TABEL AXIAL CODING

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Konsep | Informan 1 (Muhammad Hendarsyah) | Informan 2 (Meiki W Paendong) | Informan 3 (Adang) |
| Gerakan SAVE Babakan Siliwangi | Program save baksil itu program yang merespon dari rencana alih fungsi kawasan baksil yang memang istilahnya RTH itu.  Kalau disebutnya mah kan meskipun kecil juga tetep hutan kota. Mau dijadikan satu kawasan komersial, itu sebenarnya isu dari awal tahun 2000-an sampai terakhir tahun 2013 baru beresnya.  Rencana awal sih mau dibikin jadi kondominium ya, diperjalanan dulu sempet memang ada rumah makan gitu, nah yang kesini-sini mau dibikin lebih gede meskipun tetep nggak jelas juga, sampai akhirnya yaa perijinannya kan akhirnya dicabut semua, termasuk kerjasama yang sampai 20 tahun, karena itu kan sebenarnya tanah negara lah.  Kita pengennya mempertahankan kawasan itu sebagai RTH gitu. nggak ada namanya lahan komersil. | Save babakan siliwangi itu kan ada adalah satu gerakan gitu ya gerakan yang digagas bersama WALHI jawa barat bersama dengan jaringan lain bersama juga masyarakat khususnya warga kota bandung dalam upaya menyelamatkan hutan kota babakan siliwangi dari ancaman alih fungsi lahan yang ada didalam hutan babakan siliwangi itu sendiri.  Semenjak sekitar tahun 2005-an lah, 2004 atau 2005. Itu sudah mulai digagas semenjak ada wacana hutan kota baksil itu akan dialih fungsi lahannya menjadi sarana komersil. | Program save baksil itu adalah program yang jadi *concern* WALHI Jabar terkait ee bahwa kewajiban pemerintahan kota Bandung itu harus menyediakan ruang publik sebanyak 30%.  Nah pada awalnya bahwa babakan siliwangi itu adalah kawasan RTH, kawasan ruang terbuka hijau. Nah ketika akan dialih fungsikan menjadi ee wilayah private oleh PT EGI, nah disitulah walhi mengadvokasi kebutuhan 30% lahan yang harus disediakan oleh pemerintahan kota Bandung sebagai ruang terbuka hijau.  Inilah yang jadi *concern* WALHI bahwa Babakan Siliwangi adalah harga mati untuk tidak beralih fungsi.  Jadi tujuannya adalah untuk melaksanakan amanah undang-undang yang mewajibkan 30% RTH. |
| Bentuk kegiatan program SAVE Babakan Siliwangi | Dulu itu kan istilahnya medsos belum ramai gitu kan. Ya masih konsolidasi lah diantara masyarakat sipil untuk tetap menolak adanya pengalihan fungsi dikawasan baksil sendiri gitu kan.  Di tahun 2011 itu kita sempet bikin sayembara. Sayembara design hutan kota babakan siliwangi. Itu sebenarnya salah satu bentuk perlawanan agar baksil tetap sebagai hutan kota gitu.  Kalau edukasi secara langsung itu nggak ada ya, tapi kalau ee kampanye-kampanye paling ya, itu banyak.  Misalkan ada yang suka main sepeda, nah itu diajakin main sepeda di baksil. Atau misalkan ee semacam jalan-jalan lah sambil mendata gitu ee tanaman atau fauna yang ada di baksil gitu, itukan selain kampanye juga ada edukasinya juga. Meskipun hanya tingkat komnitas atau kelompok ya, tapi kan hasilnya di-share juga ya, jadi masyarakat awam juga jadi tahu gitu.  Aksi itu dari awal sampai terakhir juga ada. Ya malah dari tahun 2008-an lah itu, istilahnya banyak kelompok masyarakat yang gabung disitu. Aksi-aksi sering ya kita lakukan.  