

**STRATEGI KOMUNIKASI KOMUNITAS 'RUANG PANGAN'
DALAM MENSOSIALISIKAN PENANGGULANGAN
FOOD WASTE DI BANDAR LAMPUNG**

(Skripsi)

Oleh:

**Atika Rahmawati
2116031046**



**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2026**

**STRATEGI KOMUNIKASI KOMUNITAS 'RUANG PANGAN'
DALAM MENSOSIALISASIKAN PENANGGULANGAN
FOOD WASTE DI BANDAR LAMPUNG**

Oleh:

Atika Rahmawati

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA ILMU KOMUNIKASI**

Pada

**Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik
Universitas Lampung**



**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2026**

ABSTRAK

STRATEGI KOMUNIKASI KOMUNITAS 'RUANG PANGAN' DALAM MENSOSIALISASIKAN PENANGGULANGAN *FOOD WASTE* DI BANDAR LAMPUNG

Oleh

Atika Rahmawati

Permasalahan *food waste* atau pemborosan makanan merupakan isu global yang berdampak pada aspek lingkungan, sosial, dan ekonomi, termasuk di Kota Bandar Lampung. Rendahnya kesadaran masyarakat terhadap pengelolaan limbah makanan mendorong perlunya strategi komunikasi yang efektif sebagai upaya edukasi publik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi yang diterapkan oleh Komunitas Ruang Pangan dalam mensosialisasikan penanggulangan *food waste* di Kota Bandar Lampung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan kerangka analisis strategi *Public Relations* dari Harwood L. Childs yang meliputi *strategy of publicity*, *strategy of persuasion*, *strategy of argumentation*, dan *strategy of image*. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Komunitas Ruang Pangan memanfaatkan media digital, khususnya Instagram, serta kegiatan luring seperti *Food Drive* dan *Food Rescue* untuk memperluas jangkauan pesan. Strategi komunikasi yang diterapkan bersifat edukatif, partisipatif, dan berbasis data, serta didukung oleh konsistensi aksi sosial dan kolaborasi lintas sektor. Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi komunikasi Ruang Pangan bersifat terintegrasi dan mendorong meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap urgensi penanggulangan *food waste*.

Kata kunci: strategi komunikasi, komunitas, *food waste*.

ABSTRACT

THE COMMUNICATION STRATEGY OF THE 'RUANG PANGAN' COMMUNITY IN SOCIALIZING FOOD WASTE MITIGATION IN BANDAR LAMPUNG

By

Atika Rahmawati

Food waste, or food loss, is a global issue that has significant environmental, social, and economic impacts, including in Bandar Lampung. The low level of public awareness regarding food waste management highlights the need for effective communication strategies as a form of public education. This study aims to analyze the communication strategies implemented by the Ruang Pangan Community in socializing food waste reduction efforts in Bandar Lampung. This research employs a qualitative approach using Harwood L. Childs' Public Relations strategy framework as the analytical basis, which includes strategy of publicity, strategy of persuasion, strategy of argumentation, and strategy of image. Data were collected through in-depth interviews, observation, and documentation. The findings indicate that the Ruang Pangan Community utilizes digital media, particularly Instagram, along with offline activities such as Food Drive and Food Rescue to expand message outreach. The communication strategies applied are educational, participatory, and data-driven, supported by consistent social actions and cross-sector collaboration. This study concludes that Ruang Pangan's communication strategy is integrated and fosters increased public awareness of the urgency of food waste mitigation.

Keywords: *communication strategy, community, food waste.*

Judul Penelitian

: **STRATEGI KOMUNIKASI KOMUNITAS RUANG PANGAN DALAM MENSOSIALISASIKAN PENANGGULANGAN *FOOD WASTE* DI BANDAR LAMPUNG**

Nama Mahasiswa

: **Atika Rahmawati**

Nomor Pokok Mahasiswa

: **2116031046**

Program Studi

: **Ilmu Komunikasi**

Fakultas

: **Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

MENYETUJUI

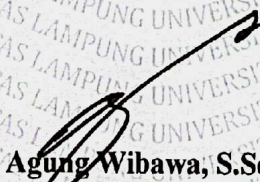
1. **Komisi Pembimbing**



Ahmad Rudy Fardiyan, S.Sos., M. Si

NIP 198105022008121002

2. **Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi**



Agung Wibawa, S.Sos.I., M.Si

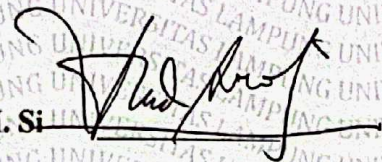
NIP 198109262009121004

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua

: Ahmad Rudy Fardiyan, S.Sos., M. Si



Penguji Utama

: Agung Wibawa, S.Sos.I., M.Si.



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Prof. Dr. Anna Gustina Zainal, S.Sos., M.Si.

NIP 197608212000032001



Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 23 Januari 2026

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Atika Rahmawati
NPM : 2116031046
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Alamat : Perum Happy Hills Jatiwangi, Sukabumi, Bandar Lampung
No. Handphone : 08978314614

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul “Strategi Komunikasi Komunitas Ruang Pangan Dalam Mensosialisasikan Penanggulanga *Food Waste* di Bandar Lampung” adalah benar-benar hasil karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat (milik orang lain) ataupun dibuat oleh orang lain.

Apabila di kemudian hari hasil penelitian atau tugas akhir saya ada pihak-pihak yang merasa keberatan, maka saya akan bertanggung jawab dengan peraturan yang berlaku dan siap dicabut gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dalam keadaan tekanan dari pihak manapun.

Bandar Lampung, 16 Januari 2026

Yang membuat pernyataan,



Atika Rahmawati

NPM 2116031046

RIWAYAT HIDUP



Nama lengkap penulis Adalah Atika Rahmawati, penulis dilahirkan di Lampung pada tanggal 22 Juli 2003. Penulis merupakan anak ketiga dari tiga bersaudara, dari pasangan bapak Asmanianto dan ibu Riyanti. Penulis memulai pendidikan pada tahun 2008 di TK IKI PTPN 7 Way Galih yang diselesaikan pada tahun 2009, dilanjutkan ke pendidikan SD Negeri 1 Way Galih dan diselesaikan pada tahun 2014, penulis melanjutkan pendidikan pada tingkat menengah pertama di SMP Negeri 24 Bandar Lampung dan diselesaikan pada tahun 2018, selanjutnya pada tingkat menengah atas penulis diterima di SMA Perintis 2 Bandar Lampung yang diselesaikan pada tahun 2021, penulis mengikuti Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SBMPTN) tahun 2021 dan diterima sebagai mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung Angkatan 2021.

Selama menjadi mahasiswa, penulis aktif berorganisasi dalam Himpunan Mahasiswa Jurusan (HMJ) Ilmu Komunikasi Universitas Lampung sebagai anggota bidang Broadcasting pada periode tahun 2022. Penulis juga telah mengikuti program pengabdian Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Kecamatan Gedung Meneng, Desa Bakung Rahayu, Tulang Bawang, selama 40 hari sejak bulan Januari sampai dengan bulan Februari 2024. Selanjutnya, pada semester 6, penulis melaksanakan magang mandiri di Dinas Perhubungan DKI Jakarta. Penulis mengerjakan skripsi sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.

MOTTO

وَالْإِلٰهَ رَبِّكَ فَارْغَبْ

“Dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap”

(QS. Al-Insyirah: 8)

“Let your dreams grow bigger than your fears”

PERSEMBAHAN

Segala puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan berkah-Nya yang selalu mengiringi setiap langkah perjalanan perkuliahan ini. Saya persembahkan karya ini sebagai bentuk tanda cinta dan kasih sayang kepada: Untuk diri saya sendiri, sebagai bentuk apresiasi atas setiap proses yang telah dilalui dengan penuh usaha dan keteguhan hati. Perjalanan ini bukan sekadar mencapai sebuah pencapaian, tetapi juga tentang proses bertumbuh, belajar dari setiap langkah, dan terus berusaha menjadi versi terbaik dari diri sendiri. Terima kasih telah terus mencoba, bahkan saat rasanya ingin berhenti. Skripsi ini menjadi salah satu bukti dari usaha yang dijalani secara perlahan namun konsisten, dengan keyakinan yang terus dijaga meskipun tidak selalu mudah. Untuk Ayah (Asmanianto) dan Mamak (Riyanti) tercinta, terima kasih atas cinta yang tidak pernah mengenal lelah, doa yang selalu mengiringi dalam diam, dan dukungan yang tak pernah surut di setiap langkah. Kalian adalah sumber kekuatan terbesar dalam hidup ini. Setiap pengorbanan, kerja keras, dan kesabaran yang kalian berikan adalah alasan saya bisa sampai di titik ini. Terima kasih sudah menjadi rumah tempat saya kembali, tempat di mana saya selalu merasa aman dan diterima apa adanya. Untuk kedua kakakku tersayang, Amelia Kalida Sari dan Bunga Aprilita, terima kasih karena selalu hadir sebagai tempat ternyaman. Terima kasih karena selalu percaya dan mendukung, meski dengan cara yang sederhana tapi begitu berarti. Kehadiran kalian membuat perjalanan ini tidak terasa sendiri, dan setiap langkah terasa lebih ringan. Terima kasih untuk cinta, kehangatan, dan kebersamaan yang terus kalian berikan. Semuanya adalah bagian penting dalam proses ini, dan saya tidak akan sampai di titik ini tanpa kalian.

SANWACANA

Segala puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa. Berkat rahmat, kasih, dan penyertaan-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi Komunitas Ruang Pangan dalam Mensosialisasikan Penanggulangan *Food Waste* di Bandar Lampung” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan tentu memiliki berbagai kekurangan. Namun, penulis telah berupaya semaksimal mungkin dalam proses penyusunannya sesuai dengan kemampuan dan pengetahuan yang penulis miliki. Berkat dukungan, bantuan, serta arahan dari berbagai pihak, penulis akhirnya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Ir. Lusmeilia Afriani, D.E.A., I.P.M., Asean Eng., selaku Rektor Universitas Lampung.
2. Ibu Prof. Dr. Anna Gustina Zaenal, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
3. Bapak Agung Wibawa, S.Sos.I., M.Si., selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Lampung, serta selaku dosen penguji skripsi, atas waktu, perhatian, serta masukan berharga yang telah diberikan. Setiap arahan dan koreksinya disampaikan dengan cara yang bijak dan membangun. sehingga penulis bisa mencapai di titik akhir perkuliahan serta dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.

