PEDOMAN WAWANCARA

Strategi Kampanye Wahana Lingkungan Hidup (WALHI) Jawa Barat (Studi Kasus Kampanye Wahana Lingkungan Hidup (WALHI) Jawa Barat Mengenai Bahaya Asbes Pada Kalangan Dan Organisasi Buruh Di Jawa Barat)

Nara Sumber **:** Bapak Muhammad Hendarsyah

Sebagai : Direktur Ekskutif Daerah WALHI Jawa Barat

Hari/Tanggal **:** Jum'at, 28 Januari 2011

---

1. Klasifikasi Komunikator (Keahlian, Kepercayaan)

   a. Sebagai sumber informasi, WALHI Jawa Barat harus peduli dengan kredibilitas dirinya sendiri. Karena berkaitan dengan persepsi khayalak tentang keefektifan sebagai pembicara. Salah satunya yang harus diperhatikan yaitu mengenai keahlian. Bagaimana keahlian kampanye WALHI Jawa Barat dalam menyampaikan informasinya?

      Jawaban: Menurut Bapak, keahlian kampanye WALHI Jawa Barat mengenai bahaya Asbes hingga saat ini dinilai cukup baik, karena sejauh ini kampanye dilaksanakan oleh orang yang tepat dengan kapasitas yang sangat baik.

   b. Dalam kredibilitas yang harus dimiliki oleh seorang komunikator selain keahlian juga harus memiliki kepercayaan. Menurut bapak kepercayaan apa yang dimiliki

WALHI Jawa Barat sebagai komunikator dalam kegiatan kampanye bahaya Asbes?

Jawaban: Kepercayaan tentang kampanye yang dilakukan oleh WALHI Jawa Barat ini akan sangat terkait dengan data atau fakta yang disajikan kapada khalayak. Kamipun tidak sembrono dalam menyajikan informasi yang kemudian dikampanyekan kepada khalayak tanpa didasari dengan data yang nyata. Data yang kami peroleh pun sangat *real*/benar karena didukung berdasarkan hasil riset dari sumber data yang dapat dipertanggung jawabkan.

2. Klasifikasi Pesan (Isi Pesan, Struktur Pesan)
   a. Kampanye selalu bermula dari gagasan berdasarkan fenomena yang terjadi. Pesan tidaklah berdiri sendiri, karena itu konstruksi pesan yang baik harus sesuai, terutama, dengan karakteristik khalayak. Dari kegiatan kampanye WALHI Jawa Barat isi pesan apa yang akan disampaikan berdasarkan gagasan itu pak?

      Jawaban: Isi mengenai pesan kampanye yang dilakukan WALHI Jawa Barat yaitu menjelaskan mengenai asbes itu apa, kemudian penjelasan mengenai bahayanya bagi kesehatan. Serat asbes mudah lepas dari ikatannya dan jika terhisap oleh paru-paru tidak dapat diuraikan oleh tubuh sehingga menyebabkan penyakit kanker yang dikenal dengan penyakit *Asbestosis*. Kemudian ajakan kepada khalayak untuk menggunakan bahan yang ramah lingkungan, kemudian

penolakan mengenai penggunaan asbes serta dorongan kebijakan mengenai penggunaan asbes.

b. Untuk merancang struktur pesan tentunya WALHI Jawa Barat harus memperhatikan sikap khalayak sasaran terhadap pesan dan tujuan dari kegiatan kampanye WALHI Jawa Barat. Bagaimana struktur pesan WALHI Jawa Barat, apakah WALHI Jawa Barat sebagai komunikator mendahulukan argumen atau gagasan yang selaras dengan pendapat atau sikap khalayak yang kemudian gagasan itu bertentangan dengan dikap khalayak disajikan pada bagian akhir pembicaraan, ataukah WALHI Jawa Barat memulai kampanye dengan mengemukakan gagasan yang berlawanan atau bagaimana pak?