Yang terakhir itu kita jalan ya, aksi gitu. dari kawasan baksil, sampai berhenti itu di daerah braga. Disitu banyak yang ikut juga. | Kalau untuk kegiatannya sih sebenernya sih sempet berhenti. Awal-awalnya kan masih berupa *campaign*, kampanye gitulah ya. Kampanye penolakan, kampanye terkait arti penting hutan kota gitu, kampanye terkait isu kerusakan lingkungan hidupnya, awalnya seperti itu. Sampai pada akhirnya di tahun 2009-an lah, rencananya semakin menguat untuk pembangunan hotel apartemen itu.  Banyak seperti kampanye, trus pengorganisiran masa, advokasi dari kebijakannya itu sendiri, terus edukasi juga, edukasi maksudnya kita bikin semacam pendidikan gitu lewat diskusi publik dan diskusi terbatas juga.  Lomba-lomba juga sebenarnya kan konteksnya untuk kampanye, bahwasanya hutan kota itu penting.  …. waktu itu terakhir kita bikin aksi, itu banyak masyarakat yang ikut. Kita konvoi dari dago ke kantor walikota. | WALHI mengkoordinir teman-teman yang *concern* dibidang lingkungan saat itu untuk membikin sebuah kegiatan di Babakan Siliwangi sebagai sebuah bentuk kampanye.  Kita pernah mengadakan kejuaraan futsal yang diikuti sama temen-temen mahasiswa dan NGO yang *concern* terhadap lingkungan. Itu kegiatan yang pertama.  Kerjasama antara WALHI Jabar dengan BCCF, mengadakan sayembara mendesign baksil sebagai RTH. Jadi kegiatannya menggambar, dari anak tingkat SD – SMA gitu kalau ngga salah, menggambar dan mendesign baksil.  Komunitas pecinta alam bikin camping disana, trus ada komunitas sekolah gitu, mulai dari TK sampai SD gitu, diadakan botram disana.  Terus ada juga komunitas seni lukis gitu, mereka ngadain pameran di baksil. Terus komunitas kasundaan itu mengadakan ritual batu setangtum, mungkin sekarang artefaknya masih ada ya. Disitu diritualkan.  Terus juga komunitas mahasiswa dan komunitas lainnya mengadakan talkshow waktu itu. Mereka mengadakan talkshow tentang berkebun di kota.  Intinya WALHI mendorong komunitas yang bergabung dalam gerakan save baksil ini untuk membikin kegiatan di baksil yang prosesnya tidak harus bikin ijin dan lain-lain. Langsung bikin aja acara disitu dan *claim* bahwa baksil adalah ruang publik.  Nah kegiatan-kegiatan itu berlangsung sampai terakhir kita bikin mural, gambar yang di seng-seng.  Nah si mural itu, hasil gambarnya itu didalam momentum pilkada, kita bawa sambil kita demo, semua elemen yang *concern* sama masalah baksil, kita jalan dari babakan siliwangi, pertama ke balaikota itu untuk mengungkapkan atau mengajukan aspirasi masalah babakan siliwangi, trus muralnya itu kita simpan dan dipamerkan di YPK itu. Dijalan braga. Nah ketika setelah dipamerkan gitu, disitu juga ada debat calon walikota bandung, karna saat itu berdekatan dengan momentum pilwalkot. |
| Pemilihan komunikator | Kalau untuk komunikator itu banyak ya. Macem-macem. Tergantung dari bentuk setiap kegiatannya juga gitu.  Untuk hal yang berkaitan dengan seni ya Kang Tisna gitu sebagai komunikatornya. Yang ngerti lah.  Trus ada juga misal untuk pertunjukannya itu ada Bahnanu Muda, ya kalau aksi dijalan itu dari WALHInya gitu. Banyak sih kalau untuk komunikatornya.  Biasanya sih pemilihannya atas kesepakatan ya. Kalau WALHI kan mungkin orang-orang lebih melihat ke isu lingkungannya ya jadi kalau masalah advokasi yang maju dari WALHI.  Melihat pengalaman sih lebih banyaknya. Melihat ilmu sama pengalaman. | Sebenarnya tidak walhi sendiri yang memilih, sebenarnya pemilihannya atas pemilihan partisipatif.  