Pendekatan yang lazim digunakan dalam *EPR* adalah *A Strategic Approach to Environmental Public Relations* yang meliputi tahapan sebagai berikut (Caywood 1997):

Issue Scanning and Analysis

Kebanyakan isu lingkungan yang dapat menimpa perusahaan sebenarnya dapat diminimalisir dampaknya, namun tidak banyak perusahaan yang mampu membaca isu lingkungan yang muncul sebagai ancaman bagi perusahaan. Perusahaan yang memiliki kesadaran akan pentingnya isu lingkungan diharuskan memiliki akses untuk update setiap informasi yang mungkin berkaitan dengan isu lingkungan.

Analisis SWOT sangat penting untuk mengetahui informasi mengenai isu yang mungkin menimpa perusahaan. Dengan adanya informasi ini, perusahaan dapat memperhitungkan dan mempersiapkan tindakan apa yang akan diambil jika memang terancam krisis. Beberapa penelitian mengenai isu lingkungan yang mungkin menimpa perusahaan dapat diketahui lebih awal, caranya dengan mensurvei karyawan, customer, dan supplier groups.

EPR harus membuat outlines long term strategi yang akan dilakukan guna memiliki standar dalam menghadapi isu ling-

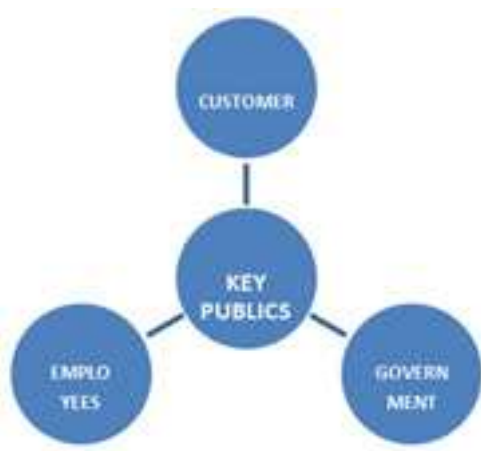
kungan yang mungkin muncul. Di Indonesia, isu lingkungan yang sering kali muncul adalah berkaitan dengan polusi udara dari limbah pabrik, kebakaran hutan akibat penebangan hutan, dan pencemaran air sungai oleh limbah pabrik.

Creating The Plan

Tahap ini menuntut EPR untuk mempersiapkan perencanaan sebelum isu muncul, caranya dengan isu scanning dan proses analisis tentang bagaimana isu ini nantinya akan bisa berhubungan dengan masa depan perusahaan. Analisis SWOT akan melihat pengaruh dan bagaimana sebuah isu dapat memengaruhi perusahaan. Untuk membuat analisis SWOT ini, setiap orang dalam perusahaan ini harus dilibatkan, seperti pegawai, human resource, manufacturing jobs, dan terutama PR officer.

Ongoing Community/Employee/Government/Media Relations Plan

Setelah satu isu diidentifikasi dan SWOT analisis telah terpenuhi, PR harus membuat rencana untuk mengidentifikasi publik dan menetapkan skala prioritas dalam menghadapi krisis. Perusahaan harus hati-hati untuk menyiapkan perencanaan komunikasi dan program yang akan dijalankan guna menghadapi krisis. Crisis planning adalah bagian yang menyatu dengan EPR.



Gambar 1. Key Publics Dalam Menghadapi Environmental Issue (Caywood 1997)

Measurement

Pada tahap ini, pengukuran keberhasilan program PR tersebut dapat dilakukan dengan analisis yang banyak dilakukan oleh lembaga/firm PR yang menyeleksi sikap publik terhadap environmental issues.

The Feature of Environmental Public Relations

Monitoring issues yang mungkin terjadi perlu terus dilakukan oleh EPR. Di masa mendatang, environmental issues haruslah menjadi salah satu bagian dari corporate communication yang diperhitungkan terutama bagi perusahaan yang bergerak dan berhubungan langsung dengan lingkungan.

Fungsi Praktisi Humas Pemerintah Terkait Isu Lingkungan

Kemkominfo (2013) dalam bukunya berjudul Jejak Humas Pemerintah, ada tiga fungsi yang dilaksanakan praktisi humas pemerintah, yaitu fungsi koordinasi, manajemen, dan pencitraan.