   Jawaban: Struktur pesan yang disampaikan dalam kegiatan kampanye WALHI Jawa Barat ini tergantung dari khalayak yang menjadi tempat sasaran kampanye, bisa dimulai dari bahaya asbes itu sendiri atau bahan-bahan bangunan yang biasa dipakai oleh masyarakat. Penyajian pesannya pun dua sisi yaitu menilai sesuatu dari sisi negatif dan positif. Penggunaan argumen dua sisi dapat memperkuat kredibilitas WALHI Jawa Barat selaku pelaku kampanye, karna khalayak akan menganggap pesan dua sisi lebih jujur dan dapat dipercaya. Sisi positif yaitu mengenai keuntungan dari bahan asbes tersebut misalnya asbes digunakan untuk bahan bangunan seperti atap rumah memang sangat simpel dan mudah. Sedangkan dari sisi negatif yaitu kerugiannya secara proporsional bahwa bahan tersebut berbahaya terhadap kesehatan.

3. Klasifikasi Media (Bentuk Media, Pemilihan Media)

   a. Media merupakan saluran atau alat yang digunakan sebagai perantara komunikator dalam menyampaikan pesan. Seperti apa pak bentuk media yang digunakan oleh WALHI Jawa Barat dalam menyampaikan pesan mengenai bahaya asbes?

      Jawaban: Banyak sekali media yang digunakan oleh kami dalam mengkampenyekan bahaya asbes. Media yang dipakai yaitu media massa mulai dari leaflet, brosur, hingga komunikasi kelompok seperti diskusi, seminar serta pertemuan dengan warga.

   b. Pemilihan media

      Begitu banyak media yang digunakan oleh WALHI Jawa Barat dalam mengkampanyekan bahaya abes. Setelah itu bagaimana pemilihan media kampanye WALHI Jawa Barat tersebut pak?

      Jawaban: Dalam kegiatan kampanye ini pemilihan media tergantung dari kalangan yang menjadi objek kampanye. Misalnya, objek kampenye bahaya asbes itu warga, maka pemilihan media yang digunakan yaitu diskusi atau pendidikan publik, dan jika pada industri menggunakan media massa seperti koran, leaflet, brosur dan masih banyak lagi.

4. Klasifikasi Khalayak (Mentapkan Khalayak, Sikap Khalayak, Keyakinan Khalayak)

   a. Khalayak tentu saja merupakan sasaran kampanye WALHI Jawa Barat. Setelah memperoleh data atau informasi yang lengkap untuk di kampanyekan lalu

bagaimana pak WALHI Jawa Barat menetapkan khalayak sasaran kampanye bahaya asbes tersebut?

Jawaban: Dalam menetapkan khalayak sasaran kampanye bahaya asbes diutamakan wilayah atau warga yang sangat rentan terhadap bahaya asbes karna warga yang tinggal dalam radius dua kilometer dari pabrik rentan akan bahaya asbes.

b. Setelah menetapkan khalayak sasaran kampanye, kemudian data atau informasi mengenai bahaya asbes tersebut dikampanyekan kepada khalayak. Lalu bagaimana pak sikap khalayak sasaran kampanye setelah memperoleh informasi dari WALHI Jawa Barat mengenai bahaya asbes tersebut?

Jawaban: Sikap positif yang ditunjukan oleh khalayak, karena mereka mulai sadar akan bahaya asbes mangancam kesehatan meski belum bisa untuk mencoba meminimalisir bahaya asbes itu sendiri.

c. Setelah memberikan informasi mengenai bahaya asbes, kemudian menetapkan khalayak sasaran kampanye, sikap khalayak khalayak sasaran kampanye, lalu bagaimana keyakinan khalayak sasaran kampanye WALHI Jawa Barat terhadap pesan atau informasi mengenai bahaya asbes tersebut pak?

Jawaban: Khalayak sangat yakin bahwa asbes sangat berbahaya bagi kesehatan meski harus ditunjang dengan data atau fakta yang lebih nyata. Sebenarnya hasil riset yang dilakukan ini belum selesai, jadi masih menggunakan data yang sangat umum.

PEDOMAN WAWANCARA

Strategi Kampanye Wahana Lingkungan Hidup (WALHI) Jawa Barat (Studi Kasus Kampanye Wahana Lingkungan Hidup (WALHI) Jawa Barat Mengenai Bahaya Asbes Pada Kalangan Dan Organisasi Buruh Di Jawa Barat)

Nara Sumber **:** Bapak Dwi Sawung

Sebagai : Manager Kampanye WALHI Jawa Barat

Hari/Tanggal **:** Jum'at, 28 Januari 2011

---

1. Klasifikasi Komunikator (Keahlian, Kepercayaan)

   a. Sebagai sumber informasi, WALHI Jawa Barat harus peduli dengan kredibilitas dirinya sendiri. Karena berkaitan dengan persepsi khayalak tentang keefektifan sebagai pembicara. Salah satunya yang harus diperhatikan yaitu mengenai keahlian. Bagaimana keahlian kampanye WALHI Jawa Barat dalam menyampaikan informasinya?