Misalnya kayak untuk salah satu juru kampanye Kang Tisna Sanjaya, itu atas pemilihan bersama. Kang Tisna untuk pendekatan kampanye atau mensosialisasikan save babakan siliwangi ini gitu ke masyarakat karena beliau kan sebagai *public figure* gitu waktu itu, disepakati bahwa Kang Tisna saja. Trus walhi misalnya perannya di advokasi kebijakannya, ke pemerintahannya.  Ridwan Kamil waktu itu aktif dikomunitas gitu, nah karena dia juga punya kapasitas disitu, dan punya latar-belakang arsitektur gitu, paling tidak untuk perencanaan-perencanaan kota, planologi, gitu kan. Kesatu itu, jadi latar belakang akademisi dia, trus latar belakang juga popularitas dia gitu kan waktu itu. Akirnya disepakati Ridwan Kamil jadi salah satu juru *campaign* untuk supaya kampanye ini atau dukungan yang ingin kita raih itu tidak hanya dikalangan komunitas tapi juga di kalangan masyarakat luas. | Nah kalau untuk kegiatan yang sama-sama itu ya, digagas dalam sebuah forum.  Nah walhi ini diamanahkan menjadi pos komunikasi gitu ya.  Trus ada juga penulis dikota bandung ini dia diamanahkan untuk membikin dokumen-dokumen tentang BAKSIL.  Kalau pembagian tanggung jawab itu tergantung acaranya.  Karena melihat kualitas ee dari masing-masing komunitas atau organisasi.  Semisal acara dari bandung berkebun, otomatis bandung berkebun yang memilih pembicaranya gitu. Pembicara dari sana dan beberapa pakar lain yang dianggap ahli dibidang itu. Biasanya akademisi, praktisi, sama pemangku kebijakan, bukan politisi tapi birokrasi. Biasanya 3 elemen itu yang diundang.  Sewaktu rapat diobrolin bareng-bareng. Cuma karena ini acara bandung berkebun, ranahnya juga lebih tau mereka, sehingga mereka yang lebih ngatur. |
| Penyusunan dan penyampaian Pesan | kalau itu sih lebih ke informasi dan ajakan ya.  Kalau untuk spesifik isi pesannya, itu lebih ke ee apa ya, lebih ke organisasi atau komunitas yang dituju gitu. misalkan kayak, ee WALHI urusan sosial media gitu, penyusunannya ya dengan gaya WALHI gitu. tapi didalamnya ada isu baksil itu.  Ada ajakan dan informasinya.  …. kita mau ngadain kegiatan gitu, kita sebar infonya di medsos, ngajakin buat ikut, … | Waktu itu kita pakai berbagai alternatif ya. Selain diskusi-diskusi atau *roadshow* gitu ke kampus-kampus khususnya di kampus di kota, kita juga pakai fasilitas media sosial gitu ya, terus berhubungan juga dengan rekan-rekan jaringan jurnalis yang harapannya mereka bisa mengangkat isu itu terus.  Kalau sebelumnya kan masih berupa kampanye biasa, kampanye ee kampanye-kampanye yang sifatnya statement atau komentar di fb atau di twitter gitu kan bahwa ee hutan kota baksil itu satu-satunya di kota bandung gtu. Kalau misalnya itu hilang atau alih fungsi jadi sarana komersil itu akan mengancam lebih ke arah situ, jadi masih kampanye nya lebih ke informatif atau informasi gitu.  Jadi kita publish lewat medsos, bahwasanya hari ini akan ada diskusi atau rapat konsolidasi untuk menyelamatkan hutan kota babakan siliwangi kami mengundang khalayak, organisasi, masyarakat ataupun komunitas. Gitu. Ya darisitu kan kita bisa memantau. | Nah, pesannya ketika berkegiatan itu selalu diselingi intinya bahwa bandung itu udah 11% RTHnya, sekarang malah mau diambil sama perusahaan. Mau kegiatan apa aja gitu, dimasukin pesan itu. Pesan bahwa kita dalam keadaan terancam dengan jumlah ruang taman hijau yang tinggal sedikit dan akan semakin menyempit.  