Fungsi koordinasi adalah mengelola informasi dari berbagai sumber, jenis, dan karakternya menjadi informasi yang mudah diakses, mudah dijangkau, dan mudah dipahami. Sedangkan fungsi manajemen adalah manajemen mekanik terkait dengan pelaksanaan bagaimana humas mampu melakukan forecasting atau peramalan di masa mendatang, perencanaan, dan pengorganisasian. Kemudian manajemen dinamik berkaitan dengan commanding dan directing, coordinating serta controlling. Fungsi pencitraan adalah mendengarkan pendapat dan aspirasi publik serta mampu mengidentifikasi keinginan publik; menyampaikan sumbang saran dan ide atau gagasan kreatif yang positif kepada pimpinan organisasi; menciptakan suasana yang kondusif guna membangun hubungan harmonis secara internal maupun eksternal.

METODE PENELITIAN

Kajian ini dibahas menggunakan metode deskriptif kualitatif. Data primer yang diperoleh melalui observasi lapangan di UPT Balai Konservasi Tumbuhan Kebun Raya Eka Karya Bali-LIPI sebagai objek kajian akan dianalisis menggunakan pendekatan *A Strategic Approach to Environmental Public Relations*. Pengumpulan data melibatkan informan dari humas di Unit Jasa dan Informasi serta Unit Seleksi dan Perbanyakkan Kebun Raya Bali.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

UPT Balai Konservasi Tumbuhan Kebun Raya Eka Karya Bali (Kebun Raya Bali) adalah sebuah lembaga pemerintah di bawah LIPI memiliki visi menjadi kebun raya terbaik kelas dunia yang menjadi referensi nasional maupun internasional dalam bidang konservasi ex-situ tumbuhan pegunungan tropika dan pelayanan dalam aspek botani, pendidikan lingkungan, hortikultura, lansekap dan pariwisata.

Sedangkan visi yang hendak diwujudkan oleh Kebun Raya Bali adalah melestarikan, mendayagunakan dan mengembangkan potensi tumbuhan khususnya yang berasal dari Kawasan Timur Indonesia, melalui kegiatan konservasi, penelitian pendidikan serta peningkatan apresiasi masyarakat terhadap kebun raya, tumbuhan dan lingkungan dalam upaya pemanfaatan yang berkelanjutan untuk kesejahteraan masyarakat.

Sebagai lembaga pemerintah yang bertugas melaksanakan upaya konservasi flora langka khususnya di wilayah Timur Indonesia, Kebun Raya Bali berkaitan erat dengan isu lingkungan hidup yang saat ini telah menjadi kekhawatiran global. Upaya pelestarian tanaman langka yang dilakukan oleh Kebun Raya Bali adalah bagian dari tanggung jawab bersama seluruh elemen masyarakat untuk kelestarian dan keber-

langsungan keanekaragaman hayati yang dimiliki Indonesia.

Oleh sebab itu, untuk mengimplementasikan upaya pelestarian tanaman langka di Kawasan Timur Indonesia, diperlukan peran serta seluruh SDM yang dimiliki Kebun Raya Bali baik dari peneliti, pihak konservasi ex-situ maupun peran pranata humas dalam komunikasi lingkungan.

Pembahasan pada analisis ini akan membatasi pada peran pranata humas di UPT Balai Konservasi Tumbuhan Kebun Raya Eka Karya Bali-LIPI sebagai penyusun program green public relations yang berorientasi pada upaya mengomunikasikan dan mendidik masyarakat terkait isu lingkungan berdasarkan tahap-tahap *A Strategic Approach to Environmental Public Relations*.

Issue Scanning and Analysis

Di UPT Balai Konservasi Tumbuhan Kebun Raya Eka Karya Bali-LIPI, Pranata Humas berperan dalam kegiatan komunikasi lingkungan. Untuk memaksimalkan implementasi kegiatan tersebut, Kebun Raya Bali telah menyusun dan melakukan analisis potensi yang dimiliki menggunakan analisis SWOT dengan mempertimbangkan faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman terkait tugas pokok dan fungsi Kebun Raya Bali sebagai berikut:

Tabel 1. Analisis SWOT Isu Lingkungan di Kebun Raya Bali, Sumber: Humas Kebun Raya Bali 2015