      Jawaban: Menurut saya selaku pelaku kampanye, WALHI Jawa Barat menggunakan bahan-bahan dari beberapa kolega dari luar negeri.

   b. Dalam kredibilitas yang harus dimiliki oleh seorang komunikator selain keahlian juga harus memiliki kepercayaan. Menurut bapak kepercayaan apa yang dimiliki WALHI Jawa Barat sebagai komunikator dalam kegiatan kampanye bahaya Asbes?

Jawaban: Dapat dipercaya, karna WALHI Jawa Barat diyakini memiliki pengetahuan yang lebih mengenai informasi bahaya asbes terhadap khalayak yang diperoleh berdasarkan riset atau kasus yang sudah terjadi di Negara lain.

2. Klasifikasi Pesan (Isi Pesan, Struktur Pesan)

   a. Kampanye selalu bermula dari gagasan berdasarkan fenomena yang terjadi. Pesan tidaklah berdiri sendiri, karena itu konstruksi pesan yang baik harus sesuai, terutama, dengan karakteristik khalayak. Dari kegiatan kampanye WALHI Jawa Barat isi pesan apa yang akan disampaikan berdasarkan gagasan itu pak?

      Jawaban: Isi pesan kampanye WALHI Jawa Barat yaitu tentang bahaya asbestos bagi kehidupan manusia, isi pesan tersebut disampaikan dan dikemas sesuaikan dengan tingkat pengertian khalayak.

   b. Untuk merancang struktur pesan tentunya WALHI Jawa Barat harus memperhatikan sikap khalayak sasaran terhadap pesan dan tujuan dari kegiatan kampanye WALHI Jawa Barat. Bagaimana struktur pesan WALHI Jawa Barat, apakah WALHI Jawa Barat sebagai komunikator memulai kampanye dengan mengemukakan gagasan atau bagaimana pak?

      Jawaban: Struktur pesan yang disampaikan dalam kampanye WALHI Jawa Barat dimulai dengan apa itu asbestos, bagaimana ancaman bahaya asbestosis itu bagi kesehatan serta ciri-ciri asbestosis, kemudian menjelaskan mengenai kelebihan dan kekurangan dalam penggunaan bahan asbes.

3. Klasifikasi Media (Bentuk Media, Pemilihan Media)

   a. Media merupakan saluran atau alat yang digunakan sebagai perantara komunikator dalam menyampaikan pesan. Seperti apa pak bentuk media yang digunakan oleh WALHI Jawa Barat dalam menyampaikan pesan mengenai bahaya asbes?

      Jawaban: Media yang dipakai oleh WALHI Jawa Barat yaitu berupa tatap muka, slide, leaflet serta masih banyak lagi.

   b. Pemilihan media

      Begitu banyak media yang digunakan oleh WALHI Jawa Barat dalam mengkampanyekan bahaya abes. Setelah itu bagaimana pemilihan media kampanye WALHI Jawa Barat tersebut pak?

      Jawaban: Pemilihan media kampanye WALHI Jawa Barat berupa koran, laflet, brosur dan diskusi namun pemilihan media tergantung dari sasaran apa yang diraih.

4. Klasifikasi Khalayak (Mentapkan Khalayak, Sikap Khalayak, Keyakinan Khalayak)

   a. Khalayak tentu saja merupakan sasaran kampanye WALHI Jawa Barat. Setelah memperoleh data atau informasi yang lengkap untuk di kampanyekan lalu bagaimana pak WALHI Jawa Barat menetapkan khalayak sasaran kampanye bahaya asbes tersebut?

Jawaban: Khalayak sasaran kampanye dilihat dari pihak atau koban yang kira-kira sudah ter-expose asbestos lebih dari 10 tahun.

b. Setelah menetapkan khalayak sasaran kampanye, kemudian data atau informasi mengenai bahaya asbes tersebut dikampanyekan kepada khalayak. Lalu menurut bapak bagaimana sikap khalayak sasaran kampanye setelah memperoleh informasi mengenai bahaya asbes tersebut?