4. Bapak Ahmad Rudy Fardiyanto S.Sos., M.Si., selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Lampung, serta selaku dosen pembimbing skripsi penulis. Ucapan terima kasih yang mendalam penulis sampaikan atas ketulusan dan perhatian yang Bapak berikan selama proses bimbingan. Terima kasih atas setiap ilmu, arahan, serta masukan yang Bapak sampaikan dengan penuh kesabaran dan keikhlasan.
5. Bagi penulis, Bapak bukan hanya sekadar dosen pembimbing, tetapi sosok yang bijaksana dan suportif, yang turut membimbing penulis bukan hanya dalam bidang akademik, tetapi juga memberikan dorongan secara emosional. Dukungan dan ketulusan yang Bapak berikan akan selalu menjadi bagian yang sangat berarti dalam perjalanan ini.
6. Kepada seluruh dosen, staf administrasi, dan karyawan Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Lampung khususnya Mba Is, Mas Hanafi, Mas Cep, dan Mas Redy. Penulis menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang tulus atas segala bantuan dan pelayanan yang diberikan selama masa studi. Penulis juga berterima kasih kepada seluruh keluarga besar Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Lampung atas dukungan, fasilitas, serta lingkungan belajar yang sangat membantu dalam proses akademik hingga penyelesaian skripsi ini.
7. Kepada kedua orang tua tersayang, Ayah Asmaniyanto dan Ibu Riyanti. Terima kasih yang sedalam-dalamnya atas segala kasih sayang, dukungan, serta doa yang Ayah dan Mama berikan sejak awal hingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan ini. Sebagai anak bungsu, penulis merasa sangat beruntung dan bersyukur terlahir sebagai anak Ayah dan Mama, dua sosok yang selalu menjadi tempat pulang, tempat bercerita, dan sumber kekuatan dalam setiap langkah. Terima kasih atas seluruh bentuk *support* yang Ayah dan Mama berikan, baik tenaga, doa, perhatian, maupun pengorbanan yang tak pernah terhitung. Penulis juga berterima kasih karena Ayah dan Mama telah memberikan kepercayaan penuh kepada anak bungsunya ini untuk mengeksplor banyak hal, meskipun penulis tahu bahwa sebagai orang tua, rasa takut dan kekhawatiran itu pasti selalu ada. Kepercayaan tersebut menjadi dorongan besar bagi penulis untuk terus berkembang. Semoga setiap jasa Ayah dan Mama dalam membimbing dan

menyekolahkan penulis menjadi amal jariyah yang mengalir tanpa henti, menjadi penerang jalan menuju surga Allah kelak. Wouldn't survive this life without ayah & Mama in it. Love you both to the fullest

8. Kepada kedua kakak tersayang, Amelia Kalida Sari dan Bunga Aprilita, penulis menyampaikan terima kasih yang tulus atas segala bentuk dukungan, semangat, dan kebaikan yang telah diberikan selama ini. Penulis sangat bersyukur menjadi adik dari Kaia dan Kaita yang selalu suportif, hadir dalam setiap langkah, dan tanpa lelah membukakan jalan serta memberi ruang bagi penulis untuk belajar, mencoba, berkembang dalam banyak hal. Terima kasih karena selalu menjadi tempat berbagi cerita, berbagi tawa, dan berbagi kekuatan. Penulis berharap semoga Allah senantiasa memberikan nikmat akur, kedamaian, dan kasih sayang yang tidak pernah terputus untuk keluarga kita. Semoga kedepatan ini selalu terjaga dan menjadi sumber kebahagiaan bagi kita semua. With all my love for both of you.
9. Teman-teman "Cewe Selusin": Shinta, Adira, Anita, Suci, Aul, Cici, Dhea, Dina, Erni, Galuh, Lala, dan Salma. Terima kasih tak terhingga atas kebersamaan yang begitu bermakna. Penulis bersyukur dapat mengenal kalian. Kalian bukan sekadar teman, tetapi keluarga yang tumbuh bersama. Terima kasih atas kesabaran, bantuan, dan dukungan yang diberikan mulai dari menemani proses revisi bab demi bab hingga kerumitan urusan pemberkasan. Terima kasih pula atas setiap perjalanan dan tawa sebagai trip mates. Semoga kebersamaan ini terus berlanjut dan kita selalu punya alasan untuk bermain dan berbagi cerita bersama.
10. Terima kasih kepada Retno, sahabat sejak masa SMP, yang selalu hadir dalam setiap fase perjalanan penulis. Terima kasih telah menjadi tempat berbagi cerita, kebahagiaan, serta setia mendengarkan setiap keluh kesah. Kehadiran dan dukunganmu yang tak pernah absen menjadi penguat tersendiri dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis sangat bersyukur memiliki sahabat sepertimu.
11. Terima kasih kepada Sofwa, sebagai teman seperjuangan dalam proses penulisan skripsi ini. Terima kasih atas dukungan, kebersamaan, dan semangat yang senantiasa diberikan, serta atas peran sebagai penguat dan pengingat satu

sama lain untuk segera menyelesaikan penulisan skripsi ini. Akhirnya, seluruh proses ini dapat dilalui dengan baik. Finally, we did it.

12. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Saudari Annisa Ghina Istighfarany (Mba Icha) yang telah banyak membantu dalam proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas segala saran dan masukan yang diberikan, kesediaan untuk mendengarkan keluhan, serta dukungan dan motivasi yang selalu diberikan sehingga penulis dapat melalui setiap proses penyusunan skripsi dengan lebih baik. Semoga segala kebaikan yang telah diberikan mendapat balasan yang terbaik.
13. Seluruh tim Ruang Pangan yang telah memberikan kesempatan dan pengalaman berharga dalam proses penelitian ini, terima kasih atas ilmu, dukungan, serta kerja samanya, sehingga setiap tahapan dalam penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan baik dan lancar.
14. Kepada seluruh teman-teman Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung Angkatan 21 serta semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan selama masa studi ini. Mohon maaf yang sebesar-besarnya karena tidak dapat menyebutkan satu per satu, namun setiap kebaikan dan bantuan yang diberikan sangat berarti dan tak akan terlupakan.

Bandar Lampung, 10 Desember 2025
Penulis,

Atika Rahmawati

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR.....	iv
I. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian	6
1.5. Kerangka Pikir	7
II. TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1. Penelitian Terdahulu	10
2.2. Gambaran Umum.....	12
2.2.1. ‘Ruang Pangan’	12
2.2.2. Struktur Organisasi ‘Ruang Pangan’	16
2.3. Tinjauan Strategi Komunikasi	17
2.3.1. Definisi Strategi Komunikasi.....	17
2.3.2. Tujuan Strategi Komunikasi	18
2.4. Strategi Kampanye <i>Public Relation</i> Harwood Childs	19
III. METODE PENELITIAN	22
3.1. Jenis Penelitian	22
3.2. Metode Penelitian	22
3.3. Fokus Penelitian.....	23
3.4. Penentuan Informan	23
3.5. Sumber Data	25
3.6. Teknik Pengumpulan Data	25
3.7. Teknik Analisis Data.....	28

3.8. Teknik Keabsahan Data	29
IV. PEMBAHASAN	31
4.1. Hasil Penelitian	31
4.1.1. Aspek Dalam Strategi Komunikasi.....	32
4.2. Pembahasan	61
4.2.1 Aspek <i>Strategy of Publicity</i>	62
4.2.2 Aspek <i>Strategy of Persuasion</i>	64
4.2.3 Aspek <i>Strategy of Argumentation</i>	66
4.2.4 Aspek <i>Strategy of Image</i>	69
V. SIMPULAN DAN SARAN	72
5.1 Simpulan.....	72
5.2 Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN.....	79

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Jumlah sampah makanan provinsi Lampung Tahun 2022	2
Tabel 2. Penelitian Terdahulu	10
Tabel 3. Data Diri Informan Penelitian	24

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Bagan Kerangka Pikir	9
Gambar 2. Logo Komunitas Ruang Pangan.....	13
Gambar 3. Profile Instagram Komunitas ‘Ruang Pangan’	14
Gambar 4. Bagan struktur komunitas ‘Ruang Pangan’	16
Gambar 5. Akun TikTok Komunitas Ruang Pangan	35
Gambar 6. akun Instagram Ruang Pangan pada 9 September 2025	36
Gambar 7. akun Instagram Ruang Pangan pada 14 Juni 2025.....	37
Gambar 8. Dokumentasi kolaborasi komunitas Ruang Pangan dengan Radio Lokal Lampung	40
Gambar 9. Bagan model aspek strategi publisitas	42
Gambar 10. Kegiatan sosialisai komunitas Ruang Pangan.....	43
Gambar 11. Dokumentasi kegiatan observasi. Sesi diskusi saat sosialisasi mengenai <i>food waste</i>	46
Gambar 12. Dokumentasi kegiatan <i>Food Rescue</i>	47
Gambar 13. Bagan model aspek strategi persuasi.....	48
Gambar 14. Postingan infografis pada Instagram ruangpangan.id	50
Gambar 15. Kolom komentar instagram @ruangpangan.id	52
Gambar 16. Bagan model aspek strategi argumentasi	53
Gambar 17. Piagam penghargaan komunitas Ruang Pangan dari Badan Pangan Nasional	57
Gambar 18. Bagan model aspek strategi citra.....	58
Gambar 19. Bagan model strategi komunikasi komunitas ruang pangan dalam mensosialisasikan penanggulangan food waste di Bandar Lampung.	61

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Masalah *food waste* atau pemborosan makanan menjadi salah satu isu global yang mendapat perhatian. Menurut Food and Agriculture Organization (FAO), mengungkapkan bahwa sekitar sepertiga dari makanan yang diproduksi untuk dikonsumsi justru terbuang atau hilang, baik saat proses panen maupun setelah sampai ke konsumen. Sedangkan dari total 7,6 miliar penduduk dunia, setidaknya 815 juta orang mengalami kelaparan (Ichwan & Cahyana, 2022). Dengan jumlah makanan yang terbuang tersebut seharusnya dapat mencukupi kebutuhan gizi banyak orang.

Food waste terjadi ketika makanan yang masih layak konsumsi dibuang begitu saja. *Food waste* umumnya terjadi pada tahap konsumsi di bagian akhir rantai pasok makanan, seperti di lingkungan rumah tangga, restoran, atau supermarket. Banyaknya sisa makanan yang terbuang menjadi sumber pemborosan ekonomi, meningkatkan kesenjangan sosial, dan mengancam keberlanjutan lingkungan. Limbah makanan yang terus menumpuk dan membusuk di tempat pembuangan sampah dapat menghasilkan gas metana, yang merupakan gas rumah kaca dengan potensi bahaya lebih tinggi dibandingkan karbon dioksida. Selama periode 2010 hingga 2016, limbah pangan menyumbang sekitar 8-10 persen dari emisi karbon yang berkontribusi pada pemanasan global (Save the Children, 2022).