FAKTOR INTERNAL	KEKUATAN: Lembaga konservasi flora kawasan Timur Indonesia	KELEMAHAN: Keterbatasan SDM yang dimiliki
FAKTOR EKSTERNAL		
PELUANG: Masih adanya segmen publik yang peduli lingkungan	Perlu diciptakan program kerjasama pelestarian lingkungan dengan memberdayakan masyarakat	Efektifitas kinerja SDM yang mampu mengomunikasikan pentingnya pelestarian flora kepada masyarakat
ANCAMAN: Meningkatnya kerusakan lingkungan yang menyebabkan punahnya flora langka kawasan Timur Indonesia	Perlu diciptakan program yang dapat memberikan pemahaman kepada masyarakat akan pentingnya menjaga sumber daya alam	Diperlukan kompetensi SDM yang mampu menciptakan pesan komunikasi lingkungan yang bersifat universal

Dari data tersebut dapat dirumuskan 4 alternatif strategi komunikasi lingkungan

dengan mengombinasikan faktor internal dan eksternal yang dapat diimplementasikan di Kebun Raya Bali yaitu: 1). Strategi Kekuatan-Peluang: Perlu diciptakan program kerjasama pelestarian lingkungan dengan memberdayakan masyarakat. 2). Strategi Kelemahan-Peluang: Efektifitas kinerja SDM yang mampu mengomunikasikan pentingnya pelestarian flora kepada masyarakat. 3). Strategi Kekuatan-Ancaman: Perlu diciptakan program yang dapat memberikan pemahaman kepada masyarakat akan pentingnya menjaga sumber daya alam. 4). Strategi Kelemahan-Ancaman: Diperlukan kompetensi SDM yang mampu menciptakan pesan komunikasi lingkungan yang bersifat universal.

Creating The Plan

Setelah pemetaan isu lingkungan di Kebun Raya Bali dilakukan, langkah selanjutnya adalah menyusun perencanaan program. Pemilihan program tetap mengacu pada tugas pokok dan fungsi Kebun Raya Bali yaitu sebagai lembaga konservasi, penelitian, pendidikan, dan ekowisata. Pada tahap penyusunan program melibatkan seluruh unsur pembuat kebijakan yang ada di dalam Kebun Raya Bali mulai dari Kepala UPT Balai Konservasi Tumbuhan Kebun Raya Eka Karya Bali, Seksi Konservasi Ex-Situ, Kepala Subbagian Tata Usaha, Tim Perencana, peneliti, dan Pranata Humas karena program yang akan direncanakan memiliki keterkaitan antarunit.

Menentukan Tujuan Program

Dalam pelaksanaannya dari 4 rumusan strategi isu lingkungan di Kebun Raya Bali kemudian dirangkum menjadi 2 rumusan program yang direncanakan yaitu:

1. Perlu diciptakan program kerjasama pelestarian lingkungan dengan memberdayakan masyarakat.
2. Perlu diciptakan program yang dapat memberikan pemahaman kepada masyarakat akan pentingnya menjaga sumber daya alam.

Dua rumusan program tersebut kemudian dielaborasi menjadi program kerja lima tahun Kebun Raya Bali (Rencana Kerja Strategis) berupa:

1. Kebijakan tanggung jawab sosial Kebun Raya Bali dengan mengembalikan 20% hasil perbanyakan tumbuhan langka Kawasan Timur Indonesia ke habitat aslinya atau disumbangkan kepada masyarakat yang membutuhkan. Realisasi tahun 2012-2019.
2. Membuat program pendidikan lingkungan sebagai strategi edukasi bagi masyarakat akan pentingnya menjaga kelestarian alam. Realisasi tahun 2015-2019.

Dalam merealisasikan kedua program pelestarian lingkungan tersebut, Kebun Raya Bali melibatkan peran SDM Pranata Humas yang dimiliki dengan tujuan sebagai agen yang memperluas jejaring kemitraan Kebun Raya Bali dengan masyarakat dan komunikator edukasi lingkungan bagi masyarakat. Hal ini sesuai dengan fungsi humas sebagai koordinasi dan manajemen. Kedua program tersebut yang kemudian menjadi rumusan konsep green public relations di Kebun Raya Bali.

Pemilihan Media dan Teknik Komunikasi

Kedua program *green public relations* di Kebun Raya Bali memerlukan pemilihan media dan teknik komunikasi yang berbeda, karena segmen publik sarannya berbeda.

Program pengembalian hasil perbanyakan tumbuhan langka ke habitat aslinya atau pemberian sumbangan bibit tumbuhan langka kepada masyarakat tidak memerlukan media. Teknik komunikasi yang dilakukan menggunakan strategi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) melalui pengurus desa adat, pengurus pura, maupun sekolah yang membutuhkan. Pendekatan komunikasi ini memerlukan humas dengan kemampuan negosiasi yang baik.