   Jawaban: Respon positif yang ditunjukan oleh khalayak sasaran kampenye dan mereka bertanya bagaimana kelanjutan nasib mereka, yang kira-kira mungkin terkena asbes.

c. Setelah memberikan informasi mengenai bahaya asbes, kemudian menetapkan khalayak sasaran kampanye, sikap khalayak khalayak sasaran kampanye, lalu bagaimana keyakinan khalayak sasaran kampanye terhadap pesan atau informasi mengenai bahaya asbes tersebut pak?

   Jawaban: Khalayak teryakinkan melalui kasus-kasus yang terjadi di luar Negeri bahwa asbes sangat berbahaya bagi kesehatan.

PEDOMAN WAWANCARA

Strategi Kampanye Wahana Lingkungan Hidup (WALHI) Jawa Barat (Studi Kasus Kampanye Wahana Lingkungan Hidup (WALHI) Jawa Barat Mengenai Bahaya Asbes Pada Kalangan Dan Organisasi Buruh Di Jawa Barat)

Nara Sumber **:** Bapak D.S (nama disamarkan)

Sebagai : Kalangan Buruh

Hari/Tanggal **:** Senin, 02 Februari 2011

---

1. Klasifikasi Komunikator (Keahlian, Kepercayaan)

   a. WALHI Jawa Barat Sebagai sumber informasi, harus peduli dengan kredibilitas dirinya sendiri. Karena berkaitan dengan persepsi khayalak tentang keefektifan sebagai pembicara. Salah satunya yang harus diperhatikan yaitu mengenai kahlian. Menurut bapak bagaimana keahlian kampanye WALHI Jawa Barat dalam menyampaikan informasinya?

      Jawaban: Menurut saya, keahlian kampanye WALHI Jawa Barat tentang bahaya Asbes cukup baik. Mungkin karena yang melaksanakan kampenyenya orang-orang yang ahli dibidangnya.

   b. Dalam kredibilitas yang harus dimiliki oleh seorang komunikator selain keahlian juga harus memiliki kepercayaan. Menurut bapak bagaimana kepercayaan yang

dimiliki WALHI Jawa Barat sebagai komunikator dalam kegiatan kampanye bahaya Asbes?

Jawaban: Saya sendiri percaya tentang kampanye bahaya asbes yang dilakukan oleh WALHI Jawa Barat, karena mereka punya data-data yang kuat mengenai asbes itu sendiri dan bahayanya bagi kesehatan.

2. Klasifikasi Pesan (Isi Pesan, Struktur Pesan)

   a. Isi pesan apa yang disampaikan dari kegiatan kampanye WALHI Jawa Barat tersebut pak?

      Jawaban: Ya itu, isi pesan kampanye WALHI Jawa Barat mengenai bahaya apa itu asbes, kemudian bahaya asbes terhadap kesehatan. Selain itu WALHI Jawa Barat menghimbau agar meminimalisir penggunaan asbes.

   b. Menurut bapak, setelah melihat kampanye WALHI Jawa Barat bagaimana struktur pesan WALHI Jawa Barat dalam kegiatan kampanye bahaya asbes itu pak?

      Jawaban: Struktur pesan kampanye WALHI Jawa Barat, ya menjelaskan secara detail. Mulai dari menjelaskan bahwa asbes itu adalah bebatuan yang berserat, banyak digunakan salah satunya sebagai bahan bangunan, seratnya mudah terlepas dan bila terhisap sangat berbahaya bagi kesehatan yaitu penyebab kanker paru-paru, kemudian menjelaskan mengenai kelebihan serta kekurangan dalam penggunaan bahan asbes.

3. Klasifikasi Media (Bentuk Media, Pemilihan Media)

   a. Media merupakan saluran atau alat yang digunakan sebagai perantara komunikator dalam menyampaikan pesan. Menurut bapak seperti apa bentuk media yang digunakan oleh WALHI Jawa Barat dalam menyampaikan pesan mengenai bahaya asbes?