Ya kita kasih tau lah warga atau masyarakat bandung tentang keadaan kota Bandung, trus harus bagaimana gitu. Biar mereka tau dan ee ada informasi tentang RTH.  Kalau seumpamanya ee, isunya itu kita samakan dengan isu komunitas gitu ya. Contohnya misal ee komunitas budaya gitu ya, berbicara tentang artefak masa lalu gitu, nanti tapi di akhirnya pasti kita sisipkan tagline kita itu. Save babakan siliwangi.  Pokoknya kita pakai stratgei biar isunya masuk itu kita pakein hashtag save babakan siliwangi, ntar tema untuk ee konten pembicaraan disesuaikan dengan isu masing-masing yang lagi rame.  Jadi ya gitu, kita ada informasinya ya, ya yang berhubungan-berhubungan dengan baksil ataukah RTH atau bisa juga ruang publik, trus nanti dikaitkan dengan isu komunitas, nah nanti baru diakhir dimasukin hashtag save babakan siliwanginya. Biar makin banyak masyarakat yang tau. Hashtag save baksil itu kita jadikan pancingan, agar masyarakat penasaran. |
| Penggunaan media | Kita lebih ke media sosial ya. Tapi itu juga waktu udah tahun 2011-an.  Ada ee kayak facebook, twitter, trus yang petisi online *change.org* itu.  Kalau untuk awal-awal kita pakainya spanduk. Spanduk itu sempat.  Lukisan-lukisan yang dibuat sama teman-teman diatas seng itu istilahnya juga media.  Ada juga kaos itu asalnya dari usulan salah satu komunitas yang gabung, trus bareng-bareng kita iuran buat bikin.  Kalau koran itu ee nggak terlalu maksimal juga. Palingan kalau kita mau bikin kegiatan gitu, ya baru media koran atau radio itu terpakai ya. Berisi informasi kegiatan kita. Jadi pas ada kegiatan aja. | Yang pasti yang pada saat itu kita anggap populis. Cuma waktu itu lebih kuat di media sosialnya.  Kalau untuk produk kreatif ya paling poster.  Posternya itu kan yang paling fenomenal itu kan yang ee yang ikon pohon gitu kan yang ada save babakan siliwangi, itu juga hasil kesepakatan sebenarnya.  Ada satu orang, orang dago kalau ga salah, dia bikin factor seperti itu nah dia publish di medsos, lalu sampai yang tadi saya bilang sempet vacuum, nah trus pas booming lagi di 2009an buat tagline atau icon kita pake itu.  Selain di poster, ee logo itu juga kita pakai di tempat lainnya ya. Kayak waktu itu kita bikin ada ee spanduk, waktu itu kita bikin adalah, trus juga ada baju. Kita bikin baju save babakan siliwangi.  Media sosial kita pakai twitter, facebook, trus ee waktu bikin petisi itu pake media change.org itu untuk petisi onlinenya. Kalau web khusus, blog gitu pernah dibikin tapi itu nggak aktif ya, jadi lebih pengennya sifatnya yang interaktif gitu ya. | Kalau media, kita di apa namanya, di *facebook*, save baksil itu ada ya. Trus di twitter juga ada. Lalu juga di *change.org* itu kita bikin.  Seumpama yang non itu kita bikin, dulu itu ada ee selebaran ee kalau nggak salah kayak program ee 500 spanduk.  Terus media publikasi selain itu ee lewat tulisan-tulisan paling. Kan ada artikel-artikel berita kita, itu juga.  Sama ada juga baju kaos. Baju kaos yang ada gambar pohon dan tulisan save babakan siliwangi.  Koran dan radio, biasanya kita ada 2 pendekatan gitu ya. Pendekatan kalau kita lagi kampanye gitu.  Pendekatan ee seandainya massanya massive atau banyak, itu biasanya pers secara otomatis meliput. Contohnya kayak demo atau kegiatan lomba-lomba. Tapi seandainya kita lebih pengen isi kontennya yang banyak, itu kita nggak pake massa banyak. Biasanya kegiatannya berupa diskusi aja. Contoh kegiatannya misal ya diskusi publik itu.  Gitu stratgei kampanye di media kalau kita. |
