

TAJUK RENCANA

Pelopor Kesadaran Bijak Plastik

PADA hakekatnya setiap orang adalah produsen sampah. Setiap hari tiada hentinya setiap individu menghasilkan sampah baik dari barang-barang yang dibelinya maupun yang dikonsumsi. Antara lain dari penggunaan plastik untuk kebutuhan manusia dari kebutuhan rumah tangga, bangunan, sampai kebutuhan sehari-hari. Tak heran kalau tempat-tempat penampungan sampah selalu penuh, bahkan melimpah kalau tidak diambil secara rutin.

Sampah yang pertambahannya tidak pernah bisa dibendung, juga akan menjadi masalah besar kalau tidak tertangani dengan baik. Ambil contoh saat tempat pembuangan akhir (TPA) sampah diblokir warga, maka sampah menjadi berserakan di banyak sudut kota dan baunya mencemari lingkungan.

Salah satu jenis sampah yang membahayakan adalah sampah plastik. Sampah plastik termasuk salah satu jenis sampah yang menimbulkan ancaman serius terhadap lingkungan, karena selain jumlahnya cenderung semakin besar, kantong plastik adalah jenis sampah yang sulit terurai oleh proses alam (non biodegradable) dan merupakan salah satu pencemar xenobiotik (pencemar yang tidak dikenal oleh sistem biologis di lingkungan mengakibatkan senyawa pencemar terakumulasi di alam).

Sampah plastik tidak mudah terurai, dan proses pengolahannya menimbulkan toksik dan bersifat karsinogenik (zat yang menyebabkan kanker). Jika sampah plastik dibakar secara terbuka (*open burning*) dapat menyebabkan polusi udara yang dapat menimbulkan penyakit kanker, pada dosis yang lebih besar bisa mengakibatkan sakit kulit yang serius yang disebut *ekhloracnef*. Sampah plastik juga dapat mencemari saluran air, irigasi, sungai, danau, pantai dan tanah. Dalam jumlah tertentu, sampah plastik terbukti menyumbat saluran/sungai yang dapat mengakibatkan banjir. Konon, Indonesia merupakan penghasil sampah plastik laut terbesar kedua di

dunia. Penelitian dari UC Davis dan Universitas Hasanuddin di Pasar Paotere Makassar menunjukkan, 23 sampel ikan yang diambil memiliki kandungan plastik di perutnya.

Karena bahaya sampah plastik yang mencemari lingkungan sudah mengkhawatirkan, maka masyarakat harus berperan aktif dalam mengurangi pencemaran akibat sampah plastik. Hal ini perlu dilakukan mulai dari setiap rumah tangga. Peran sekolah sebagai lembaga pendidikan juga penting. Karena itu apa yang dilakukan di SD Muhammadiyah Bausasaran, perlu diapresiasi dan dilakukan sekolah lain, yaitu sebagaimana disampaikan Suwarjo MPd, mengajarkan anak untuk bijak plastik. Tidak hanya di rumah, juga di sekolah dengan mengajak anak-anak menjadi pelopor bijak sampah plastik. Bentuknya antara lain dengan mengelola sampah dan memilah sampah (KR, Rabu 15/3).

Gerakan menjadi Pelopor Bijak Sampah Plastik kiranya masih perlu terus digelorkan di masyarakat. Harapannya, setiap individu bisa menjadi pelopor dan masalah sampah, termasuk sampah plastik, bisa tertangani dengan baik.

Pada hakekatnya, sampah bisa menjadi berkah atau bernilai tambah baik, dengan catatan ditangani secara baik dan benar. Dimulai dari memilah sampah di rumah-rumah. Misalnya, sampah plastik yang sulit terurai, bisa menjadi barang bernilai tinggi dengan beberapa sentuhan. Misalnya dijadikan berbagai kerajinan yang menarik. Bahkan di Badung Bali sampah plastik bisa diolah jadi bahan bakar minyak (BBM) dan di Surabaya untuk naik Suroboyo Bus tiketnya diperoleh dengan menukarkan sampah plastik.

