

**KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM MENINGKATKAN KESADARAN
EKOLOGIS LINGKUNGAN**

(Studi Deskriptif Kualitatif pada Sanggar Hijau Indonesia Program Kampanye
Sosial Ecobrick di Kabupaten Jombang Jawa Timur)



Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Disusun Oleh :
DIVA NUR KHASANA
16730049

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2023**

SURAT PERNYATAAN

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Diva Nur Khasana
NIM : 16730049
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Dengan ini menyatakan bahwa isi skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu Perguruan Tinggi dan sesungguhnya skripsi ini merupakan hasil pekerjaan penulis sendiri sepanjang pengetahuan penulis, bukan duplikasi atau saduran dari karya orang lain kecuali bagian tertentu yang penulis ambil sebagai bahan acuan. Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

Yogyakarta, 16 Januari 2023

Yang Menyatakan



Divak
Diva Nur Khasana

NOTA DINAS PEMBIMBING



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

NOTA DINAS PEMBIMBING FM-UINSK-PBM-05-02/RO

Hal : Skripsi

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamu 'alaikum Wr. Wb

Setelah memberikan, mengarahkan dan mengadakan perbaikan seperlunya maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Diva Nur Khasana
NIM : 16730049
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul :

KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM MENINGKATKAN KESADARAN EKOLOGIS LINGKUNGAN (Studi Deskriptif Kualitatif pada Sanggar Hijau Indonesia Program Kampanye Ecobrick di Kabupaten Jombang Jawa Timur)

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

Harapan saya semoga saudara segera dipanggil untuk mempertanggung-jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatian Bapak, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 20 Januari 2023
Pembimbing


Drs. Siantari Rihartono, M.Si
NIP. 19600323 199103 1 002

PENGESAHAN TUGAS AKHIR



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-344/Un.02/DSH/PP.00.9/04/2023

Tugas Akhir dengan judul : KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM MENINGKATKAN KESADARAN EKOLOGIS LINGKUNGAN (Studi Deskriptif Kualitatif pada Sanggar Hijau Indonesia Program Kampanye Sosial Ecobrick di Kabupaten Jombang Jawa Timur)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : DIVA NUR KHASANA
Nomor Induk Mahasiswa : 16730049
Telah diujikan pada : Rabu, 01 Maret 2023
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang
Drs. Siantari Rihartono, M.Si
SIGNED

Valid ID: 6427d327faa0



Penguji I
Dr. Yani Tri Wijayanti, S.Sos, M.Si
SIGNED

Valid ID: 64213c2cc6b729



Penguji II
Tariq Yazid, S.I.Kom., M.A.
SIGNED

Valid ID: 6420e969a5b2f

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



Yogyakarta, 01 Maret 2023
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 642d4c576160

HALAMAN MOTTO

“It’s not always easy, but that’s life. Be strong because there are better days ahead” (Mark Lee)



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Dengan mengucap rasa syukur atas karunia-Nya dan juga limpahan nikmat sehat, baik secara fisik maupun akal pikiran sehingga peneliti mampu menyelesaikan penyusunan skripsi berjudul **“Komunikasi Persuasif Dalam Meningkatkan Kesadaran Ekologis Lingkungan (Studi Deskriptif Kualitatif pada Sanggar Hijau Indonesia Program Kampanye Sosial Ecobrick di Kabupaten Jombang Jawa Timur)”** yang merupakan salah satu bentuk pertanggungjawaban untuk mendapatkan gelar strata satu Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Atas terselesaikannya skripsi ini, peneliti mengucapkan banyak terimakasih kepada pihak yang juga turut mendukung, membimbing, dan membantu peneliti. Peneliti berterimakasih setulus-tulusnya kepada :

1. Kepada Allah Swt yang telah melancarkan segala urusan peneliti dalam segala hal yang peneliti lakukan hingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi penelitian ini.
2. Bapak Dr. Mochammad Sodik, S.Sos. M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Dr. Rama Kertamukti, S.Sos., MSn selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.