Tabel 2. Data Jumlah Bibit Tanaman Reintroduksi yang Disumbangkan ke Masyarakat I

TAHUN	JUMLAH SPESIMEN
2012	2.601
2013	3.670
2014	4.582

Sumber: Laporan Tahunan Kebun Raya Bali Tahun 2012-2014.

Salah satu kelemahan menggunakan strategi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) adalah terbatasnya wilayah jangkauan publik sasaran. Selama ini upaya pemberian sumbangan bibit hasil perbanyakan tumbuhan langka Kebun Raya Bali baru bisa dilakukan di kawasan Provinsi Bali.

Tabel 3. Data Lembaga Penerima Sumbangan Hasil Perbanyakan Tanaman Reintroduksi Kebun Raya Bali

Tahun 2013	Tahun 2014
• SMK 1 Penebel, Tabanan.	• NTI Bali.
• Desa Pakraman Ubud, Gianyar.	• Mallondanu Banjar Candikuning II, Desa Candikuning, Kecamatan Baturiti, Kabupaten Tabanan.
• Desa Adat Tegeh, Tegeh Gianyar.	• Dinas Kehutanan Kabupaten Tabanan.
• SMUN 1 Marga Tabanan.	• Kantor Camat Baturiti.
• SMKN 1 Petang, Badung.	• Pura Gianyar.
• Desa Adat Srongo Gianyar.	• Dinas Kehutanan Provinsi Bali.
• Kelompok Tani Tunas Muda, Candikuning II.	• Desa Wisata Lebih, Kecamatan Gianyar.
• SMK N 2 Negara	• Desa Peraan, Kecamatan Baturiti, Kabupaten Tabanan.
• Desa Angkah Kec. Selemadeg Timur, Kab. Tabanan.	• Desa Pagi, Kecamatan Penebel, Tabanan.
• Pantai Lebih Gianyar.	• Mahasiswa UNHI.
• Desa Kemenuh Gianyar.	• Pura Di Luwus, Kecamatan Baturiti, Kabupaten Tabanan.
• Pura Jagat Agung.	• Suka Duka Denpasar.
• Pura Tambawaras Desa Sengketan, Penebel, Tabanan.	• Dinas Kehutanan Kabupaten Singaraja.
• Perhimpunan Indonesia Tionghoa Bali.	

Sumber: Laporan Tahunan Kebun Raya Bali Tahun 2013-2014.

Program pendidikan lingkungan, menggunakan media brosur, audiovisual, pameran, modul, dan permainan interaktif untuk menggugah minat masyarakat. Publik sasaran dari program pendidikan lingkungan juga beragam sehingga diperlukan media beragam untuk menjangkau target



Gambar 2. Stand Pameran Pendidikan Lingkungan (Kiri) dan Desain Brosur Pendidikan Lingkungan Kebun Raya Bali

Sumber: Humas Kebun Raya Bali Tahun 2015

Materi yang diberikan dan pendekatan komunikasi yang dilakukan oleh Pranata Humas dalam memberikan pelayanan pendidikan lingkungan mengacu pada konsep sebagai berikut:



Sumber: Sheal, Peter R. (1989). How To Develop and Present Staff Training Courses London: Kogan Page Ltd.

Gambar 3. Kerucut Pengalaman Pembelajaran Efektif (Sheal 1989)

1. Metode verbal dan visual melalui media bercerita dan menonton film bersama, Pranata Humas (Fasilitator pendidikan lingkungan) mengajak peserta untuk menonton film dokumenter mengenai tanaman koleksi Kebun Raya Bali maupun film tentang lingkungan untuk kemudian diajak bercerita kembali untuk mengetahui daya tangkap dan pemahaman peserta akan pesan kepedulian lingkungan yang disampaikan dalam film.

2. Metode terlibat dan berbuat dengan mengajak peserta pendidikan lingkungan ikut terlibat dalam permainan jelajah kebun, praktik langsung dalam proses perbanyakan tumbuhan dan pembuatan kompos, serta berbagi inspirasi melalui tindakan melukis flora menggunakan pewarna alam ataupun menempel menggunakan bahan alami.