| Bentuk pengelolaan media | Karena bentuknya lebih berisi informasi ya, jadi nggak terlalu ketat lah pengaturannya.  Yang penting kalau ada kegiatan, kita informasikan. Jangan sampai masyarakat tidak tahulah kalau ada kegiatan. Jadi biar banyak yang ikut juga gitu.  Yang kita pengen itu yang penting isunya itu nggak pernah mati aja, jangan sampai isunya hilang. | Kalau untuk bentuk kontrol paling di internal gitu ya. Karena waktu itu semenjak isu baksil ini naik, banyak media yang tertarik mengangkat isu ini, jadi kita kasih kebebasan buat media ini untuk mengelola gitu mengelola berita seperti apa.  Jadi dengan secara simultan misal seminggu 3 kali 4 kali 5 kali naik aja kita udah bersyukur gitu, temen-temen jurnalis ngga bosen gitu, tiap minggu itu ada aja beritanya itu yang kita jaga.  Nah misalnya isu save babakan siliwangi ada di *headline* halaman depan, pokoknya halaman depan aja, trus karena ada isu baru kan jadi di halaman kedua nah itu yang kita pantau. Kita mengupayakan selalu di halaman depan atau halaman satu kedua.  Paling kalau misalnya konteks gerakan, paling kita hubungin, kan kita deket sama temen-temen AJI Bandung, aliansi jurnalis independen bandung, ya biasanya komunikasi biasa “saha nu nulisna, oh si iyeu, oh ini mah si A biasa si A mah wartawan kota wartawan pemkot, wajar weh”. | Nah kalau mengelola, untuk media sosial itu sudah ada yang bertanggung jawab. Sebenarnya kalau media sosial gitu itu awalnya yang concern adalah teman2 BCCF. Bagiannya itu kamenrum. Nah dari kamenrum itu, diwariskan ke WALHI, WALHI yang mengelola.  Kalau untuk berita, kontrol biasanya ada, tapi lebih kepentingannya kepada supaya isunya nggak lari kemana-mana gitu. Kita memilah-milah *key person* siapa yang harus bicara.  Ke orang-orang wartawan itu juga selalu ingatkan gitu, ee diluar pemberitaan, ee kita minta komitmen gitu. Yang lebih valid jika mengeluarkan statement tentang save baksil itu dari WALHI gitu. Jika ada orang lain yang mengeluarkan ee statement gitu, mohon konfirmasi dengan WALHI. Itu sih frame-nya.  WALHI itu minta supaya save baksil jangan ditunggangi sesuatu berbau politis.  Sama palingan kita ngejaga berita ya. Ee jadi jangan sampe berita baksil ini jadi mati gitu. Ee hilang lah maksudnya. Kita pengennya selalu ada berita tentang baksil, jadi masyarakat juga selalu dapet informasi gitu. Karena ini kan gerakan publik ya. |
| Target Penerima Pesan | Kalau WALHI itu siapa saja.  Tapi untuk permasalahannya untuk masyarakat Bandung ya khususnya, karena kan lebih ke kawasan RTH di Kota Bandung.  Tapi info ini kan juga bisa jadi pelajaran banyak orang gitu. Karena mungkin aja kan di kota lain juga mengalami masalah atau kasus yang sama gitu. Ini biar buat pelajaran ke mereka juga. | Secara khusus kota bandung, karena konteksnya hutan kota baksil ini kan dibawah pengelolaan kota ya. Jadi edukasi, penyadaran, sosialisasinya, khusus warga kota bandung.  Tapi pada umunya propinsi dan nasional. Lebih mempublikasikan, menginformasikan bahwasanya untuk konteks lingkungan hidup, konteks ekologi, sebuah kota itu harus ada ruang terbuka hijau. | Jadi dulu intinya kita semua elemen. Kita pengen konsep baksil ini terpahami oleh semua orang gitu. Semua umur, semua unsur, komunitas, lintas gender juga, lintas profesi.  Jadi penerima pesan itu semua, siapapun, masyarakat di bandung tapi ya khususnya, karena babakan siliwangi ini kan ada di bandung gitu. Jadi mereka yang harus lebih concern. |