Di Indonesia, fenomena *food waste* juga menjadi salah satu fenomena yang mengkhawatirkan, mengingat Indonesia merupakan salah satu negara penyumbang sampah makanan terbesar di dunia. Dengan perkiraan 300 kilogram limbah makanan per orang setiap tahunnya, Indonesia menempati

posisi kedua sebagai negara dengan jumlah limbah makanan terbanyak di dunia, tepat setelah Arab Saudi (Zayuti & Amalia, 2024). Menurut data dari Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK), pada tahun 2023, limbah sisa makanan menjadi kontributor terbesar terhadap total sampah nasional, mencapai 41,4%. Persentase ini jauh lebih tinggi dibandingkan sampah plastik, yang hanya menyumbang 18,6% dari total sampah. Di provinsi Lampung sendiri, jumlah sampah makanan mencapai 1,6 juta ton per tahun menurut data penelitian Bapanas 2023. Jumlah limbah makanan yang begitu besar, baik di tingkat nasional dan di Provinsi Lampung, menunjukkan perlunya tindakan nyata untuk mengurangi *food waste* melalui kebijakan yang lebih efektif, edukasi masyarakat, serta kerjasama antara pemerintah, sektor swasta, dan komunitas dalam menciptakan sistem pengelolaan pangan yang lebih berkelanjutan.

Tabel 1. Jumlah sampah makanan provinsi Lampung Tahun 2022

Lampung barat	76.20 ton/hari
Tanggamus	149.83 ton/hari
Lampung Selatan	368.29 ton /hari
Lampung Timur	315.91 ton/hari
Lampung Tengah	464.74 ton/hari
Lampung Utara	184.25 ton/hari
Way Kanan	109.27 ton/hari
Tulang Bawang	110.28 ton/hari
Pesawaran	108.07 ton/hari
Pringsewu	96.79 ton/hari
Mesuji	47.99 ton/hari
Tulang Bawang Barat	65.93 ton/hari
Pesisir barat	37.40 ton/hari
Bandar Lampung	457.65 ton/hari
Metro	66.87 ton/hari

(Sumber: Website Data Dinas Lingkungan Hidup Provinsi Lampung
<https://dlh.lampungprov.go.id/pages/loss-waste-and-food-waste>)

Terkait banyaknya isu mengenai pemanasan global, mulai banyak bermunculan komunitas yang bergerak dibidang lingkungan untuk mengedukasi dan berupaya mengurangi penyebab pemanasan global. Salah

satu komunitas tersebut adalah komunitas Ruang Pangan. Ruang Pangan merupakan komunitas sosial di Lampung yang berfokus pada pengelolaan limbah makanan (*food waste*) yang masih layak konsumsi maupun yang dapat didaur ulang sebagai upaya untuk mengurangi sampah makanan yang dapat menimbulkan gas metana. Komunitas tercetus dari masyarakat organik atau masyarakat yang berperan sebagai penggerak dengan ide dan gagasan untuk menciptakan sesuatu yang bernilai dan bermanfaat (Putri, 2023). Komunitas ini didirikan oleh mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Lampung sebagai bentuk kepedulian terhadap lingkungan sekaligus mendukung realisasi SDG's nomor 2 yaitu mengakhiri kelaparan, mencapai ketahanan pangan, memperbaiki nutrisi, dan mempromosikan pertanian yang berkelanjutan, serta SDG's nomor 12 yaitu pola produksi dan konsumsi yang bertanggung jawab.

Komunitas ini berjalan secara mandiri dan berkolaborasi dengan berbagai pihak external, seperti Holland Bakery, Nestlé, Nutrifood, Yakult, dan Golden Tulip Hotel (Badan Pangan Nasional, 2023). Melalui kerjasama ini, komunitas Ruang Pangan dapat mendistribusikan makanan berlebih yang masih layak konsumsi kepada masyarakat, sekaligus dapat mengurangi pembuangan makanan layak konsumsi yang berujung menjadi sampah makanan. Selain itu, Ruang Pangan juga memiliki kegiatan berbagi informasi terkait *food waste*, dampak, dan cara mengurangi limbah makanan baik secara langsung maupun melalui media digital kepada masyarakat contohnya kegiatan Ruang Pangan *Goes To School*, *workshop*, dan berkolaborasi dengan komunitas lain.

Komunitas 'Ruang Pangan' tidak hanya berperan dalam mendistribusikan makanan berlebih, tetapi juga berupaya meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya pengelolaan *food waste* secara bijak. Oleh karena itu, edukasi dan sosialisasi menjadi bagian penting dari upaya komunitas ini dalam membangun kesadaran masyarakat untuk lebih peduli terhadap isu *food waste* dan dampaknya. Dengan adanya hal ini, maka perlu komunikasi dalam bentuk sosialisasi terkait *food waste* kepada masyarakat

untuk mengatasi permasalahan lingkungan yang dapat timbul dari banyaknya sampah makanan. Untuk berbagi pemahaman mengenai *food waste* kepada masyarakat, diperlukan strategi komunikasi agar pesan yang disampaikan komunitas ‘Ruang Pangan’ mengenai *food waste* dapat menjadi diterima dengan baik dan diterapkan oleh masyarakat.

Strategi komunikasi menurut Rogers, merupakan suatu perencanaan yang dirancang untuk mempengaruhi perilaku manusia dalam cakupan yang lebih luas melalui penyebaran gagasan atau inovasi baru (Wijaya. 2015). Dengan menerapkan strategi komunikasi, komunitas dapat mengarahkan tujuan agar selaras dengan harapan yang ingin dicapai. Untuk menganalisis hal ini, peneliti menggunakan konsep Strategi *Public Relation* Harwood Child.

Dengan berbagai masalah yang muncul akibat pemborosan makanan, baik secara global maupun nasional, maka diperlukan langkah nyata untuk menanggulangi *food waste* melalui strategi komunikasi yang efektif kepada masyarakat.

Di tingkat lokal, kesadaran masyarakat di Kota Bandar Lampung terhadap isu *food waste* masih tergolong rendah. Kondisi ini tercermin dari masih sering ditemukannya sisa makanan pada berbagai aktivitas masyarakat, baik dalam kegiatan sosial, rumah tangga, maupun pada sektor jual beli seperti pasar, supermarket, dan tempat makan. Selain itu, praktik pengelolaan sisa makanan belum dilakukan secara optimal, yang ditandai dengan belum terbiasanya pemilahan sampah, pemanfaatan kembali makanan berlebih, maupun pengolahan sisa makanan menjadi bentuk lain yang lebih bermanfaat.

Kondisi tersebut sejalan dengan hasil penelitian Ilham, dkk. (2025) yang menunjukkan bahwa permasalahan lingkungan di Kota Bandar Lampung masih didominasi oleh tingginya volume sampah organik yang berasal dari aktivitas masyarakat dan rumah tangga, serta belum optimalnya pengelolaan sampah melalui pemilahan dan penerapan prinsip 3R (*Reduce, Reuse, Recycle*). Temuan ini mengindikasikan bahwa kesadaran masyarakat terhadap pengelolaan sisa makanan masih perlu ditingkatkan.

Berdasarkan data Dinas Lingkungan Hidup Provinsi Lampung tahun 2023, Kota Bandar Lampung masuk 3 daerah penyumbang sampah makanan tertinggi di provinsi Lampung, yakni mencapai sekitar 457,65 ton per hari. Fakta tersebut menunjukkan bahwa perilaku konsumsi masyarakat masih cenderung boros dan belum disertai kesadaran akan dampak lingkungan yang ditimbulkan.

Kondisi ini menjadi salah satu alasan penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan karena permasalahan *food waste* tidak hanya berkaitan dengan aspek lingkungan, tetapi juga sosial dan ekonomi. Kehadiran komunitas Ruang Pangan sebagai gerakan sosial lokal di kota Bandar Lampung menunjukkan adanya upaya nyata dalam mengedukasi dan mengajak masyarakat untuk mengurangi pemborosan makanan. Namun, masih terbatas penelitian yang mengkaji bagaimana strategi komunikasi komunitas lingkungan dalam mensosialisasikan isu *food waste* di tingkat lokal. Oleh karena itu, penelitian ini menarik untuk diteliti guna memahami secara mendalam strategi komunikasi yang digunakan Ruang Pangan dalam membangun kesadaran masyarakat serta mendorong perubahan perilaku terkait pengelolaan *food waste* melalui sosialisasi yang dijalankan.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan diatas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: “Bagaimana Strategi Komunikasi 'Ruang Pangan' dalam Mensosialisasikan Penanggulangan *Food Waste* di Bandar Lampung?”

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui, mendeskripsikan dan menganalisis bagaimana strategi komunikasi 'Ruang Pangan' dalam mensosialisasikan penanggulangan *food waste* di Bandar Lampung.

1.4. Manfaat Penelitian

Peneliti berharap karya tulis ini dapat memberikan kontribusi positif secara teoritis dan praktis untuk kehidupan:

a. Secara Akademis

Manfaat teoritis penelitian sebagai kontribusi terhadap studi bidang ilmu komunikasi. Secara khusus, penelitian ini diharapkan dapat menyumbang ide di bidang komunikasi serta dapat dijadikan referensi bagi peneliti lain.

b. Secara Praktis

Manfaat praktis yang dapat dihasilkan adalah sebagai gambaran serta acuan peneliti lain terhadap penelitian serupa, yaitu penelitian tentang strategi komunikasi 'Ruang Pangan' dalam mensosialisasikan penanggulangan *food waste* di Bandar Lampung. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan mampu berdiri sebagai sumber informasi bagi masyarakat dalam memahami pentingnya menghindari pemborosan makanan yang dapat berdampak luas termasuk dalam keberlanjutan lingkungan.

Manfaat praktis lain yang peneliti harapkan melalui penelitian ini yaitu sebagai syarat dalam peraihan gelar sarjana Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Lampung.