Gambar 4. Hasil Karya Peserta Pendidikan Lingkungan Kebun Raya Bali, Mencipta Flora Menggunakan Bahan Alami

Sumber: Dokumentasi Humas Kebun Raya Bali 2015.

Perencanaan Anggaran

Pembiayaan atas penyelenggaraan program *green public relations* Kebun Raya Bali yang terdiri dari program tanggung jawab sosial pemberian sumbangan hasil perbanyakan tumbuhan langka Kebun Raya Bali kepada masyarakat dan program pendidikan lingkungan hidup bagi masyarakat berdasarkan Daftar Isian Pelaksanaan Anggaran (DIPA) Kebun Raya Bali.

Khusus untuk program pendidikan lingkungan hidup, pada tahun 2015 Kebun Raya Bali memberikan pelayanan pendidikan lingkungan gratis bagi siswa sekolah pelopor program Adiwiyata di Bali. Selain bagi siswa, program pendidikan lingkungan hidup juga diperuntukkan bagi masyarakat dengan biaya Rp. 20.000/orang sesuai dengan Peraturan Pemerintah Nomor 106 Tahun 2012 Tentang Jenis dan Tarif Atas Jenis Penerimaan Negara Bukan Pajak.

Ongoing Community/Employee/ Government/Media Relations Plan

Pada tahap ini Humas Kebun Raya Bali telah menentukan publik prioritas yang

menjadi target program *green public relations* Kebun Raya Bali. Pemilihan publik sasaran dipertimbangkan dengan teliti karena akan berpengaruh pada hasil capaian program. Publik sasaran program tanggung jawab sosial Kebun Raya Bali melalui sumbangan bibit hasil perbanyakan tumbuhan langka meliputi:

1. Pengelola Desa Adat dan Pemangku Pura dengan dasar pertimbangan bahwa pihak tersebut adalah para opinion leader di struktur sosial masyarakat Bali yang dapat memengaruhi kesadaran warga di lingkungan adat daerah tersebut untuk turut menjaga kelestarian lingkungan dengan memelihara sumbangan bibit tumbuhan langka yang diberikan oleh Kebun Raya Bali.

2. Perhimpunan masyarakat yang peduli lingkungan dengan pertimbangan bahwa Kebun Raya Bali memerlukan pihak yang mampu memasyarakatkan program pemberian sumbangan bibit tumbuhan langka dan menyebarluaskan pengaruh pentingnya upaya memperbanyak menanam pohon di lingkungan sekitar demi menjaga kelestarian sumber daya alam di masa mendatang kepada publik. *Second opinion* dari pihak independen semacam ini akan membantu Kebun Raya Bali memasyarakatkan programnya. Sejauh ini Kebun Raya Bali telah menjalin kemitraan dengan INTI Bali (Perhimpunan Tionghoa Bali) yang telah membantu mempromosikan program penanaman kembali hasil perbanyakan bibit tumbuhan langka dari tahun 2014 dan 2015.

3. Kelompok tani dengan pertimbangan bahwa segmen publik ini mampu memberikan pengaruh kepada anggota komunitasnya akan pentingnya menjaga kelestarian alam khususnya menjangkau generasi muda yang masih produktif.

4. Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan dengan pertimbangan bahwa sesama instansi pemerintah yang berfokus pada upaya pelestarian sumber

daya alam, Kebun Raya Bali dan Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan harus menjaga hubungan baik dan mengembangkan kemitraan yang positif khususnya saling mendukung upaya penanaman kembali lahan kritis. Oleh sebab itu, Kebun Raya Bali merangkul Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan dalam kegiatan pemberian sumbangan bibit tanaman reboisasi dan hasil perbanyakan tumbuhan langka.

5. Dinas Pendidikan dengan pertimbangan bahwa dunia pendidikan adalah investasi masa depan keberlangsungan sumber daya alam yang dimiliki Indonesia dan dunia. Dunia sekolah adalah garda terdepan yang bisa menanamkan kesadaran pentingnya menjaga dan menyelamatkan keutuhan lingkungan. Oleh karenanya, Dinas Pendidikan menjadi publik yang diprioritaskan dalam implementasi program pemberian sumbangan bibit tumbuhan langka Kebun Raya Bali.