4. Ibu Dr. Yani Tri Wijayanti, S.Sos., M.Si Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing peneliti selama masa studi.
5. Bapak Drs. Siantari Rihartono, M.Si. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktu dan tenaga untuk membimbing peneliti dengan sabar sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Ibu Dr. Yani Tri Wijayanti selaku Dosen Penguji I dan Bapak Tariq Yazid, M.A selaku Dosen Penguji II.
7. Segenap Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah bersedia berbagi ilmu kepada peneliti.
8. Kedua Orangtua Penulis, yang selalu memberikan kasih sayang, dukungan, semangat, doa serta kesabarannya yang sangat luar biasa dalam setiap langkah hidup peneliti.
9. Sahabat saya Heny, Devika, Ayatullah Khumaidi, Windy Erlina, Muh. Ryan Affandi yang tak bosan-bosan memberikan bantuan, saran, diskusi, motivasi dan segala dukungannya.
10. Abah dan Umik serta teman-teman Pondok Pesantren Ulil Albab yang selalu memberikan semangat kepada peneliti.
11. Seluruh Staff Sanggar Hijau Indonesia Ibu Shanti, Mas Lutfi, Mbak Septin, Nabila dan Boy yang telah membantu dan menerima peneliti dengan sangat baik serta memberikan dukungan kepada peneliti untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
12. Bapak Alvian A.A., M.Ikom, terimakasih telah bersedia menjadi triangulasi sumber data dalam penelitian ini

13. Jodoh yang masih dirahasiakan Tuhan, semoga disegerakan
14. Seluruh staff Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora yang turut membantu mempermudah jalannya peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini.
15. Teman-teman seperjuangan Ilmu Komunikasi 2016, atas segala hal bahagia dan apapun itu selama masa perkuliahan.
16. Semua pihak yang telah membantu hingga terselesaikannya pembuatan Tugas Akhir yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Dalam skripsi ini membutuhkan kritik dan saran yang membangun sebagai perbaikan untuk peneliti. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 16 Januari 2023

Peneliti

Divina Nur Khasana

NIM. 16730049

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN.....	i
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	ii
PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	iii
HALAMAN MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL DAN BAGAN.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	11
C. Tujuan.....	12
D. Manfaat.....	12
E. Telaah Pustaka.....	13
F. Landasan Teori.....	18
G. Kerangka Pemikiran.....	34
H. Metodologi Penelitian.....	35
BAB II DESKRIPSI SANGGAR HIJAU INDONESIA.....	42
A. Profil Lembaga.....	44
B. Struktur Organisasi.....	47
C. Visi Misi.....	48

D. Program dan Pelayanan	49
E. Jaringan Kerjasama	50
F. Program Kampanye Ecobrick.....	51
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN.....	55
A. Tahapan Praperenungan (<i>precontemplation</i>) dalam meningkatkan kesadaran Ekologis Lingkungan.....	60
B. Tahapan perenungan (<i>contemplation</i>) dalam meningkatkan Kesadaran Ekologis Lingkungan.....	68
C. Tahapan Persiapan (<i>planning</i>) dalam Meningkatkan Kesadaran Ekologis Lingkungan	77
D. Tahapan Tindakan (<i>Action</i>) dalam meningkatkan Kesadaran Ekologis Lingkungan	84
E. Tahapan Penguatan (<i>Maintenance</i>) dalam Meningkatkan Kesadaran Ekologis Lingkungan.....	91
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	97
Daftar Pustaka	101
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	103

DAFTAR TABEL DAN BAGAN

Tabel 1 Telaah Pustaka	15
Tabel 2 <i>Interview Guide</i>	100
Bagan 1 Teori Instrumen persuasif	23
Bagan 2 Kerangka Pemikiran	35
Bagan 3 Struktur Organisasi Sanggar Hijau	48