1.5. Kerangka Pikir

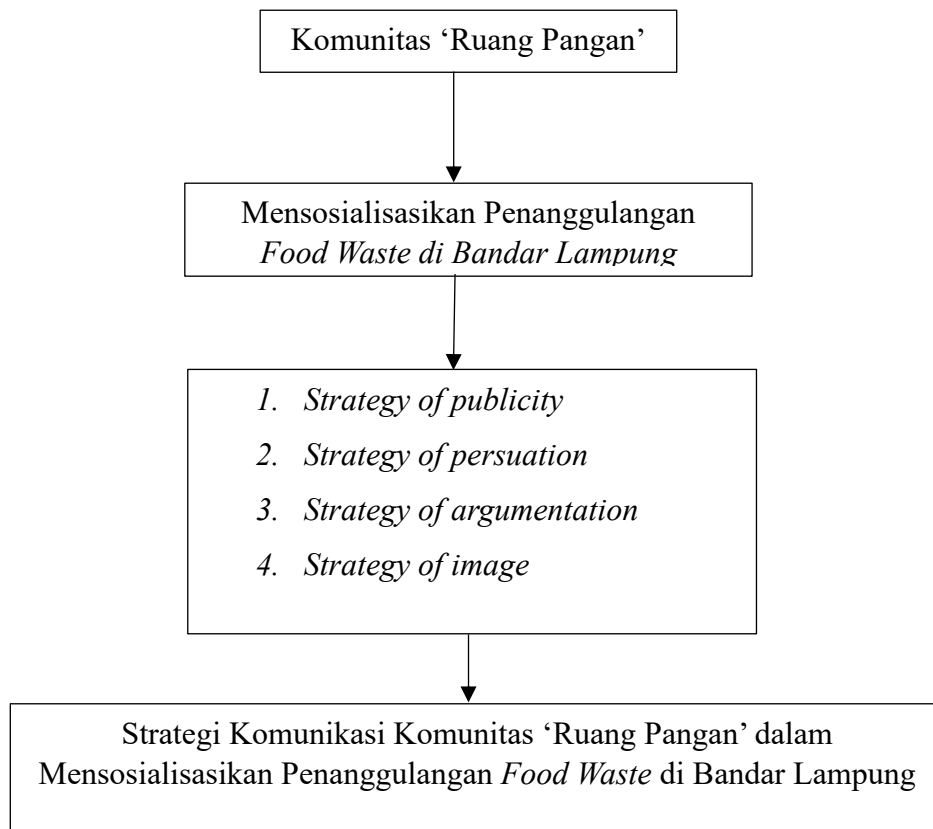
Maraknya isu pemanasan global yang disebabkan oleh berbagai hal salah satunya adalah dari *food waste* atau sampah makanan. Menurut Food and Agriculture Organization (FAO), sekitar sepertiga dari makanan yang diproduksi untuk dimakan malah berakhir hilang atau terbuang. Di Indonesia, sampah sisa makanan menyumbang kontribusi terbesar di 2023 dan menjadi negara ASEAN dengan jumlah *food waste* terbesar. Sampah makanan yang menumpuk dapat menghasilkan gas metana yang menjadi salah satu penyebab pemanasan global. Terkait banyaknya isu mengenai pemanasan global, dll, mulai banyak bermunculan komunitas yang bergerak untuk mengedukasi, dan berupaya mengurangi penyebab pemanasan global. Salah satu komunitas/komunitas tersebut ialah “Ruang Pangan”, melalui adanya komunitas “Ruang Pangan” peneliti akan meneliti tentang bagaimana strategi komunikasi yang digunakan oleh komunitas “Ruang Pangan”, dalam mensosialisasikan penanggulangan *food waste* Kota Bandar Lampung.

Penelitian ini berfokus pada bagaimana strategi komunikasi yang dijalankan oleh komunitas *Ruang Pangan* dalam mensosialisasikan penanggulangan *food waste* di Bandar Lampung. Penelitian ini menggunakan teori strategi *Public Relations* dari Harwood L. Childs yang terdiri dari empat tahapan, yaitu:

1. *Strategy of Publicity*, yang bertujuan untuk mengamati dan mendeskripsikan bagaimana pesan mengenai penanggulangan *food waste* dirancang dan dipublikasikan agar dapat menjangkau khalayak secara luas.
2. *Strategy of Persuasion*, yang mengkaji teknik atau pendekatan persuasif yang digunakan oleh komunitas *Ruang Pangan* dalam menyampaikan pesan edukatif kepada masyarakat.
3. *Strategy of Argumentation*, yang menelusuri sejauh mana munculnya pemberitaan negatif atau tantangan informasi yang tidak menguntungkan bagi komunitas, serta menganalisis bagaimana komunitas *Ruang Pangan* merespons dan menangkal hal tersebut untuk menjaga citra positifnya.

4. *Strategy of Image*, yang membahas bagaimana proses pembentukan citra komunitas *Ruang Pangan* dilakukan agar dapat membangun persepsi positif di mata publik melalui berbagai kegiatan sosial dan publikasi yang dilakukan.

Berdasarkan latar belakang yang ada, penelitian dilakukan untuk memahami secara mendalam bagaimana strategi komunikasi yang diterapkan oleh komunitas 'Ruang Pangan' dalam mesosialisasikan kepada masyarakat mengenai penanggulangan *food waste*. Melalui konsep strategi Public Relations Harwood L. Childs, penelitian ini diharapkan mampu mengungkap peran dan fungsi komunikasi strategis dalam membangun kesadaran publik, membentuk citra positif komunitas, serta menginspirasi langkah-langkah serupa dalam upaya pelestarian lingkungan, khususnya di kota Bandar Lampung.



Gambar 1. Bagan Kerangka Pikir
(Sumber: Pemikiran peneliti)

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu menjadi salah satu acuan peneliti dalam melakukan penelitian sehingga peneliti dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Penelitian terdahulu yang diangkat tidak adanya kesamaan dengan judul penelitian peneliti. Melainkan, penelitian terdahulu membantu peneliti untuk memberikan referensi serta memperkaya bahan kajian untuk melakukan penelitian peneliti. Penelitian terdahulu bertujuan untuk mengumpulkan data sebagai bahan perbandingan dan referensi dengan topik yang diteliti. Dalam penelitian ini, ada tiga penelitian sebelumnya yang membahas topik berhubungan dengan penelitian yang akan dilakukan, yaitu :

Tabel 2. Penelitian Terdahulu

No.	Aspek Penelitian	Keterangan
1.	Penulis	Agil Noeren, 2023. Jurusan Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung.
	Judul Penelitian	Strategi Kampanye PBESI (Pengurus Besar <i>E-Sport</i> Indonesia Lampung) Dalam Menjaring Atlet <i>E-Sport</i> Di Lampung.
	Persamaan Penelitian	Penelitian ini sama-sama meneliti mengenai stretegi komunikasi yang dilakukan oleh sebuah organisasi. Selain itu, Penelitian ini sama-sama menggunakan teori <i>Public Relation</i> dari Harwood Child untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi yang diterapkan.
	Perbedaan Penelitian	Perbedaan pada penelitian ini terdapat pada objek penelitian, dan fokus penelitian. Pada penelitian

No.	Aspek Penelitian	Keterangan
		ini penulis mengkaji mengenai komunitas ‘Ruang Pangan’ dengan fokus penelitian mengenai <i>food waste</i> , sedangkan pada penelitian terdahulu objek penelitiannya yaitu PBESI dan fokus penelitiannya yaitu mengenai penjarangan atlet <i>E-Sport</i> .
	Kontribusi	Penelitian ini berkontribusi dalam pemahaman dan memberikan referensi kepada peneliti terkait strategi komunikasi dalam sebuah organisasi/komunitas dan juga terkait teori yang digunakan.
2.	Penulis	Ike Rahma Putri, 2023. Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, universitas Lampung.
	Judul Penelitian	Strategi Komunikasi Komunitas “Gubuk Literasi” dalam Mensosialisasikan Literasi Kepada Anak di Kota Bandar Lampung
	Persamaan Penelitian	Peneliti sama-sama meneliti strategi komunikasi yang diterapkan komunitas dalam mensosialisasikan sesuatu.
	Perbedaan Penelitian	Perbedaan pada penelitian ini terdapat pada objek penelitian, dan fokus penelitian. Pada penelitian ini penulis mengkaji mengenai komunitas ‘Ruang Pangan’ dengan fokus penelitian mengenai <i>food waste</i> , sedangkan dalam penelitian terdahulu objek penelitiannya merupakan komunitas ‘Gubuk Literasi’ dengan fokus penelitian yaitu literasi pada anak.
	Kontribusi	Penelitian ini berkontribusi dalam pemahaman dan memberikan referensi kepada peneliti terkait strategi komunikasi pada komunitas.
3.	Penulis	Annisa Shafira, 2024. Jurusan Ilmu Komunikasi, Univerrsitass Teknologi Yogyakarta.
	Judul Penelitian	Strategi Komunikasi Kehumasan Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan DIY dalam Mensosialisasikan Gerakan Selamatkan Pangan
	Persamaan Penelitian	Peneliti sama-sama membahas mengenai strategi komunikasi.

No.	Aspek Penelitian	Keterangan
	Perbedaan Penelitian	Perbedaan pada penelitian ini terdapat pada objek penelitian, dan fokus penelitian. Pada penelitian ini penulis mengkaji mengenai komunitas 'Ruang Pangan' dengan fokus penelitian mengenai <i>food waste</i> , sedangkan dalam penelitian terdahulu objek penelitiannya merupakan Kehumasan Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan DI dengan fokus penelitian yaitu gerakan selamatkan pangan.
	Kontribusi	Penelitian ini berkontribusi dalam pemahaman dan memberikan referensi kepada peneliti terkait strategi komunikasi dan mengenai <i>food waste</i> .

2.2. Gambaran Umum

2.2.1. 'Ruang Pangan'

Komunitas Ruang Pangan adalah sebuah komunitas sosial yang didirikan pada bulan September 2020 di Bandar Lampung, Indonesia, oleh tiga mahasiswa Agribisnis Universitas Lampung, yaitu Reza Latansya, Elci Oktaria, dan Ahyarudin. Komunitas ini lahir sebagai respons terhadap permasalahan tingginya angka pemborosan makanan (*food waste*) di tengah masih banyaknya masyarakat yang mengalami kelaparan. Selain berdampak pada aspek sosial, pemborosan makanan juga memberikan dampak negatif terhadap lingkungan, khususnya melalui emisi gas rumah kaca seperti metana yang berkontribusi pada perubahan iklim dan kerusakan lingkungan.



Gambar 2. Logo Komunitas Ruang Pangan
(Sumber: <https://linktr.ee/ruangpangan>)

Ruang Pangan merupakan komunitas pertama di Lampung yang memiliki kepedulian khusus terhadap isu limbah makanan dan sekaligus menjadi food bank pertama di wilayah tersebut. Komunitas ini aktif mendistribusikan makanan sisa yang masih layak konsumsi dari berbagai pihak yang bekerja sama, serta menyosialisasikan informasi edukatif kepada masyarakat mengenai *food loss* dan *food waste* beserta dampaknya. Sosialisasi ini dilakukan baik secara langsung maupun melalui media digital, terutama melalui akun Instagram resmi mereka, @ruangpangan.id.



Gambar 3. Profile Instagram Komunitas 'Ruang Pangan'
(Sumber: <https://www.instagram.com/ruangpangan.id/>)

Permasalahan *food waste* menjadi dasar bagi Ruang Pangan untuk bergerak secara mandiri maupun berkolaborasi dengan berbagai pihak dalam upaya menciptakan perubahan yang lebih luas. Melalui kerja sama tersebut, komunitas ini berupaya mewujudkan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (Sustainable Development Goals/SDGs), khususnya poin 2 yaitu Tanpa Kelaparan, poin 12 tentang Konsumsi dan Produksi yang Bertanggung Jawab, serta poin 13 mengenai Penanganan Perubahan Iklim.