Publik sasaran dari program pendidikan lingkungan Kebun Raya Bali meliputi:

1. Dinas Pendidikan ini mencakup para guru sebagai pembuat kebijakan, dan para siswa sebagai peserta didik. Kebun Raya Bali menempatkan segmen publik ini sebagai target utama karena hal tersebut sesuai dengan tugas pokok dan fungsi Kebun Raya Bali sebagai lembaga pendidikan bagi masyarakat, khususnya para siswa sekolah yang setiap tahun mengunjungi Kebun Raya Bali. Pada realisasi pendidikan lingkungan di Kebun Raya Bali tahun 2015, tercatat sebanyak 14 sekolah di wilayah Provinsi Bali telah mengikutsertakan siswanya dalam program pendidikan lingkungan Kebun Raya Bali. Sekolah yang telah menerapkan program adiwiyata adalah segmen publik potensial bagi Kebun Raya Bali.



Gambar 5. Kepala Kebun Raya Bali Menyerahkan Sumbangan Bibit Tumbuhan Langka Bekerjasama dengan Dinas Pendidikan Singaraja.

Sumber: Dokumentasi Humas Kebun Raya Bali, 2015.

2. Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan adalah *key public* bagi Kebun Raya Bali, karena keduanya merupakan instansi pemerintah yang memiliki fokus yang sama yaitu pelestarian lingkungan hidup. Oleh sebab itu, Kebun Raya Bali perlu bermitra dengan Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan. Selain itu, Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan adalah perintis program sekolah adiwiyata dan Kebun Raya Bali memasyarakatkan program pendidikan lingkungannya melalui sekolah-sekolah adiwiyata.

Measurement

Tahap terakhir dalam perencanaan program *green public relations* di kebun Raya Bali adalah kegiatan monitoring dan evaluasi pelaksanaan program. Dalam pelaksanaannya Kebun Raya Bali telah menjalankan proses monitoring dan evaluasi atas dua program *green public relations* yang berjalan.

Monitoring dan evaluasi terhadap pelaksanaan program pemberian sumbangan bibit hasil perbanyakan tumbuhan langka dilakukan setiap tiga bulan sekali (per triwulan) oleh tim dari unit pembibitan dan reintroduksi Kebun Raya Bali dengan metode survei lapangan untuk kemudian dilakukan pencatatan dan pelaporan persentase bibit sumbangan yang bertahan hidup

maupun mati.

Tabel 4. Data Hasil Monitoring Sumbangan Hasil Perbanyakkan Tanaman Reintroduksi Kebun Raya Bali

Nama Lembaga	Jml Tanaman Sumbangan	Kondisi Tanaman		% Hidup
		Mati	Hidup	
Banjar Bangli, Kec. Baturiti, Kab. Tabanan	780	258	552	67
Banjar Candikuning I dan II Kec. Baturiti, Kab. Tabanan	1.126	931	190	83,04
Desa Perean, Kec. Baturiti, Kab. Tabanan	1.499	1.013	486	66
Desa Pakraman, Kec. Mlunduk, Kab. Buleleng dan Desa Tegoh, Kec. Baturiti, Kab. Tabanan	820	563	257	68

Sumber: Laporan Tahunan Kebun Raya Bali Tahun 2014

Monitoring ini hanya mengukur jumlah prosentase kondisi bibit tanaman yang mampu bertahan hidup di lokasi penanaman. Kegiatan monitoring dan evaluasi terhadap sumbangan bibit hasil perbanyakkan tumbuhan langka Kebun Raya Bali ini belum bisa dilakukan ke semua lembaga yang menerima donasi, hal ini disebabkan oleh keterbatasan SDM yang melakukan kegiatan monitoring dan belum adanya komitmen dari pihak penerima sumbangan bibit untuk melaporkan perkembangan tumbuhan langka yang ditanam di wilayahnya.

Berbeda dengan metode evaluasi yang dilakukan dalam realisasi program pendidikan lingkungan Kebun Raya Bali, yang menggunakan metode pengumpulan data dengan membagikan kuesioner kepada peserta pendidikan lingkungan di akhir kegiatan. Pengukuran menggunakan metode ini bertujuan mengukur persepsi publik sebagai peserta program pendidikan lingkungan mengenai tingkat kepuasan publik atas pelaksanaan program pendidikan lingkungan Kebun Raya Bali dengan parameter yang telah ditentukan. Hasil analisis kepuasan publik terhadap pelaksanaan program pendidikan lingkungan Kebun Raya Bali kemudian dilaporkan kepada pihak Manajemen agar apabila ada keluhan dapat segera dilakukan tindakan perbaikan. Peserta menilai dengan rentang angka 1-100 terhadap