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Data 10 Wilayah Timbunan Sampah Terbanyak di Jawa Timur Tahun 2021.....	1
Gambar 2 Komposisi Limbah berdasarkan Jenisnya di Kabupaten Jombang Tahun 2021....	2
Gambar 3 Hasil pemanfaatan Ecoricks Jangka Pendek.....	7
Gambar 4 Hasil pemanfaatan Ecoricks Jangka Panjang.....	7
Gambar 5 Logo Sanggar Hijau Indonesia.....	44
Gambar 6 Pemanfaatan Ecobrick Jangka Pendek	53
Gambar 7 Pemanfaatan Ecobrick Jangka Panjang	54
Gambar 8 Pembuatan Modul Ecobrick	54
Gambar 9 Proses Kampanye Sosial Untuk Mengedukasi Resiko Dari Penggunaan Plastik Sekali Pakai	64
Gambar 10 Bentuk strategi yang dilakukan Sanggar Hijau Indonesia di salah satu Taman Kanak-kanak Jombang.....	79
Gambar 11 Interaksi Program Kampanye sosial Ecobrick.....	88
Gambar 12 Pendaftaran GoBrick.com.....	92
Gambar 13 Ajakan Kampanye Media Sosial	93
Gambar 14 Wawancara dengan Ibu Shanti Ramadhani, S.Pd.M.Pd Founder Sanggar Hijau Indonesia	104
Gambar 15 Wawancara dengan Mas Lutfi Nurhadi, S.T anggota dan Trainer sanggar Hijau Indonesia	104

Gambar 16 Wawancara dengan Ibu Hj Mustiqowati Anggota Perkumpulan Sanggar Hijau Indonesia	104
Gambar 17 Wawancara dengan Bapak Amin selaku Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Jombang	105
Gambar 18 Wawancara dengan Bapak Alvian A.A., M.Ikom Dosen Ilmu Komunikasi Universitas AMIKOM Yogyakarta	105



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Interview Guide	103
Lampiran 2 : Dokumentasi.....	108
Lampiran 3 : Daftar Riwayat Hidup.....	110
Lampiran 4 : Matrik Hasil Penelitian.....	112



ABSTRACT

This research was conducted to determine Sanggar Hijau Indonesia's persuasive communication strategy through the Ecobrick social campaign. This study aims to analyze how Ecobrick social campaigns can increase environmental ecological awareness.

Therefore researchers have conducted research using qualitative descriptive methods by collecting data through observation, interviews and documentation which were carried out in depth on the research subjects.

In this study, researchers used the stage of change theory to analyze phenomena in the field. With this method the researcher wants to find answers to the problems in this study by using Persuasive Communication theory to maximize Sanggar Hijau Indonesia's social campaign in increasing environmental ecological awareness. Then test the validity of the data using the source triangulation method.

The results of this study state that in carrying out persuasive communication carried out by Sanggar Hijau Indonesia in the Ecobrick social campaign program many stages go through according to the theory used. These stages are adjusted and analyzed so that in a persuasive manner they are able to increase environmental ecological awareness. With the Ecobrick campaign program, it is hoped that Sanggar Hijau Indonesia will be able to help reduce waste in Indonesia.

Keywords: Ecobrick Program, Environmental ecological awareness, Persuasive Communication, Sanggar Hijau Indonesia.

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

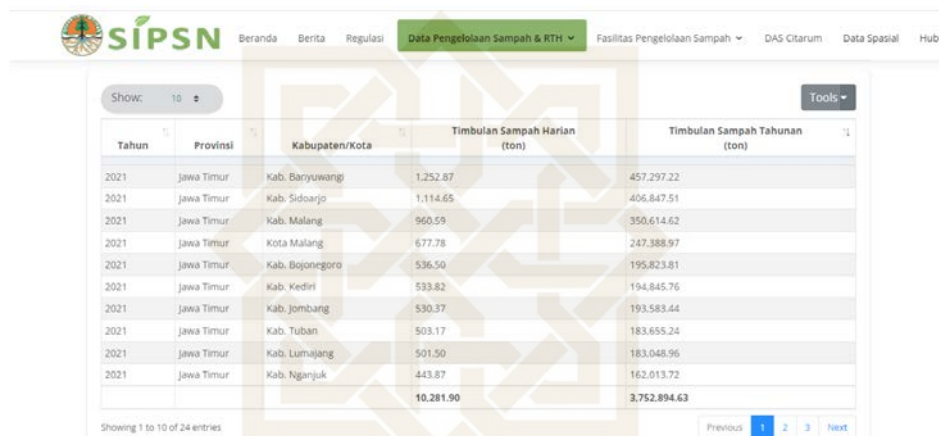
Sampah merupakan permasalahan umum yang sampai saat ini masih belum bisa di atasi. Indonesia sebagai negara berkembang, permasalahan sampah menjadi masalah yang harus mendapat perhatian seiring dengan laju pertumbuhan penduduk. Hingga kini sampah merupakan masalah yang dihadapi oleh seluruh wilayah di Indonesia. Meskipun banyak daerah yang telah menjadi Kota/Kabupaten Adiwiyata namun selalu masih ada sampah yang menumpuk disetiap sudutnya. Untuk membantu mengatasi masalah tersebut peran serta masyarakat sangat diharapkan mempunyai andil besar dalam mengelola sampah. Kurangnya kesadaran masyarakat terhadap masalah akibat keberadaan sampah dapat memperburuk tata kelola sampah.