      Jawaban: Yang saya tahu media kampanye yang digunakan WALHI Jawa Barat seperti diskusi, leaflet, brosur serta pertemuan dengan warga.

   b. Pemilihan media

      Begitu banyak media yang digunakan oleh WALHI Jawa Barat dalam mengkampanyekan bahaya abes. Setelah itu bagaimana pak pemilihan media kampanye WALHI Jawa Barat tersebut?

      Jawaban: Untuk pemilihan media saya kurang tahu, ya seperti yang saya sebutkan tadi. Kampanye WALHI Jawa Barat yaitu diskusi dengan kepada kami bahwa asbes sangat berbahaya.

4. Klasifikasi Khalayak (Mentapkan Khalayak, Sikap Khalayak, Keyakinan Khalayak)

   a. Khalayak tentu saja merupakan sasaran kampanye WALHI Jawa Barat. Setelah memperoleh data atau informasi yang lengkap untuk di kampanyekan menurut bapak bagaimana WALHI Jawa Barat menetapkan khalayak sasaran kampanye bahaya asbes tersebut?

Jawaban: Dalam menetapkan khalayak, ya selain kekaryawan coba untuk menginformasikan bahaya asbes itu kemasyarakat luas juga. Misalnya pengguna bahan bangunan berupa atap, itupun mengandung bahan asbes. Sebetulnya bahan asbes yang terdapat pada bahan bangunan seperti atap rumah itu hanya mengandung bahan asbes kurang lebih hanya 40% saja. Bahan tersebut mungkin hanya banyak digunakan oleh masyarakat kalangan menengah kebawah, tidak banyak dari mereka yang tahu kalau asbes itu berbahaya. Tapi kalau kalangan menengah keatas kebanyakan dari mereka tahu bahwa asbes berbahaya, coba anda lihat ada tidak orang-orang kaya yang bahan bangunan atapnya menggunakan bahan asbes! Mereka sudah tahu bahayanya asbes.

b. Setelah menetapkan khalayak sasaran kampanye, kemudian data atau informasi mengenai bahaya asbes tersebut dikampanyekan kepada khalayak. Lalu bagaimana sikap bapak selaku khalayak sasaran kampanye setelah memperoleh informasi mengenai bahaya asbes tersebut?

Jawaban: Saya yakin dan percaya bahwa asbes berbahaya bagi kesehatan itu pun saya tahu dari data yang disajikan oleh WALHI Jawa Barat yaitu kasus orang yang terjangkit penyakit asbestosis di Negara lain. Tapi ya mau gimana lagi orang saya makan itu dari asbes. Saya berja diperusahaan ini sudah hampir 20 tahun, dan bersentuhan langsung dengan asbes itu selama kurang lebih 14 tahun. Memang betul asbes itu berbahaya jangankan terhisap, saya saja waktu masih kerja dilapangan dan bersentuhan dengan asbes langsung waktu itu serat asbes

masuk ke telapak tangan saya, sehari dua hari tidak terasa tapi setelah satu minggu lebih mulai terasa gatal dan tumbuh benjolan ditangan saya seperti kutil sampai sekarang pun masih ada.

c. Setelah memberikan informasi mengenai bahaya asbes, kemudian menetapkan khalayak sasaran kampanye, sikap khalayak khalayak sasaran kampanye, lalu bagaimana keyakinan bapak selaku khalayak sasaran kampanye WALHI Jawa Barat terhadap pesan atau informasi mengenai bahaya asbes tersebut?

   Jawaban: Saya yakin bahayanya asbes, namun alangkah baiknya informasi yang disajikan oleh WALHI Jawa Barat itu bukan hasil riset dari luar Negeri saja. Saya hanya sekedar ingin tahu apakah di Indonesia pernah ada orang yang benar-benar terjangkit penyakit asbestosis sampai meninggal apa tidak! Jika ada tolong sajikan data yang nyata dari WALHI Jawa Barat bukan hanya data dari luar Negeri saja.