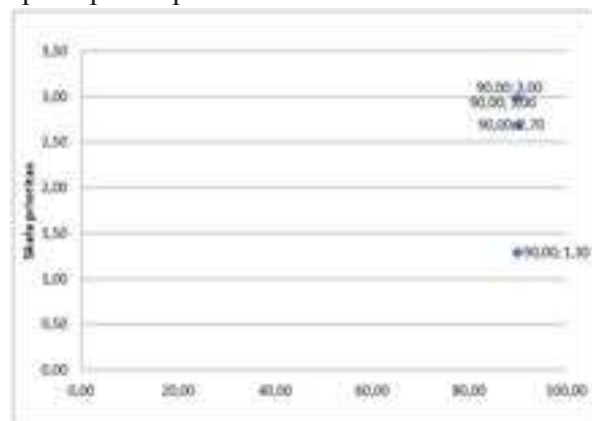
empat parameter pengukuran yang mencakup: kompetensi pemandu, efektivitas waktu kegiatan, kualitas materi, dan kelengkapan fasilitas pendukung. Responden kemudian menilai dan mengurutkan berdasarkan skala prioritas dari yang dianggap paling penting (4) hingga tidak penting (1) dengan skala 1-4.

Tabel 5. Contoh Data Hasil Rataan Hitung Pengguna Jasa Pendidikan Lingkungan Kebun Raya Bali Bulan Mei 2015

KINERJA				Pig	SKALA PRIORITAS			
Pertanyaan					Pertanyaan			
1	2	3	4		1	2	3	4
85	85	85	85	1	3	1	2	4
95	95	95	95	2	3	4	1	2
90	90	90	90	3	3	4	1	2
90,0	90,0	90,0	90,0		3,0	3,0	1,3	2,7
Baik sekali	Baik sekali	Baik sekali	Baik sekali		I	II	I	III
KINERJA					90,0	90,0	90,0	90,0
PRIORITAS					3,00	3,00	1,30	2,70

Sumber: Humas Kebun Raya Bali Tahun 2015.

Data hasil rata-rata hitung tersebut kemudian diklasifikasikan ke dalam 4 kuadran untuk menentukan parameter yang perlu dipertahankan kualitasnya karena responden menilai sangat baik (puas), parameter yang perlu ditingkatkan lagi kualitasnya karena responden menilai (baik), dan parameter yang dinilai responden tidak menjadi prioritas utama (dapat ditoleransi) menurut persepsi responden.



Gambar 6. Penentuan Kuadran Penilaian Responden Terhadap Pelayanan Pendidikan Lingkungan Kebun Raya Bali Bulan Mei 2015

Sumber: Humas Kebun Raya Bali 2015.

Tabel 6. Contoh Narasi Analisis dari Data Kuadran Penilaian Responden Terhadap Pelayanan Pendidikan Lingkungan Kebun Raya Bali Bulan Mei 2015

Kuadran	Keterangan
II [keep up the good work]	Kompetensi pemanduan dianggap faktor terpenting dalam Jasa pemanduan (nilai prioritas tertinggi/ 3.00 dari skala 3,50). Nilai sebesar 90.00 (sangat baik) menunjukkan bahwa Kompetensi pemandu di KR. Bali telah sangat baik Tindak lanjut: Pertahankan SDM yang ada.
II [keep up the good work]	Efektifitas waktu kegiatan pemanduan merupakan elemen penting kedua bagi pelanggan (3.00 dari skala 3.50). Nilai sebesar 90.00 (baik) menunjukkan anggapan pelanggan bahwa efektifitas waktu kegiatan pemanduan di KR. Bali sudah sangat baik. tindak lanjut : Pertahankan materi dan modul pemanduan, serta SDM yang ada.
II [low priority]	Elemen dalam kuadran II tidak terlalu diprioritaskan oleh pelanggan adalah kelengkapan fasilitas pendukung kegiatan (2.70). Nilai 90.00 menunjukkan kelengkapan fasilitas pendukung kegiatan pemanduan yang diberikan sudah memadai.
I [low priority]	Elemen dalam kuadran I tidak terlalu diprioritaskan oleh pelanggan adalah kualitas materi (1.30). Nilai 90.00 menunjukkan kualitas materi kegiatan pemanduan yang diberikan sudah memadai.

Sumber: Humas Kebun Raya Bali 2015.