Sejak didirikan, Ruang Pangan terus mengalami perkembangan dan memberikan banyak manfaat kepada masyarakat. Salah satu pencapaian penting komunitas ini adalah meraih penghargaan sebagai

“Komunitas Paling Konsisten dalam Gerakan Ketahanan Pangan” pada perayaan International Day of Awareness of Food Loss and Waste (IDAFWL) tahun 2024 yang diselenggarakan oleh Badan Pangan Nasional (Bapanas).

Dengan komitmen yang kuat dan berbagai kegiatan yang berkelanjutan, Komunitas Ruang Pangan terus berupaya menjadi komunitas terdepan dalam pengurangan *food waste* di Indonesia, sekaligus membantu masyarakat kurang mampu memperoleh akses terhadap makanan yang layak dan membuka wawasan masyarakat luas mengenai bahaya *food waste*.

Dengan tagline “Bertumbuh dan Berdampak”, Ruang Pangan tidak hanya menyalurkan pangan berlebih kepada pihak-pihak yang membutuhkan, tetapi juga aktif menyuarakan pentingnya kesadaran kolektif terhadap isu pemborosan makanan. Komunitas ini secara rutin mengadakan berbagai aktivitas edukasi, baik secara daring maupun luring, seperti seminar, program “Ruang Pangan Goes to School”, dan kampanye melalui media sosial. Kegiatan yang dilakukan komunitas ‘Ruang Pangan’ diantaranya sebagai berikut:

1. *Food Rescue*

Pengumpulan makanan surplus yang dihasilkan oleh hotel, cafe, bakery, atau business dibidang food sector lainnya untuk didistribusikan kepada masyarakat pra-sejahtera.

2. *Gleaning*

Pengumpulan buah atau sayuran yang terbuang karena tidak “memenuhi standar penampilan atau kriteria” yang diinginkan oleh pasar. Biasanya dilakukan setelah atau saat masa panen

3. *Food Back Nature*

Food *Back Nature* Program daur ulang sampah makanan menjadi produk berdaya guna.

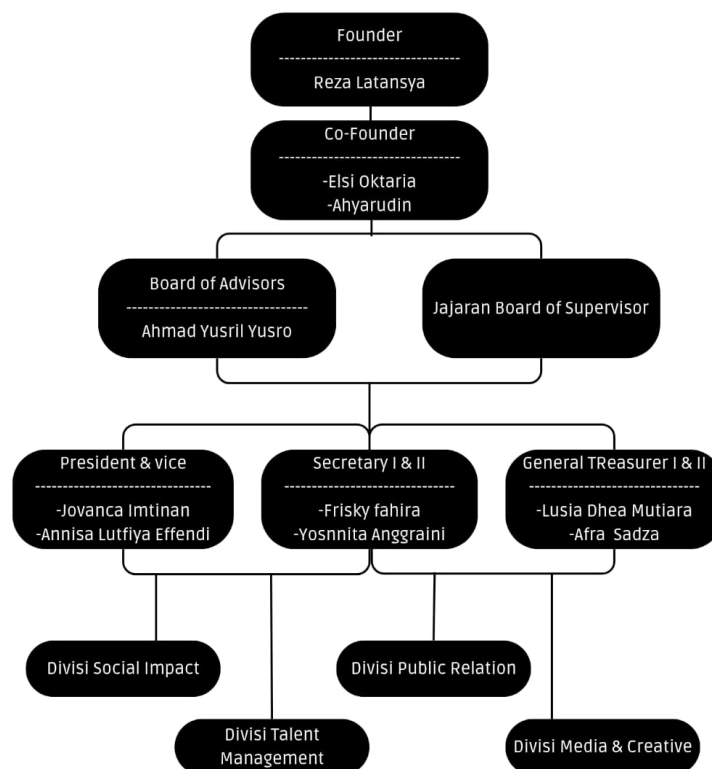
4. *Food Drive*

Penggalangan makanan yang dilakukan setelah momen perayaan hari besar seperti hari raya keagamaan atau menjelang event tertentu seperti pengadaan dapur umum, seminar, dan lain sebagainya.

5. *Food Creative Campaign*

Komunitas memberikan edukasi kepada masyarakat untuk mengurangi *food waste* pada level rumah tangga pada event tertentu di Bandar Lampung.

2.2.2. Struktur Organisasi ‘Ruang Pangan’



Gambar 4. Bagan struktur komunitas ‘Ruang Pangan’

2.3. Tinjauan Strategi Komunikasi

2.3.1. Definisi Strategi Komunikasi

Strategi merupakan konsep yang sering digunakan dalam berbagai bidang, termasuk militer, bisnis, dan komunikasi. Secara etimologis, istilah "strategi" berasal dari bahasa Yunani *strategos*, yang berarti panglima tertinggi yang bertugas mengatur dan merancang langkah-langkah untuk mencapai kemenangan (Hazin, 2024). Kata "strategi" dalam kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) mempunyai beberapa arti, salah satunya yaitu strategi adalah perencanaan yang disusun secara terperinci untuk melaksanakan suatu kegiatan untuk mencapai tujuan tertentu. Pada intinya, strategi merupakan suatu bentuk perencanaan tata kelola yang dirancang untuk mencapai tujuan tertentu. Namun, strategi tidak hanya berperan sebagai penunjuk arah seperti peta, melainkan juga harus menggambarkan secara jelas langkah-langkah operasional atau taktik yang akan ditempuh untuk mencapai tujuan tersebut.

Pada perkembangannya, konsep strategi tidak hanya terbatas pada bidang militer, tetapi juga diterapkan dalam berbagai disiplin ilmu, termasuk manajemen dan komunikasi. Dalam bahasa Inggris, strategi atau siasat merujuk pada hasil pemikiran yang muncul sebagai respons terhadap suatu tujuan yang ingin dicapai. Menurut Marrus, strategi merupakan suatu proses perencanaan yang dilakukan oleh seorang pemimpin, bertujuan untuk membantu pemimpin dalam memusatkan perhatian pada tujuan yang ingin dicapai serta mendukung upaya pencapaian hasil yang diharapkan (Ramadan, 2022). Strategi berfungsi sebagai pedoman dalam merancang langkah-langkah yang sistematis dan terstruktur agar hasil yang diharapkan dapat terealisasi secara efektif dan efisien.

Dalam konteks komunikasi, strategi memiliki peran penting dalam menyampaikan pesan secara terarah dan tepat sasaran. Strategi pada komunikasi didasarkan perencanaan dan manajemen komunikasi

untuk mencapai suatu tujuan yang ingin dicapai (Asriwati, 2022 : 5). Menurut Rogers dalam Cangara (2013) yang dikutip dari idtesis, strategi komunikasi didefinisikan sebagai suatu perencanaan yang dirancang untuk mempengaruhi dan mengubah perilaku manusia dalam cakupan yang lebih luas melalui penyebaran gagasan atau inovasi baru. Perencanaan strategi komunikasi yang baik memungkinkan individu atau organisasi untuk mempengaruhi, mengubah, atau mempertahankan perilaku serta pemahaman audiens terhadap suatu isu. Dengan demikian, strategi dapat dipahami sebagai serangkaian langkah terencana yang dirancang untuk mencapai suatu tujuan tertentu, baik dalam skala individu maupun organisasi. Penerapan strategi yang tepat sangat diperlukan agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh audiens serta menghasilkan perubahan yang diinginkan.

2.3.2. Tujuan Strategi Komunikasi

R. Wayne Pace, Brent D. Peterson, dan M. Dallas Burnett dalam buku mereka "*Techniques for Effective Communication*", menyatakan bahwa pada dasarnya strategi komunikasi memiliki tiga tujuan utama dalam pelaksanaannya (Perkasa & Aditia, 2023), antara lain sebagai berikut:

- a. Untuk mengamankan pemahaman.
- b. Untuk menetapkan penerimaan.
- c. Untuk memotivasikan tindakan.

Strategi komunikasi pada intinya adalah rencana dan cara mengatur komunikasi agar bisa mencapai tujuan tertentu. Setelah pesan atau informasi dipahami oleh orang yang dituju, pemahaman itu harus dijaga dan dijadikan sebagai pegangan atau keyakinan, supaya bisa memotivasi komunikasi untuk bertindak sesuai harapan. Dengan kata lain, strategi komunikasi bukan hanya sekedar menyampaikan pesan, tapi juga memastikan pesan itu dipahami, diyakini, dan bisa menggerakkan orang untuk melakukan sesuatu.

2.4. Strategi Kampanye *Public Relation* Harwood Childs

Mensosialisasikan suatu ide atau gagasan pada dasarnya bertujuan untuk memberikan informasi yang bermanfaat agar dapat diterapkan oleh audiens. Untuk memastikan tujuan sosialisasi tercapai, diperlukan adanya perencanaan strategi komunikasi, salah satunya bentuknya yaitu strategi kampanye. Strategi kampanye merupakan bentuk komunikasi yang dilakukan oleh suatu organisasi atau komunitas secara terencana dan terstruktur, dengan tujuan untuk mempengaruhi cara pandang seseorang serta mendorong perubahan sikap dan perilaku dari kelompok sasaran yang ingin dicapai. Penelitian ini menggunakan konsep strategi *Public Relations* Harwood L. Childs karena melihat fungsi PR sebagai strategi komunikasi, bukan sekadar divisi. Konsep ini relevan untuk menganalisis bagaimana komunitas Ruang Pangan menyusun pesan, menyampaikan edukasi, merespons tantangan, dan membangun citra dalam upaya mensosialisasikan penanganan *food waste*.

Menurut Harwood Childs dalam Ruslan (2013) terdapat beberapa aspek strategi yang dapat digunakan dalam merancang pesan-pesan komunikasi dalam kegiatan kampanye. Aspek-aspek ini menjadi acuan dalam menyusun pesan agar kampanye berjalan secara efektif. berikut aspek strategi *public relations* menurut Harwood Childs:

1. *Strategy of publicity*

Tahapan pertama dalam strategi kampanye adalah *Strategy of Publicity*, yang merupakan proses publikasi pesan atau informasi kepada khalayak melalui berbagai saluran media (Noeren, 2023). Publisitas menurut Peter dan Donnelly (2018) adalah bentuk komunikasi non-personal yang tidak berbayar melalui media massa, yang bertujuan memengaruhi sikap, perasaan, dan pandangan seseorang terhadap suatu organisasi melalui pemberitaan (Algiwity dkk, 2021). Dalam tahap ini, peran komunikator sangat penting, termasuk menjalin kerja sama dengan media massa untuk menyebarluaskan informasi secara efektif.