Itu contoh sampah yang jadi berkah. Namun sebaliknya, kalau tidak ditangani dengan baik maka sampai akan menjadi masalah. Dan hal ini sudah terbukti di mana-mana. Tinggal pilih, mau sampah jadi berkah atau jadi masalah? □-d

'Walking Tour', Berwisata Era Baru

'BLUSUKAN' dalam praktik industri pariwisata ternyata semakin hari semakin naik daun, melalui tren *walking tour*, wisata jalan kaki. Bahkan secara personal, telah banyak orang yang menjadikan *walking tour* sebagai salah satu bisnis kreatif dengan minat khusus pada beberapa destinasi kawasan tujuan. Baik di ruang perkotaan ataupun di wilayah pedesaan untuk mengajak para pelakunya kembali memahami dinamika di masa lampau (nostalgia).

Dilihat dari bentuk kegiatannya, *walking tour* menawarkan ciri khasnya sendiri. Kegiatan semacam ini juga dapat menjadi wadah dalam memperkuat ikatan ataupun interaksi sosial yang berkelanjutan di antara para pelakunya. Mengapa demikian?

Fungsi sosial dari komunikasi di dalam suatu kelompok kecil dapat semakin dioptimalkan berdasarkan kebutuhan dan pengalaman masing-masing pihak. Sehingga akan dengan mudah pula memperoleh kesenangan khususnya yang merasa sefrekuensi satu sama lain pada kegiatan tersebut. Di samping itu, penyelenggaraan *walking tour* pun tidak lepas dari daya tarik seorang pemandu perjalanan/guide. Keberadaannya memberikan keberuntungan atas berbagai informasi menarik di suatu tempat yang cukup ikonik dan dikemas seatraktif serta seedukatif mungkin.

Model Pembelajaran Semangat *walking tour* pun dapat dijadikan semacam model pembelajaran bagi para wisatawan untuk kian mengenali lokalitas dan keanekaragaman kebudayaan tertentu di suatu masyarakat. Aktifitas *walking tour* secara strategis berpeluang menjadi bagian dari produk pariwisata alternatif yang bahkan ke depannya dapat menciptakan *the economy of attention* di sejumlah sarana komunikasi modern dengan

Dyaloka Puspita Ningrum

beragam informasi wisata yang terus meramaikan beranda netizen. Dengan demikian, aktifitasnya dapat berdampak langsung dalam meningkatkan perekonomian nasional dan mampu membuka kesempatan kerja baru yang selalu-luasnya terutama terkait percepatan isu bonus demografi.



KR-JOKO SANTOSO

Menelusuri aktifitas wisata jalan kaki sebagai salah satu cara baru berwisata publik di era baru saat ini, nampaknya terus mewarnai media digital dengan sejumlah interaksi sosial para pelakunya yang tanpa batas usia pun sudah saling terkoneksi. Hal tersebut tentu saja sejalan dengan Teori Interaksional Simbolik Herbert Blumer, terkait analisis perilaku individu dengan individu yang lain dalam kelompok kecil. Bahkan dalam aktifitas ini interaksi sendiri dapat digambarkan antara 'wisatawan' dengan sesamanya ataupun antara 'wisatawan' dengan 'penduduk setempat' yang proses komunikasinya pun terus dikembangkan selama perjalanan berlangsung.

Cukup Menjanjikan

The power of social media, telah begitu dahsyat dalam mengubah perilaku publik. Media sosial dapat menjadi panggung sosial, sebagai *speaker*, maupun sebagai amplifikasi/perluasan berbagai momen termasuk saat berwisata. Sehingga jikalau ditinjau dari sudut pandang komunikasi pariwisata, praktik *walking tour* cukup menjanjikan sebagai salah satu produk dari bisnis pariwisata modern. Terutama melalui *experience tourism* idealnya sudah cukup layak menjadi atensi para stakeholders.