PEDOMAN WAWANCARA

Strategi Kampanye Wahana Lingkungan Hidup (WALHI) Jawa Barat (Studi Kasus Kampanye Wahana Lingkungan Hidup (WALHI) Jawa Barat Mengenai Bahaya Asbes Pada Kalangan Dan Organisasi Buruh Di Jawa Barat)

Nara Sumber : Bapak N.S (nama disamarkan)

Sebagai : Kalangan Buruh

Hari/Tanggal **:** Senin, 04 Februari 2011

---

1. Klasifikasi Komunikator (Keahlian, Kepercayaan)

   a. WALHI Jawa Barat Sebagai sumber informasi, harus peduli dengan kredibilitas dirinya sendiri. Karena berkaitan dengan persepsi khayalak tentang keefektifan sebagai pembicara. Salah satunya yang harus diperhatikan yaitu mengenai kahlian. Menurut bapak bagaimana keahlian kampanye WALHI Jawa Barat dalam menyampaikan informasinya?

      Jawaban: keahlian kampanye WALHI Jawa Barat tentang bahaya Asbes menurut saya, cukup bagus. Memberikan data yang jalas dan detail.

   b. Menurut bapak bagaimana kepercayaan yang dimiliki WALHI Jawa Barat sebagai komunikator dalam kegiatan kampanye bahaya Asbes?

      Jawaban: Kampanye yang dilakukan oleh WALHI Jawa Barat dapat dipercaya. Buktinya saja memberikan data orang yang terjangkit penyakit kanker akibat

menghirup serat asbes, tapi orang luar Negri yang terjangkit itu bukan orang Indonesia.

2. Klasifikasi Pesan (Isi Pesan, Struktur Pesan)
   a. Isi pesan apa yang disampaikan dari kegiatan kampanye WALHI Jawa Barat tersebut pak?

      Jawaban: Isi pesan kampanye WALHI Jawa Barat ya mengenai bahaya asbes terhadap kesehatan.

   b. Menurut bapak, setelah melihat kampanye WALHI Jawa Barat bagaimana struktur pesan WALHI Jawa Barat dalam kegiatan kampanye bahaya asbes itu pak?

      Jawaban: Dalam kampanyenya WALHI Jawa Barat menjelaskan secara detail bahwa asbes itu berbahaya. Kasusnya pun ada, ya yang tadi saya sebutkan orang dari Negara lain bukan dari Indonesia.

3. Klasifikasi Media (Bentuk Media, Pemilihan Media)
   a. Menurut bapak seperti apa bentuk media yang digunakan oleh WALHI Jawa Barat dalam menyampaikan pesan mengenai bahaya asbes?

      Jawaban: Media kampanye WALHI Jawa Barat seperti diskusi ya seperti pengarahan gitulah, kemudian leaflet dan brosur pun saya pernah lihat.

b. Pemilihan media

Setelah itu bagaimana pemilihan media kampanye WALHI Jawa Barat tersebut pak?

Jawaban: Kalau untuk hal itu harusnya anda tanyakan langsung pada pihak WALHI, ya kalau yang kekita-kita ya seperti yang saya sebutkan, diskusi, leaflet dan brosur.

4. Klasifikasi Khalayak (Mentapkan Khalayak, Sikap Khalayak, Keyakinan Khalayak)

a. Setelah memperoleh data atau informasi yang lengkap untuk di kampanyekan lalu bagaimana WALHI Jawa Barat menetapkan khalayak sasaran kampanye bahaya asbes tersebut?

Jawaban: Kayanya sih penetapan khalayak sasaran kampanyenya itu karyawan yang bekerja di perusahaan pengguna bahan asbes seperti diperusahaan saya atau nggak ke warga yang menggunakan bahan asbes, yang bahan bangunan untuk atap rumah itu kan menggandung bahan asbes.

b. Lalu bagaimana sikap bapak selaku khalayak sasaran kampanye setelah memperoleh informasi mengenai bahaya asbes tersebut?

Jawaban: Saya mengikapinya dengan positif saja. Asbes itu sangat berbahaya bagi kesehatan. Tapi ya mau gimana lagi orang saya dapat uang dari tempat saya berkerja ini.

c. Bapak sendiri sebagai khalayak sasaran kampanye apakah yakin terhadap pesan atau informasi mengenai bahaya asbes yang di kampanyekan oleh WALHI Jawa Barat tersebut?

Jawaban: Jelas, Saya yakin dan percaya sekali kalo asbes berbahaya bagi kesehatan itu pun saya tahu dari kampanye WALHI Jawa Barat, trus adanya kasus orang yang terjangkit penyakit asbestosis di Negara lain.