PENUTUP

Kesimpulan

Analisis *A Strategic Approach to Environmental Public Relations* digunakan untuk memandu humas dalam menyusun program antisipasi terjadinya krisis yang dapat menimpa sebuah perusahaan, khususnya terkait isu lingkungan hidup. Pendekatan *A Strategic Approach to Environmental Public Relations* masih relevan diimplementasikan pada kondisi sekarang, mengingat isu kerusakan lingkungan hidup telah menjadi problem global yang menuntut kepedulian dari berbagai pihak. Hasil kajian ini menunjukkan fakta bahwa pendekatan *A Strategic Approach to Environmental Public Relations* tidak hanya digunakan untuk menyusun program krisis saja, tetapi juga relevan diimplementasikan dalam menyusun program green public relations. Program *green public relations* di Kebun Raya Bali disusun menggunakan *A Strategic Approach to Environmental Public Relations* yang langkah-langkahnya sederhana dan menempatkan SDM Pranata Humas sebagai subyek pelaksana program. Disamping itu, efektivitas pelaksanaan *program green public re-*

lations yang menggunakan *A Strategic Approach to Environmental Public Relations* dapat terukur. Hal ini memudahkan pihak manajemen dalam memantau pelaksanaan program humas.

Saran

Kesadaran instansi pemerintah di Indonesia dalam mengedukasi masyarakat akan pentingnya menjaga kelestarian alam masih sangat terbatas. Program green public relations di Kebun Raya Bali menggunakan pendekatan *A Strategic Approach to Environmental Public Relations* dapat diadopsi oleh instansi pemerintah lainnya dengan memaksimalkan kiprah Pranata Humas pemerintah dalam mengedukasi masyarakat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Disampaikan terima kasih kepada semua teman-teman pegawai UPT Balai Konservasi Tumbuhan Kebun Raya Eka Karya Bali-LIPI yang telah ikut membantu pengumpulan data dan berkontribusi terhadap penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Berita Lingkungan. Laju Kerusakan Hutan di Indonesia Lampau Brasil. 2 Juli 2014. <http://www.beritalingkungan.com/2014/07/laju-kerusakan-hutan-di-indonesia.html> (diakses September 19, 2015).
- BeritaSatu.com. "Government Public Relations", Pentingkah ? 4 November 2014. <http://www.beritasatu.com/blog/nasional-internasional/3757-government-public-relations-pentingkah.html> (diakses September 19, 2015).
- Caywood, Clarke L. *The Handbook of Strategic Public Relations & Integrated Communications*. USA: McGraw-Hill, 1997.
- Cutlip, Scott M., Allen H. Center, dan Glen M. Broom. *Effective Public Relation*. Kesembilan. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009.
- Hakim, Wildan, Marroli J. Indarto, dan Abdullah. *Jejak Humas Pemerintah*. Jakarta: Direktorat Komunikasi Ditjen Informasi dan Komunikasi Publik Kementerian Komunikasi dan Informa-

- tika Republik Indonesia, 2013.
- Jefkins, Frank. *Public Relations*. Jakarta: Erlangga, 2004.
- Kebun Raya Bali. Visi. <http://www.kebunrayabali.com/id/visi.php> (diakses September 20, 2015).
- Kementerian Lingkungan Hidup. Informasi Mengenai Adiwiyata. 25 Januari 2012. <http://www.menlh.go.id/informasi-mengenai-adiwiyata/> (diakses September 22, 2015).
- Menteri Komunikasi dan Informatika. Keputusan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor: 371/KEP/M.KOMINFO/8/2007 tentang Kode Etik Humas Pemerintahan. Jakarta, 2007.
- PRWorld. Let's Talk Green PR - Sebuah Perspective. 2014. <http://www.theprworld.com/360/opinion/354-let-s-talk-green-pr-sebuah-perspective> (diakses September 19, 2015).
- Putra, I Gusti Ngurah. Materi Pokok Manajemen Hubungan Masyarakat. Jakarta: Universitas Terbuka, 2008.
- Sari, Nurissa Ananda. Strategi *Green Public Relations* Melia Hotel & Resort Nusa Dua Bali. Surabaya: Universitas Airlangga, 2013.
- Sarvaes, Jan. *Sustainable development and green communications*. New York: Palgrave Macmillan, 2013.
- Sheal, Peter R. How To Develop And Present Staff Training Courses. London: Kogan Page Ltd., 1989.