Kegiatan ini harus dapat didesain seperti halnya *rethinking tourism* yang menjadi fokus Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI dalam World Tourism Day ke-42 yang lalu. Tema tersebut ditekankan pada lingkungan dan sumber daya manusia. Sederhananya, aktifitas *walking tour* dapat pula dirancang serta dapat dikolaborasi dengan berbagai elemen penting lain. Seperti destinasi, ekonomi kreatif, transportasi, venue, ataupun atraksi seni di suatu kawasan. Sehingga secara menyeluruh tidak menutup kemungkinan industri pariwisata dapat terus menyajikan suatu paket wisata yang menarik, mengagumkan, sekaligus mengesankan untuk para wisatawan/para pelakunya. □-d

***Dyaloka Puspita Ningrum**
SIKOM MIKOM, Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Widya Mataram Yogyakarta

Persyaratan Menulis

Pembaca yang budiman, terimakasih partisipasinya dalam menulis dan mengirimkan artikel untuk SKH *Kedaulatan Rakyat*. Selanjutnya redaksi hanya menerima tulisan lewat email : opinikr@gmail.com dengan panjang tulisan antara 535 - 575 kata, dengan mengisi subjek mengenai isu yang ditulis serta jangan lupa menampikan fotocopy identitas. Terimakasih.

Manajemen Gaya Hidup

PUBLIK Indonesia geger. Penganiayaan yang dilakukan seorang anak pejabat, ternyata berbuntut dan menjadi trigger kasus lain. Kasus itu mengungkap harta membengkak milik pejabat. Dan ternyata kemudian, menyeret banyak kasus lain. Sehingga lembaga antirasuah di negeri ini turun tangan menangani.

Tulisan ini tidak hendak membincangkan peristiwa yang membuat riuh seantero negeri. Namun mencoba menalar, agar kita dapat memetik hikmah dari peristiwa yang terjadi. Supaya ditinggah masyarakat yang heterogen kekuatan ekonominya ini kita dapat mengendalikan diri tidak lupukan wejangan Ranggawarsita, untuk tetap waspada. "Amenangi jaman edan ewuh aya ing pambudi melu edan ora tahan yen tan melu anglakoni boyo keduman milik kaliren wekasanipun ndilalah kersaning Allah begja kang eling lan waspada." Islam dalam Al-Quran Surat Luqman ayat 18 juga melarangnya. "Dan janganlah kamu memalingkan mukamu dari manusia (karena sombong) dan janganlah kamu berjalan di muka bumi dengan angkuh. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang sombong lagi membanggakan diri." Agar terhindar dari perbuatan pamer, ingindahkan prinsip hidup orang Jawa juga merupakan manajemen gaya hidup untuk mengendalikan napsu supiyah.

Ambisi
Pertama jangan umuk/pamer. Jangan sekali-kali memiliki ambisi agar diri kita disanjung dan dimuliakan oleh orang lain. Sampai-sampai melakukan perbuatan yang justru akan mendekatkan kita pada jurang kesombongan, ketamakan, keangkuhan. Pamer lan umuk, menafikkan orang lain. Memandang sebelah mata. Berjalan dengan dada mem-

Akhir Lusono

busung, congkak. Menggunakan mobil termahal, menggunakan perhiasan tidak wajarserta perbuatan pamer lainnya. Orang seperti ini gila terhadap dunia dan sanjungan.

Kedua jangan *adigang, adigung, adiguna. Wanti-wanti* selanjutnya gaya hidup orang Jawa adalah, jangan sampai kita *adigang* mengandalkan kekuatan kita. Karena kita merasa kuat maka menganggap orang lain tidak berdaya dan dapat dilemahkan. Menjauhkan diri dari sikap *adigung* atau mengandalkan kekuasaan, harus dihindari jauh-jauh. Jangan sampai ketika kita berkuasa menggunakan kekuasaan dengan semena-mena. Karena kekuasaan ada batas waktunya. Apalagi jika kekuasaan yang kita raih tidak lepas dari kehendak Allah SWT. Khasanah orang Jawa juga ada unen-unen yang berbunyi: "bisa-a rumangsa aja rumangsa bisa, dadiya pinter nanging aja keminter". Jika disarikan unen-unen tersebut bermakna, jangan sampai kita merasa pandai. Walaupun toh kita memang cerdas hendaklah itu semua dikembalikan berasa dari Illahi Rabbi. Maka tidak boleh kepedaiaan atau kecerdasan itu betul-betul dari dirinya. Karen ajika merasa dari dirinya sendiri niscaya akan *keblinger*.