| Faktor Pendukung dan Penghambat | Umm organisasi atau komunitas yang ikut membantu di gerakan ini banyak sih ya. Organisasi lingkungan itu banyak, istilahnya kayak kelompok seni, kelompok budayawan gitu kan.  … nyumbang ide, gagasan, tenaga, sampai materi juga ada.  Kalau yang gerakan mulai yang akhir-akhir ini ngelihatnya lebih solid ya. Meskipun adalah yang datang dan pergi, tapi untuk bagian pentingnya atau pemikirnya itu jauh lebih solid ya. Sama isunya itu kita jaga terus.  Masyarakat juga sudah lebih banyak yang tahu, banyak yang mendukung, jadi ya lebih gampang untuk ee istilahnya menodong pemkot gitu.  Hambatannya ya, susah aja sama pemkotnya itu. Ngelihat pemkotnya yang nggak bisa memihak. Dari anggota legislative-nya juga yang diem-diem aja gitu. itu bikin susah  Ya penyelesaiannya yang dilakukan itu ya, kita ngadain aksi. Menekan supaya ee apa perijinan itu dicabut. Ya istilahnya kita minta supaya RTH itu dipertahankan gitu. | Kemarin kita dapet dukungan dari temen-temen organisasi dari mahasiswa itu ya. Himpunan-himpunan mahasiswa.  Kalau untuk organisasi kemasyarakatannya atau komunitasnya mah banyak ya. Kayak urbane, BCCF, komunitas seni budaya, terus sampai ke level organisasi masyarakat. Ormas ee.. semacam ee.. model-model sundawani, itu ormas seni budaya yang *basic*nya kesundaan.  Yang dominan ya itu, komunitas, organisasi. Kalau disebutkan komunitas yang ikut banyak, seperti komunitas sepeda, komunitas peduli wisata, komunitas anak-anak, dan lain-lain.  Iya ide, bisa juga waktu itu dalam bentuk materi.  Indikator keberhasilannya adalah dukungan masyarakat. Jadi disaat masyarakat ini bersepakat, warga kota bersama-sama berjuang, insya Allah itu bisa mendatangkan keberhasilan. Kalau konteksnya perjuangan.  Itulah indikatornya, warga turun ke jalan menuntut bahwa ini adalah hutan kota, jangan dijadikan bahan komersil.  Figur-figur yang populis itu juga jadi satu alasan untuk mendukung gerakan ini. Popularitas Kang Tisna, kalangan seni budaya, kalangan budayawan sunda. Peran Ridwan Kamil pada saat itu juga jujur membantu sekali.  Temen-temen di seni budaya banyak dekat dengan masyarakat kan, itu membantu untuk memasukkan isu-isu dalam masyarakat. Akademisi juga kita akui jadi faktor pendukung dengan analisis yang mereka sampaikan, dengan sukarela dipakai oleh WALHI.  Faktor penghambatnya kalau secara teknis ya hambatan dari kekuatan massa yang lain gitu ya, seperti ormas kan menghambat juga.  …. terjadi konflik antar masyarakat, konflik horizontal.  Selain itu dukungan dari *legislative* atau wakil kita di DPRD tidak kuat juga. Tidak secara full menyatakan berada di pihak forum dan akan menekan bapak walikota, itu juga kita rasa kurang.  Paling kita melakukan komunikasi ya. Untuk ormas yang mendukung Pak Dada itu biasanya mereka juga menyampaikan statement yang berlawanan atau bertolak-belakang dengan kita ya. Paling ya kontra argumen. Mereka juga main media, baik media cetak ataupun media sosial.  