Selain itu, penggunaan taktik dalam mengemas atau merekayasa berita secara menarik juga menjadi strategi penting untuk menarik perhatian publik, sehingga menciptakan publisitas yang positif dan menguntungkan bagi tujuan kampanye. Pesan yang disampaikan harus dirancang secara strategis agar mampu menciptakan paparan yang luas, meningkatkan kesadaran publik terhadap isu *food waste*, serta memperkuat kredibilitas komunitas di mata masyarakat. Dengan demikian, strategi *publicity* berperan sebagai fondasi awal dalam membangun keterlibatan dan dukungan publik terhadap kampanye yang dijalankan.

2. Strategy of persuasion

Tahap kedua dalam strategi kampanye adalah Strategi Persuasi, pada tahap ini peran komunikator berpusat pada upaya membangun komunikasi yang efektif melalui penyampaian informasi, pesan publik, dan ajakan yang bersifat membujuk (Mufidah, 2022). Agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh audiens, diperlukan pendekatan yang tidak hanya informatif tetapi juga mampu menyentuh sisi emosional dan logis audiens. Komunikasi persuasif biasa digunakan untuk meyakinkan dan membujuk audiens dengan sebuah fakta dan data dengan tujuan untuk mempengaruhi pandangan audiens sesuai yang diharapkan oleh komunikator (Ramadhon & Fardiyan 2018).

Dalam hal ini, komunikator dituntut memiliki kemampuan berkomunikasi secara persuasif serta mampu memahami pandangan masyarakat. Tujuannya adalah untuk memengaruhi opini publik melalui pendekatan sugestif yang menyentuh emosi, dengan menyajikan cerita atau konten yang sarat nilai-nilai kemanusiaan (Andini & Boediman, 2021). Dengan demikian, strategi persuasi menjadi elemen penting dalam kampanye komunikasi karena mampu membentuk opini dan perilaku audiens secara halus namun efektif, melalui penyampaian pesan yang tidak hanya informatif tetapi juga menyentuh secara emosional dan relevan secara sosial.

3. *Strategy of argumentation*

Tahap ketiga dalam strategi kampanye adalah *Strategi Argumentasi*, yaitu langkah untuk merespons atau mengantisipasi munculnya informasi negatif yang bisa merugikan citra organisasi (Andini & Boediman, 2021). Dalam tahap ini, dibutuhkan penyampaian informasi tandingan yang disusun secara logis dan berbasis fakta agar persepsi publik tetap positif. Seorang komunikator dituntut mampu menyampaikan fakta dengan jelas dan meyakinkan melalui berbagai saluran komunikasi, termasuk media massa maupun media sosial. Di era digital seperti sekarang, pemahaman dan persepsi publik terhadap suatu organisasi juga dibentuk melalui interaksi di dunia maya.

4. *Strategy of image*

Tahap keempat dalam strategi kampanye adalah Strategi Citra, upaya yang dilakukan untuk membangun kesan positif terhadap organisasi dengan menyebarkan konten yang tidak bersifat promosi, melainkan menonjolkan kepedulian pada isu-isu lingkungan dan sosial (Andini & Boediman, 2021). Lewat pendekatan ini, organisasi bisa menunjukkan sisi kemanusiaannya dan memperkuat kepercayaan publik secara menyeluruh. Reputasi ini terbentuk dari bagaimana masyarakat memandang tindakan serta arah kebijakan organisasi ke depan. Membangun citra yang kuat bukan hal instan dibutuhkan konsistensi, ketulusan, dan waktu. Di sini, komunikator berperan bukan hanya dalam mempromosikan produk, tapi juga menunjukkan nilai-nilai kepedulian sosial, seperti isu lingkungan dan kemanusiaan. Konten-konten semacam itu, meski tidak bersifat komersial, justru memberi dampak besar dalam memperkuat citra organisasi secara menyeluruh.

Dengan demikian, konsep strategi *Public Relations* Harwood L. Childs menjadi landasan yang tepat dalam penelitian ini karena mampu memberikan kerangka analisis yang menyeluruh untuk memahami bagaimana komunitas ‘Ruang Pangan’ merancang, menyampaikan, serta mempertahankan pesan kampanyenya secara efektif guna membentuk opini publik dan membangun citra positif dalam upaya penanggulangan *food waste* di Bandar Lampung.

III. METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif, pendekatan ini dipilih karena dinilai paling tepat untuk menggali makna, memahami proses, serta mengungkap dinamika sosial yang berkaitan dengan isu *food waste* secara mendalam. Menurut Erickson (1968), Pendekatan kualitatif adalah metode penelitian yang bertujuan untuk memahami dan mendeskripsikan secara mendalam aktivitas yang dilakukan serta dampaknya terhadap kehidupan individu atau kelompok (Anggito & Setiawan, 2018).

Dalam penelitian kualitatif, data yang dikumpulkan oleh penulis meliputi kata-kata, ucapan, tulisan, dan gambar. Data ini diperoleh dari berbagai sumber, seperti transkrip wawancara, catatan lapangan, foto, rekaman video, perekam suara, dan dokumen pendukung lainnya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk menggambarkan bagaimana strategi komunikasi komunitas ‘Ruang Pangan’ dalam mensosialisasikan penanggulangan *food waste* di kota Bandar Lampung. Melalui pendekatan ini, peneliti diharapkan dapat memperoleh pemahaman yang menyeluruh dan mendalam mengenai bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh komunitas ‘Ruang Pangan’ dapat memengaruhi peningkatan kesadaran serta keterlibatan masyarakat dalam upaya mengurangi *food waste* di kota Bandar Lampung.

3.2. Metode Penelitian

Metodologi penelitian merupakan langkah atau prosedur ilmiah yang dilakukan untuk memperoleh data yang diperlukan dalam sebuah penelitian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan mengaplikasikan

konsep strategi Public Relations dari Harwood L. Childs untuk mengetahui dan mendeskripsikan bagaimana strategi komunikasi yang dijalankan oleh komunitas *Ruang Pangan* dalam mensosialisasikan penanggulangan *food waste* di Bandar Lampung. Konsep strategi *Public Relations* dari Harwood L. Childs digunakan sebagai kerangka analisis dalam menguraikan penerapan strategi komunikasi yang dilakukan komunitas ‘Ruang Pangan’, yang mencakup empat aspek utama, yaitu: *strategy of publicity*, *strategy of persuasion*, *strategy of argumentation*, dan *strategy of image*.

3.3. Fokus Penelitian

Fokus dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan menganalisis strategi komunikasi yang diterapkan oleh komunitas ‘Ruang Pangan’ dalam mensosialisasikan penanggulangan *food waste*, di tengah isu global mengenai tingginya jumlah makanan terbuang yang dapat memperburuk kondisi lingkungan. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana komunitas ‘Ruang Pangan’ membangun komunikasi dengan masyarakat, baik melalui media sosial maupun secara langsung, dalam rangka meningkatkan pemahaman publik mengenai *food waste*. Diharapkan, upaya sosialisasi tersebut dapat mendorong penerapan perilaku *zero waste* dalam kehidupan sehari-hari.

3.4. Penentuan Informan

Pada penelitian kualitatif umumnya melibatkan jumlah informan yang terbatas, karena tujuannya lebih menekankan pada pendalaman data dari individu atau kelompok yang dianggap memiliki relevansi dengan topik yang diteliti. Untuk mendapatkan data yang akurat dan sesuai dengan fokus penelitian, peneliti memilih informan melalui proses yang selektif. Dalam konteks ini, digunakan teknik *purposive sampling*, yaitu metode penunjukan informan berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditentukan sebelumnya. Informan ditetapkan secara sengaja sesuai dengan kebutuhan penelitian, dengan mempertimbangkan tingkat pemahaman dan pengalaman mereka terhadap isu yang sedang dikaji.

Informan yang dibutuhkan untuk membantu mendapatkan informasi lebih rinci pada penelitian ini yaitu:

1. Ketua divisi humas komunitas 'Ruang Pangan'. Alasan memilih ketua divisi humas komunitas 'Ruang Pangan' sebagai informan adalah karena tanggung jawabnya dalam merancang dan melaksanakan sosialisasi penanggulangan *food waste*. Ketua divisi humas komunitas 'Ruang Pangan' memahami tujuan, metode, dan pesan yang disampaikan, serta dapat memberikan wawasan tentang dampak, tantangan, dan keberhasilan strategi komunikasi.
2. Anggota aktif komunitas 'Ruang Pangan'. Alasan memilih beberapa anggota aktif komunitas 'Ruang Pangan' sebagai informan pada penelitian ini yaitu dikarenakan anggota terlibat langsung dalam pelaksanaan kegiatan komunitas, serta menjadi pihak yang merasakan langsung dampak dari program yang dijalankan.
3. Audiens atau masyarakat yang menerima/ terpapar sosialisasi dari komunitas 'Raung Pangan'. Alasan memilih audiens atau masyarakat yang menerima/ terpapar sosialisasi dari komunitas 'Raung Pangan' karena masyarakat merupakan pihak yang langsung menerima informasi tentang penanggulangan *food waste*. Mereka memberikan perspektif masyarakat mengenai pemahaman dan respons terhadap pesan yang disampaikan oleh komunitas 'Ruang Pangan' mengenai penanggulilangan *food waste*,

Tabel 3. Data Diri Informan Penelitian

No	Nama	Usia	Status/Pekerjaan
1	Ilham	21 tahun	Ketua Divisi Humas komunitas 'Ruang Pangan'
2	Tegar	20 tahun	Anggota komunitas 'Ruang Pangan'
3	Tashim	20 tahun	Anggota komunitas 'Ruang Pangan'
4	Retno	22 tahun	Mahasiswa

3.5. Sumber Data

1. Data Primer

Data primer merupakan informasi yang diperoleh langsung dari sumber utama, yaitu individu yang terlibat secara langsung dengan objek penelitian. Dalam penelitian ini, data primer dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pihak-pihak yang berperan dalam strategi komunikasi komunitas Ruang Pangan. Selain itu, data juga diperoleh melalui observasi langsung terhadap kegiatan komunitas serta dokumentasi yang relevan.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan informasi yang diperoleh dari sumber selain kegiatan lapangan, seperti buku, jurnal, dan literatur relevan (Sugiyono, 2017). Data ini digunakan untuk mendukung dan memperkuat temuan dari data primer. Dalam penelitian ini, data sekunder membantu peneliti memahami konsep yang digunakan serta memberikan konteks mengenai isu *food waste* dan strategi komunikasi yang relevan, sekaligus menjadi pembandingan dan alat verifikasi atas hasil wawancara dan observasi.

3.6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah langkah yang dilakukan peneliti untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam suatu penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tiga teknik utama, yaitu:

1. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui proses tanya jawab secara langsung antara peneliti dengan informan guna menggali informasi yang mendalam dan relevan dengan topik penelitian. Menurut Sugiyono (2018), wawancara bertujuan untuk memperoleh data dari narasumber yang dianggap mengetahui dan memahami persoalan yang diteliti. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode wawancara mendalam (*in-depth interview*) agar

mendapatkan informasi secara komprehensif mengenai strategi komunikasi yang dilakukan oleh komunitas Ruang Pangan dalam mensosialisasikan penanggulangan *food waste*.