Kepasrahan Total

Ketiga *aja cethil, jail, methakil*. Ketiga kata yang semuanya bermakna negatif. Maka jika itu menjadi satu, lengkap sudah ketidakbaikkan pada seseorang yang memiliki sifat tersebut. *Cethil* artinya pelit, *jail* bermakna usil negatif dan *methakil* artinya *gembelengan, nggeling* atau

selalu bertingkah. Keempat *narima ing pandum*. Artinya menerima dengan keiklasan penuh dan tulus apa yang telah diberikan Allah SWT. Merasa cukup dan dicukupkan oleh Sang Pemberi Hidup dan kehidupan. *Narima ing pandum* adalah wujud kepasrahan total yang tidak ada embel-embel. Tingkatannya sudah pada level *haqul yaqin*, semua adalah kehendakNya. Manusia tinggal menjalankan dengan *istiqomah*.

Jika kita dapat mensikapi dengan bijaksana hidup dizaman yang serba hedonis ini, maka kita dijauhkan dari gaya hidup yang dilakukan para oknum pejabat. Menggunakan *aji mumpung*, yang tidak sensitive dengan keadaan rakyat yang masih hidup dalam kemiskinan. □-d

***Dr Akhir Lusono, Dosen Prodi**
Manajemen Universitas Proklamasi 45 Yogyakarta, PTP BBPPMPV Seni Budaya, Wakil Sekretaris Lembaga Seni Budaya PP Muhammadiyah

Pojok KR

Sultan: manfaatkan pasar kecil di kalurahan.

-- Realitas kehidupan ekonomi masyarakat.

Aktivitas di sungai berhulu Merapi.

-- Antisipasi bahaya tak terduga.

Biaya politik Pemilu sangat mahal.

-- Siapkan modal banyak, jangan harap 'balen'.

Berabe

PIKIRAN PEMBACA

Naskah berupa usulan, gagasan, apresiasi atau masalah layanan publik

Naskah dikirim Email atau WA

pikiranpembaca@gmail.com

0895-6394-11000

dilampiri fotocopy/scan KTP, atau langsung ke Redaksi Kedaulatan Rakyat Jalan Margo Utomo 40-42 Yogyakarta 55323. Naskah tidak berisi ujaran kebencian, SARA dan Hoaks. Isi menjadi tanggungjawab penulis.

Apakah Akan Memikirkan Rakyat?

TIDAK bisa diingkari, Pemilu 2024 akan berlangsung setahun lagi. Dan saat ini partai memang tidak terlihat memilih siapa kandidat-kandidat untuk menjadi wakil rakyatnya. Semua tampak diam-diam, dan nanti tiba-tiba akan muncul wajah tidak dikenal sebagai wakil rakyat. Jika sudah demikian, kita tidak dapat mengelak. Mau tidak mau harus 'membeli kucing dalam karung'.

Mengapa terkesan partai diam-diam saja? Yah karena pencalonan legislative tidak semenarik pencalonan presiden. Tapi sejatinya mereka juga tidak diam. Yang sibuk hanya di dalam dengan saling menghitung. Yang tampak di luar lini mereka hanya berhitung untuk pencalonan presiden, sibuk memikirkan koalisi dengan siapa,

sibuk menngandengkan calon unggulannya dengan siapa. Maka berita di media pun juga hanya diisi beberapa tokoh yang disebut-sebut calon yang sekarang sibuk ke sana ke mari mencari perhatian masyarakat.

Yah.... Saat ini mereka sedang membutuhkan masyarakat, membutuhkan untuk dimintai suaranya. Suara yang sangat berarti bagi mereka kelak. Apakah nanti setelah terpilih dan berkuasa menjadi orang nomer 1 atau 2 di negeri ini, mereka akan memikirkan rakyat? *wallahu ealam*. Lha sekarang saja mereka sibuk memikirkan diri sendiri untuk mendapatkan suara rakyat... □-d

***Eko, Borobudur Kabupaten**
Magelang

Kedaulatan Rakyat

SIUPP (Surat Izin Usaha Penerbitan Pers) No. 127/SK/MENPEN/SIUPP/A.7/1986 tanggal 4 Desember 1990. Anggota SPS. ISSN: 0852-6486.