Sampah pada prinsipnya adalah suatu sisa konsumsi manusia yang tidak terkelola dan belum memiliki nilai ekonominya. Sampah dikategorikan menjadi tiga jenis, yaitu : sampah organik, non organik, dan Residu B3. Sampah organik merupakan jenis sampah yang dapat terurai dengan sendirinya, seperti sampah sisa makanan, buah, sayur, daun kering, ranting dsb. Sedangkan sampah anorganik adalah sampah yang tidak bisa terurai dengan sendirinya, seperti sampah plastic, botol kaca, kardus. Dan sampah B3 merupakan sampah yang berbahaya, seperti sampah electronic, obat-obatan dsb.

Dilansir dari SIPSN (Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional) Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan Republik Indonesia, pada tahun 2021 Kabupaten Jombang termasuk 10 besar wilayah yang memiliki

timbunan sampah paling banyak di Jawa Timur. Timbulan sampah di Kabupaten Jombang mencapai 193,583.44 ton/tahun.

Gambar 1
Data 10 Wilayah Timbunan Sampah Terbanyak di Jawa Timur Tahun 2021

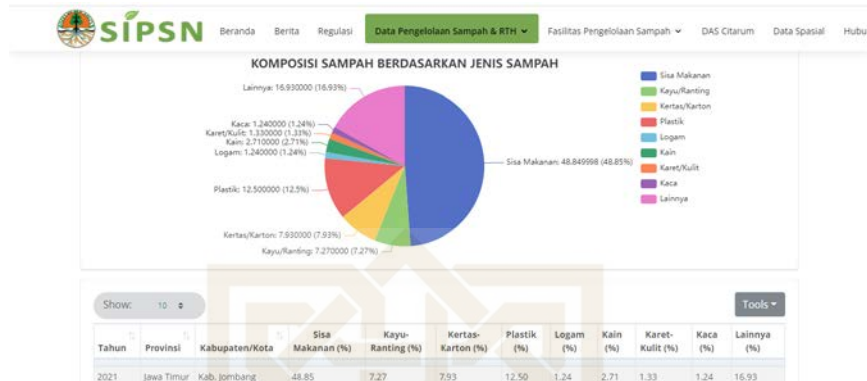


Tahun	Provinsi	Kabupaten/Kota	Timbulan Sampah Harian (ton)	Timbulan Sampah Tahunan (ton)
2021	Jawa Timur	Kab. Banyuwangi	1,252.87	457,297.22
2021	Jawa Timur	Kab. Sidoarjo	1,114.65	406,847.51
2021	Jawa Timur	Kab. Malang	960.59	350,614.62
2021	Jawa Timur	Kota Malang	677.78	247,388.97
2021	Jawa Timur	Kab. Bojonegoro	536.50	195,823.81
2021	Jawa Timur	Kab. Kediri	533.82	194,845.76
2021	Jawa Timur	Kab. Jombang	530.37	193,583.44
2021	Jawa Timur	Kab. Tuban	503.17	183,655.24
2021	Jawa Timur	Kab. Lumajang	501.50	183,048.96
2021	Jawa Timur	Kab. Nganjuk	443.87	162,013.72
			10,281.90	3,752,894.63

Sumber : <https://sipsn.menlhk.go.id/sipsn/public/data/komposisi>

Hal ini tentunya telah menjadi perhatian masyarakat. Apalagi semakin rusaknya ekosistem baik laut maupun daratan akibat dampak sampah itu sendiri, yang mana hal tersebut akan mempengaruhi kualitas hidup manusia. Setidaknya berdasarkan hasil pemantauan informasi dari SIPSN menyebutkan bahwa persentase komposisi timbulan sampah di Indonesia yang paling banyak adalah sisa makanan dan yang kedua adalah Limbah plastik sebanyak 15,6%.