Tapi kita nggak mau terlarut ya untuk melawan mereka. Karena kepentingannya kita bukan melawan mereka. Kita berfikir daripada habis energi melawan mereka, mending energi untuk fokus melawan pemkot. Untuk menyelesaikan maslah itu kita melakukan komunikasi, meskipun tidak intens.  Dengan legislative juga kita audiensi, komunikasi, lebih ke individu-individu saja. Karena dari mereka juga seperti segan mau terang-terang melawan gitu. Bukan secara komisi tapi individu. | Setelah isu makin kuat ya, respon makin banyak. Bergabunglah yang lain. Seperti BCCF itu ya, ada dibawahnya itu urbane. AJI itu juga sebagai teman dari media. Kemudian setelah itu, siapapun yang concern terhadap lingkungan dan ruang publik, bisa ikut dan gabung.  Keberhasilannya dari opini yang makin menyebar ke setiap elemen masyarakat. Jadi tidak hanya masyarakat Bandung, tapi bisa saja masyarakat yang cinta kota Bandung.  Ketika banyak yang terlibat, maka makin yakin kita untuk menang.  Dulu lagi musim-musimnya medsos ya, demam gerakan media sosial, itu faktor pendukung.  Car free day waktu awal dibikin, sehingga ketika ada banyak masyarakat berkumpul, kampanye save baksil itu jadi hal menarik.  Selain itu juga adanya event-event di Bandung yang memiliki nilai berita tinggi berhasil tersisipi save baksil, contohnya pertemuan pemuda se asia-afrika itu. Itu menguntungkan bagi kampanye save baksil. Selain itu isu yang selalu beredar membuat masyarakat semakin banyak yang tahu.  Kalau hambatan, ee lebih pada akhirnya gini. Ketika kita mau bikin content, hambatannya biasanya diskusi yang berlarut-larut. Karena kan kita dari komunitas yang berbeda, jadi sudut pandangnya berbeda-beda, meskipun tujuannya sebenarnya sama.  Hambatan lainnya ee ada juga upaya dari pihak PT EGI yang ee pada awalnya ee mengerahkan kayak preman gitu.  Untuk hambatan juga ada satu lagi. Itu ee semacam isu-isu yang beredar gitu.  Isunya itu, ee isu bahwa PT EGI mengiming-imingi uang bagi aktivis. Nah itu kan membuat kitanya jadi curiga satu sama lain gitu.  Ada juga ee isu bahwa PT EGI menekan Dada Rosada yang menjadi walikota ya waktu itu. Mereka menekan Dada Rosada untuk konsisten dengan perjanjian yang ada gitu, sehingga jadinya Dada Rosada juga balik menekan aktivis. Tekanan secara politis ya.  Nah penyelesaiannya, kita balik lagi gitu ya waktu diskusi, fakta dan data yang tidak bisa terbantahkan itu adalah isu lingkungan gitu. Jadi teman-teman yang lain juga pada akhirnya paham bahwa baksil akan lebih menggigit ketika pakai pendekatan isu lingkungan.  Waktu di lapangan dirasakan ancaman-ancaman itu tidak signifikan ya. Nggak terasa gitu ancamannya.  Kita melihat ke lokasi gitu ya, misal mau ada kegiatan, malemnya kita kesana untuk dateng. Siapa tau kan teman-teman merasa terintimidasi gitu, tapi sejauh yang kita lihat preman-preman itu nggak melakukan apa-apa. Kondusif lah.  Karena kebetulan yang diisukan itu bukan termasuk di lingkaran satu ya, keluar sih suatu nama gitu, tapi di ring satunya yang sering berkumpul itu tidak terkena isu, jadi ya nggak masalah.  Langsung diverifikasi, dan kita diskusikan solusinya itu. Kita selalu memilah dan memilih isu, dan dibicarakan saat diskusi. Itu caranya, sehingga clear lah didalamnya. Jangan sampai menggerus semangat teman-teman. |