Penerbit: PT-BP Kedaulatan Rakyat Yogyakarta, Terbit Perdana: Tanggal 27 September 1945.

Perintis: H Samawi (1913 - 1984) M Wonohito (1912 - 1984).

Penerus: Dr H Soemadi M Wonohito SH (1985-2008), dr H Gun Nugroho Samawi (2011-2019) **Penasihat:** Drs HM Idham Samawi. **Komisaris Utama:** Prof Dr Inajati Adrisjanti. **Direktur Utama:** M Wirmon Samawi SE MIB. **Direktur Pemasaran:** Fajar Kusumawardhani SE. **Direktur Keuangan:** Imam Satriadi SH. **Direktur Umum:** Yurija Nugroho Samawi SE MM MSc. **Direktur Produksi:** Baskoro Jati Prabowo SSos.

Pemimpin Umum: M Wirmon Samawi SE MIB. **Pemimpin Redaksi/Penanggung Jawab:** Drs H Octo Lampito MPd. **Wakil Pemimpin Redaksi:** Drs H Ahmad Luthfie MA. Ronny Sugiantoro SPd, SE, MM. **Redaktur Pelaksana:** Primaswolo Sudjono SPt, Joko Budhiarto, Mussahada, Drs Widyo Suprayogi. **Manajer Produksi Redaksi:** Ngabdul Wakid. **Redaktur:** Dra Hj Fadmi Sustitwi, Benny Kusumawan, Drs H Hudono SH, Drs Swasto Dayanto, Husein Effendi SSI, Hanik Atfiati, MN Hassan, Drs Jayadi K Kastari, Subehan Mustafa, Drs Hasto Sutadi, Muhammad Fauzi SSos, Drs Mukti Haryadi, Retno Wulandari SSos, H M Sobirin, Linggar Sumukti, Daryanto Widagdo, Latief Noor Rochmans. **Fotografer:** Efly Widjono Putro, Surya Adi Lesmana. **Grasis:** Joko Santoso SSn, Bagus Wijanarko. **Sekretaris Redaksi:** Dra Hj Supriyanti.

Pemimpin Perusahaan: Fajar Kusumawardhani SE. **Kepala TU Langganan:** Drs Asri Salman, Telp (0274)- 565685 (Hunting)

Manajer Iklan: Agung Susilo SE, Telp (0274) - 565685 (Hunting) Fax: (0274) 555660. E-mail: iklan@kr.co.id, iklankrky23@yahoo.com, iklankrky13@gmail.com.

Langganan per bulan termasuk 'Kedaulatan Rakyat Minggu'... Rp 90.000,00, Iklan Umum/Display...Rp 27.500,00/mm klm, Iklan Keluarga...Rp 12.000,00/mm klm, Iklan Baris/Cilik (min. 3 baris, maks. 10 baris)... Rp 12.000,00 / baris, Iklan Satu Kolom (min. 30 mm, maks. 100 mm) Rp 12.000,00 /mm klm, Iklan Khusus: Ukuran 1 klm x 45 mm... Rp 210.000,00, (Wisuda lulus studi DI s/d S1, Pernikahan, Ulang Tahun) ● Iklan Warna: Full Colour Rp 51.000,00/ mm klm (min. 600 mm klm), Iklan Kuping (2 klm x 40 mm) 500% dari tarif. Iklan Halaman I: 300 % dari tarif (min. 2 klm x 30 mm, maks. 2 klm x 150 mm). Iklan Halaman Terakhir: 200% dari tarif. Tarif iklan tersebut belum termasuk PPN 10%

Alamat Kantor Utama dan Redaksi: Jalan Margo Utomo 40, Gowongan, Jetis, Yogyakarta, 55322. Fax (0274) - 563125, Telp (0274) - 565685 (Hunting)