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara mendalam dengan empat informan yang berkaitan langsung dengan strategi komunikasi komunitas Ruang Pangan, yaitu ketua komunitas, ketua divisi humas, seorang anggota aktif, serta masyarakat yang pernah mengikuti kegiatan sosialisasi secara semi terstruktur. Wawancara dilakukan sebanyak satu kali pada setiap informan, yakni pada 5 Juli 2025 secara daring dengan dua informan, serta pada 17 Juli 2025 secara langsung dengan dua informan lainnya.

Proses wawancara dilakukan secara semi-terstruktur dengan menggunakan daftar pertanyaan pokok sebagai panduan, namun tetap memberi ruang bagi informan untuk menjelaskan pengalaman mereka secara lebih luas. Setiap sesi wawancara berlangsung antara 45 menit hingga 1 jam dan direkam menggunakan perangkat perekam suara untuk kemudian ditranskrip. Pertanyaan difokuskan pada perencanaan strategi komunikasi, bentuk kegiatan sosialisasi, media yang digunakan, kendala yang dihadapi, serta dampak yang dirasakan audiens. Dari wawancara ini, peneliti memperoleh data yang mendalam mengenai praktik strategi komunikasi komunitas Ruang Pangan.

2. Observasi

Selain wawancara, peneliti juga melakukan observasi langsung terhadap kegiatan yang diselenggarakan oleh komunitas Ruang Pangan. Menurut Sutrisno Hadi dalam Sugiyono (2018) observasi merupakan proses yang kompleks dan tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis, di antaranya yaitu pengamatan dan ingatan.

Observasi ini dilakukan pada salah satu agenda yang dilaksanakan di Bandar Lampung, salah satunya kegiatan *food creative campaign*

sekaligus kegiatan *food drive* yang berlokasi di Panti Ummy May, kecamatan Segalamider, Bandar Lampung. Kegiatan yang dilakukan berfokus pada pembagian makanan layak konsumsi sisa produksi sekaligus memberikan edukasi mengenai isu *food waste* kepada warga panti, khususnya anak-anak. Melalui kegiatan tersebut, peneliti mengamati bagaimana komunitas menyampaikan pesan kepada audiens, serta bagaimana respon dari peserta yang hadir.

Peneliti mencatat bahwa dalam kegiatan sosialisasi, komunitas Ruang Pangan menyampaikan informasi mengenai isu *food waste* secara interaktif melalui komunikasi dua arah berupa diskusi dan tanya jawab. Observasi juga dilakukan pada aktivitas digital komunitas melalui akun Instagram @ruangpangan.id, di mana komunitas aktif mengunggah konten kampanye dalam bentuk infografis, video pendek, dan dokumentasi kegiatan untuk meningkatkan kesadaran publik.

Melalui observasi langsung maupun daring, peneliti memperoleh gambaran mengenai pola komunikasi yang diterapkan Ruang Pangan, baik luring maupun daring, serta bagaimana strategi komunikasi komunitas menjalin kedekatan dengan audiens dan mendorong partisipasi masyarakat dalam upaya pengurangan *food waste*.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data dengan mengumpulkan catatan peristiwa yang telah terjadi, baik itu dalam bentuk tulisan, foto atau video yang berkaitan dengan objek penelitian. Pada penelitian ini dokumentasi digunakan untuk memperoleh data tambahan mengenai strategi komunikasi yang dijalankan oleh komunitas ‘Ruang Pangan’ dalam mensosialisasikan penanggulangan *food waste*, seperti arsip unggahan media sosial, poster atau materi kampanye, berita daring, serta foto atau video dari berbagai kegiatan komunitas yang berkaitan dengan penelitian. Melalui dokumentasi ini, peneliti bisa melihat bagaimana pesan disampaikan, media apa saja yang dipakai, dan seperti

apa tanggapan atau partisipasi masyarakat terhadap kegiatan yang dilakukan. Informasi dari dokumentasi ini juga digunakan untuk mendukung dan melengkapi data yang didapat dari observasi dan wawancara.

3.7. Teknik Analisis Data

Menurut Lexy J. Moleong, analisis data pada sebuah penelitian merupakan proses penelaahan yang dilakukan terhadap berbagai instrumen seperti dokumen, catatan, maupun rekaman yang digunakan selama pelaksanaan penelitian. Kegiatan ini dilakukan untuk menganalisis seluruh data yang telah dikumpulkan. Analisis data merupakan proses mengelola, mengelompokkan, memberi tanda, serta mengategorikan data agar lebih terstruktur sehingga memudahkan dalam menemukan temuan-temuan yang relevan dan menjawab rumusan masalah penelitian. Dalam proses ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe deskriptif. Ada tiga alur utama analisis data menurut Miles dan Huberman (Mustika dkk, 2020), sebagai berikut:

1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan tahapan dalam analisis data yang dilakukan dengan menyaring, mengelompokkan, dan mengorganisasi data sehingga informasi yang relevan dapat difokuskan untuk menghasilkan kesimpulan yang akurat dan terverifikasi (Sugiyono, 2018). Pada tahap ini, peneliti melakukan pemilihan, penyederhanaan, dan pemusatan perhatian terhadap data mentah yang diperoleh, seperti hasil wawancara. Data disaring dan diringkas untuk mengidentifikasi informasi yang paling relevan, serta mengenali pola atau tema yang muncul. Proses ini dimulai sejak awal pengumpulan data dan berlanjut hingga akhir. Melalui reduksi data, peneliti dapat menyusun gambaran yang lebih fokus dan jika diperlukan, menambah data untuk melengkapi informasi yang belum memadai.

2. Penyajian Data

Penyajian data merupakan proses memparkan informasi dalam bentuk deskripsi dan narasi yang utuh, disusun berdasarkan yang ada dalam reduksi data dan disajikan dengan bahasa yang mudah dipahami (Zulfirman, 2022). Tahap ini melibatkan proses menyusun informasi yang telah dikumpulkan ke dalam bentuk yang sistematis dan mudah dipahami. Dalam penelitian kualitatif, penyajian dilakukan dalam bentuk narasi deskriptif, dilengkapi dengan tabel atau skema untuk memperjelas hubungan antar kategori. Penyajian data membantu peneliti memahami konteks serta dinamika strategi yang sedang dikaji.

3. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan tahap terakhir dalam teknik analisis data. Kesimpulan diperoleh setelah melalui proses reduksi dan penyajian data. Dalam penelitian kualitatif, kesimpulan yang ditarik pada awal analisis bersifat sementara dan dapat mengalami perubahan apabila ditemukan bukti baru. Setelah data dianalisis dan dibahas, peneliti menyusun kesimpulan akhir berdasarkan temuan yang telah dikaji secara menyeluruh.

3.8. Teknik Keabsahan Data

Untuk memastikan data yang diperoleh dalam penelitian ini bersifat valid dan dapat dipercaya, peneliti menerapkan teknik triangulasi sebagai metode utama. Triangulasi bertujuan untuk meminimalkan subjektivitas serta menjamin bahwa informasi yang dikumpulkan benar-benar mencerminkan kondisi nyata di lapangan. Menurut Moloeng, triangulasi adalah proses validasi data yang dilakukan dengan memeriksa data lain di luar data primer, yang bertujuan untuk membandingkan dan menguatkan keakuratan data utama tersebut (Mustika dkk, 2020).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi sumber dengan membandingkan data yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan dengan berbagai informan yang

memiliki latar belakang berbeda namun relevan dengan topik, seperti ketua komunitas Ruang Pangan, ketua divisi public relation, anggota komunitas, serta masyarakat yang pernah terpapar sosialisasi penanggulangan *food waste*. Hasil wawancara tersebut kemudian dipadukan dengan temuan observasi langsung dan dokumen pendukung, sehingga informasi yang terkumpul menjadi lebih menyeluruh, akurat, dan objektif dalam menggambarkan strategi komunikasi Ruang Pangan dalam mensosialisasikan isu *food waste*.

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, strategi komunikasi Komunitas Ruang Pangan dalam mensosialisasikan penanggulangan *food waste* di Kota Bandar Lampung dijalankan melalui penerapan empat aspek strategi *public relations* Harwood L. Childs, yakni *publicity*, *persuasion*, *argumentation*, dan *image strategy*. Komunitas memanfaatkan publikasi digital melalui Instagram, didukung kegiatan luring seperti *Food Drive*, *Food Rescue*, dan kampanye lapangan, yang secara efektif memperluas jangkauan pesan. Upaya persuasi dilakukan melalui penyampaian informasi yang sederhana, partisipatif, dan emosional sehingga mendorong pemahaman sekaligus perubahan perilaku. Strategi argumentasi diperkuat dengan penggunaan data kredibel dari FAO, KLHK, dan Badan Pangan Nasional yang dikemas dalam infografis sehingga membangun kredibilitas pesan serta mencegah resistensi publik. Selain itu, konsistensi aksi sosial dan pengakuan eksternal berperan membentuk citra positif komunitas, yang pada akhirnya meningkatkan kepercayaan dan membuka peluang kolaborasi lintas sektor.

Secara keseluruhan, strategi komunikasi yang diterapkan Ruang Pangan bersifat terintegrasi dan saling melengkapi sehingga mampu membangun kesadaran publik mengenai urgensi penanggulangan *food waste* sekaligus memperkuat posisi komunitas sebagai agen edukasi lingkungan di tingkat lokal. Dengan demikian, dapat ditegaskan bahwa Ruang Pangan berhasil menjalankan sosialisasi secara efektif melalui kombinasi strategi yang sistematis, berbasis data, dan berorientasi pada pemberdayaan masyarakat.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini, peneliti melihat bahwa strategi komunikasi sudah telah dijalankan dengan baik. namun, terdapat beberapa saran yang penulis temukan dalam pelaksanaanya, yaitu :

1. Perlu mengoptimalkan penggunaan media sosial. Penggunaan media sosial perlu dioptimalkan karena saat ini Ruang Pangan cenderung hanya aktif di satu platform, yaitu Instagram, sehingga jangkauan audiens masih terbatas. Perluasan ke platform lain seperti TikTok dapat menghadirkan variasi konten yang lebih beragam, mulai dari video singkat kreatif hingga konten edukatif yang menghibur. TikTok khususnya penting untuk dimaksimalkan karena memiliki basis pengguna yang sangat luas serta mendukung penyebaran pesan secara cepat melalui konten singkat yang berpotensi viral. Dengan strategi ini, pesan tentang *food waste* dapat tersampaikan secara lebih inklusif, interaktif, dan mampu menjangkau audiens lintas usia maupun minat.
2. Konsistensi pengelolaan website resmi. Website dapat berfungsi sebagai pusat informasi yang kredibel bagi publik. Dengan mengunggah data lokal seputar isu pangan, laporan kegiatan, artikel, serta tips dan trik pengelolaan limbah makanan, dapat memperkuat profesionalitas dan kepercayaan masyarakat.
3. Penelitain mendatang disarankan mengeksplorasi dampak jangka panjang dari strategi komunikasi Ruang Pangan terhadap perubahan perilaku masyarakat guna melihat sejauh mana kontribusi komunitas ini dalam mengurangi *food waste*.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). Metode Penelitian Kualitatif (ED Lestari). *CV jejak*.
- Asiah, N., Sirin Fairus S TP, M. T., Novianti, M. D., Hafizhah'Aini, S., Kes, A. M., Sundus, N., & Kes, A. M. (2022). Wujudkan *Zero Hunger* Melalui *Zero Food Waste*.
- Asriwati. (2022). *Communication for Behavioral Impact (Combi)* Dalam Pengendalian Demam Berdarah Dengue.
- Hadi, I. P., Wahjudianata, M., & Indrayani, I. I. (2020). Komunikasi massa. *Komunikasi Massa*.
- Hazin, B. I. (2024). *Pengertian Strategi*. Sada Kurnia Pustaka.
- Liliweri, A. (2010). *Komunikasi serba ada serba makna*. Kencana.
- Ruslan, R. (2013). *Kiat dan strategi kampanye public relations*. PT RajaGrafindo Persada.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

JURNAL

- Algiwity, D., Majid, A., & Muttaqin, A. (2022). Public Communication Strategy Through Publicity Media Indonesian Muslim University Makassar In Information Dissemination Of Merdeka Program Studying Independent Campus In 2021. *Respon Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Komunikasi*, 3(2).
- Andini, I. ZT., & Boediman, E. P. (2021). Strategi Public Relations Erha Clinic Dalam Mempertahankan Citra Positif Perusahaan. *Pantarei*, 5(03).
- Anisa, A., & Sari, Y. (2019). Penerapan Konsep Arsitektur Prilaku Pada Bangunan Pusat Komunitas Blogger Di Jakarta. *Purwarupa Jurnal Arsitektur*, 2(2), 71-76.

- Astuti, R., & Fatmawati, F. (2021). Strategi Komunikasi Komunitas Peduli Jilbab dalam Sosialisasi Pemakaian Jilbab Syar'i di Kalangan Muslimah. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 20(1), 1-16.
- Dakhi, Y. (2016). Implementasi POAC terhadap kegiatan organisasi dalam mencapai tujuan tertentu. *Warta Dharmawangsa*, (50).
- Daruhadi, G., & Sopiati, P. (2024). Pengumpulan data penelitian. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 3(5), 5423-5443.
- Duku, S. (2013). Mengenal Kampanye Komunikasi. *Wardah*, 14(1), 71-85.
- Ichwan, F. M., & Cahyana, A. S. (2022). Canteen Food Waste Reduction Strategies Using the Life Cycle Assessment Method. *Procedia of Engineering and Life Science*, 3.
- Ilham, R. A., Gulo, F. Y. J., Afenda, G. S., Angelica, S., Nurfauziah, H., & Maini, M. (2025). Identifikasi dan evaluasi kondisi lingkungan Pasar Tugu di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 3(3), 1098–1105.
- Kang, S., & Norton, H. E. (2004). Nonprofit organizations' use of the World Wide Web: Are they sufficiently fulfilling organizational goals? *Public Relations Review*, 30(3), 279–287.
- Mufidah, U. (2022). Strategi Promosi Penerimaan Peserta Didik Baru di Smk Ma'arif 9 Kebumen.
- Mustika, D., Fajarini, H., & Muldiyana, T. (2020). Evaluasi pelayanan obat non resep di apotek manjur Desa Petunjungan. *Jurnal Ilmiah JOPHUS: Journal Of Pharmacy UMUS*, 1(02), 5-12.
- Noor, S. (2020). Penggunaan quizizz dalam penilaian pembelajaran pada materi ruang lingkup biologi untuk meningkatkan hasil belajar siswa kelas X. 6 SMAN 7 Banjarmasin. *Jurnal Pendidikan Hayati*, 6(1), 1-7.
- Perkasa, T. A., & Aditia, R. (2023). Strategi Komunikasi Kepemimpinan: Suatu Tinjauan Teoritis. *Journal of Student Research*, 1(2), 367-377.
- Ramadan, A. Y., Widoyo, A. F., & Fatchurrohman, M. (2022). Strategi Komunikasi Komunitas Ngadem Dalam Menumbuhkan Rasa Cinta Al Qur'an Di Kelurahan Sumber Surakarta. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 11(2), 541-550.
- Ramadhon, M. F., & Fardiyan, A. R. Simbol-Simbol Pesan Persuasif Melalui Design Poster Event Musik Ngayogjazz Festival Persuasive Symbols Through The Poster's Design Of Ngayogjazz Music Festival.

- Sari, D. N., Winangsih, R., & Permana, R. S. M. (2025). Komunikasi Persuasif Kader Posyandu Dalam Sosialisai Menu Gizi Seimbang Kepada Ibu Balita. *Community Services and Social Work Bulletin*, 4(2), 76-86.
- Shafira, A. (2024). Strategi Komunikasi Kehumasan Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan DIY dalam Mensosialisasikan Gerakan Selamatkan Pangan. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, 9(3), 671-685.
- Syahputra, R. D., & Aslami, N. (2023). Prinsip-Prinsip Utama Manajemen George R. Terry. *Manajemen Kreatif Jurnal*, 1(3), 51-61.
- Wati, I. (2021). Pengaruh komunikasi massa terhadap khalayak. *PROSIDING FAKULTAS ILMU SOSIAL ILMU POLITIK UNIVERSITAS DHARMAWANGSA*, 1, 9-17.
- Wijaya, I. S. (2015). Perencanaan dan strategi komunikasi dalam kegiatan pembangunan. *Lentera*, 17(1).
- Zayuti, P. R., & Amalia, E. (2024). Implementasi Management Food Handling And Food Waste Di Cafe Keboon Batam Center. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 4(5), 2763-2772.
- Zulfirman, R. (2022). Implementasi metode outdoor learning dalam peningkatan hasil belajar siswa pada mata pelajaran Agama Islam di MAN 1 Medan. *Jurnal Penelitian, Pendidikan Dan Pengajaran: JPPP*, 3(2), 147-153.

SKRIPSI

- Noeren, A. (2023). *Strategi kampanye PBESI (Pengurus Besar E-Sport Indonesia Lampung) dalam menjaring atlet e-sport di Lampung*
- Akmaluddin. (2021). *Strategi Komunikasi Komunitas Sahabat Hijau Terhadap Pengelolaan Sampah Di Kota Banda Aceh.*
- Putri, I. R. (2023). *Strategi komunikasi komunitas “Gubuk Literasi” dalam mensosialisasikan literasi kepada anak di Kota Bandar Lampung*
- Triyanto, W. A. (2016). *Strategi Public Relations Aksi Cepat Tanggap (ACT) Dalam Membangun Citra Positif Program Global Qurban.*

Sumber Website dan lainnya:

- Annur, C. M. 2023. *Indonesia hasilkan 35 juta ton sampah sepanjang 2022, mayoritas sisa makanan*. Katadata. Diakses 24 Februari 2025, pada <https://databoks.katadata.co.id/lingkungan/statistik/ae9d6540c74e46f/indonesia-hasilkan-35-juta-ton-sampah-sepanjang-2022-mayoritas-sisa-makanan>

- Badan Pangan Nasional. 2023. *Dorong Kolaborasi Pentahelix, NFA Gandeng Ruang Pangan*. Diakses 19 Februari 2025, pada <https://badanpangan.go.id/blog/post/dorong-kolaborasi-pentahelix-nfa-gandeng-ruang-pangan>
- BMM. 2024. *Angka kelaparan di Indonesia menduduki peringkat ke-3 se-ASEAN*. Diakses 24 Februari 2025, pada <https://bmm.or.id/artikel/angka-kelaparan-di-indonesia-menduduki-peringkat-ke-3-se-asean-OQQ>
- DLH Provinsi Lampung. 2023. *Loss, Waste and Food Waste*. Diakses 19 Februari 2025, pada <https://dlh.lampungprov.go.id/pages/loss-waste-and-food-waste>
- Himma, F. (2022, September 15). *Publisitas Adalah: Pengertian, Jenis, dan Tujuannya*. Majoo. Diakses 8 September 2025, pada <https://majoo.id/solusi/detail/publisitas-adalah>
- IDTesis. 2018. *Teori lengkap tentang strategi komunikasi menurut para ahli dan contoh tesis strategi komunikasi*. Diakses 25 Februari 2025, pada <https://idtesis.com/teori-lengkap-tentang-strategi-komunikasi-menurut-para-ahli-dan-contoh-tesis-strategi-komunikasi/>
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. (n.d.). *Arti kata “strategi”*. Diakses 7 Mei 2025, pada <https://kbbi.web.id/strategi>
- Kompas.com. 2023. *Pengertian komunitas menurut ahli*. Kompas - Skola. Diakses 25 Februari 2025, pada <https://www.kompas.com/skola/read/2023/05/30/130000969/pengertian-komunitas-menurut-ahli>
- Save the Children. 2022. *Krisis Iklim, Sisa Makanan Pengaruhi Pemanasan Global*. Diakses 17 Februari 2025, pada <https://savethechildren.or.id/artikel/krisis-iklim-sisa-makanan-pengaruhi-pemanasan-global>
- Tim PKGM FK UGM. 2024. *Mengenal Istilah Food Loss dan Food Waste dan Situasinya di Indonesia*. Diakses 17 Februari 2025, dari <https://pkgm.fk.ugm.ac.id/2024/09/12/1656/#:~:text=Organisasi%20Pangan%20dan%20Pertanian%20atau,food%20loss%20dan%20food%20waste>
- UNFCCC. 2024. *Food loss and waste account for 8-10% of annual global greenhouse gas emissions; cost USD 1 trillion annually*. UN Climate Change News. Diakses 25 Februari, pada https://unfccc-int.translate.goog/news/food-loss-and-waste-account-for-8-10-of-annual-global-greenhouse-gas-emissions-cost-usd-1-trillion? x_tr_sl=en& x_tr_tl=id& x_tr_hl=id& x_tr_pto=tc
- Yonatan, A. Z. 2024. *Indonesia jadi penghasil sampah makanan terbesar di ASEAN*. GoodStats. Diakses 19 Februari 2025, pada

<https://goodstats.id/article/indonesia-jadi-penghasil-sampah-makanan-terbesar-di-asean-7oIEG>