Gambar 2
Komposisi Limbah berdasarkan Jenisnya di Kabupaten Jombang Tahun 2021



Sumber : <https://sipsn.menlhk.go.id/sipsn/public/data/komposisi>

Penyebab Permasalahan Limbah bukan hanya dikarenakan pertumbuhan penduduk akan tetapi juga disebabkan sistem pengelolaan Tempat Pembuangan Sampah (TPS) yang kurang tepat dan tidak ramah lingkungan. Banyak TPS di Indonesia yang seharusnya digunakan namun mangkrak tidak terpakai. TPS di Indonesia pada umumnya menggunakan metode *open dumping*. Metode *open dumping* adalah menumpuk Limbah terus menerus hingga tinggi ini lalu dibawa ke Tempat Pembuangan Akhir (TPA) tanpa adanya pemilahan dan pengelolaan kembali oleh masyarakat.

Untuk mengejar pertumbuhan dengan tetap menjaga kualitas lingkungan, diperlukan pembangunan berkelanjutan. Tantangan yang muncul adalah menyediakan jasa lingkungan dasar untuk melindungi kesehatan masyarakatnya. Pemerintah Kabupaten Jombang sejak tahun 2016 telah merencanakan pengelolaan sampah dengan membangun bank sampah yang mampu menampung sampah di Kabupaten Jombang. Akan tetapi pemerintah masih mengalami banyak kendala. Pengelolaan bank sampah memerlukan dana

yang besar dan juga lahan yang luas. Hal inilah yang menjadi PR bagi Pemerintah Kabupaten Jombang.

Menurut data dari Dinas Lingkungan Hidup (DLH) Kabupaten Jombang, sampah di Kabupaten Jombang sebanyak 550 ton per hari. Sedangkan DLH hanya mampu mengelola 110 ton Limbah per hari yang berada di lingkungan perkotaan dan masuk ke TPA (Tempat pengolahan akhir). Dari 110 ton tersebut, Limbah yang bisa terpilah sekitar 30 ton, sisanya masuk *landfill*.

“artinya dari 550 ton Limbah, yang tertangani hanya 110 ton. Dan sisanya, yakni 440 ton sampah, ini merupakan PR pemerintah daerah.” Tandasnya. (dikutip dari <https://kabarjombang.com/peristiwa/masih-tertangani-110-ton-per-hari-dlh-jombang-sampah-belum-jadi-prioritas-utama-pemkab/> diakses pada tanggal 09 Mei 2022 pukul 08.45 WIB)

Tempat Pengolahan Akhir (TPA) yang dijadikan sebagai tempat pemusnahan Limbah bagi Kabupaten Jombang dirasakan kurang efektif karena selain biaya operasionalnya yang sangat besar juga memerlukan lahan yang luas. Jika produksi Sampah masyarakat Kabupaten Jombang meningkat setiap harinya, tentunya pemerintah harus memikirkan alternative lain dalam mengolah sampah di Jombang. Aktivitas yang dapat dilakukan di TPA Banjardowo Jombang ini adalah pengolahan Limbah menjadi kompos dan pencacahan Limbah plastic/*Sanitary Landfill*.

Keberadaan bank sampah ini diharapkan semakin tahun semakin berkembang untuk tiap desa di wilayah Kabupaten Jombang mengingat bank sampah saat ini adalah salah satu cara yang paling efektif untuk mereduksi timbulan limbah dari sumbernya. Hal ini sesuai dengan program Bupati Jombang Jawa Timur yaitu “1 desa 1 bank sampah”. Dengan adanya bank

sampah maka secara tidak langsung akan meningkatkan kesadaran masyarakat untuk merubah pola hidup dan kebiasaan harian menjadi berwawasan lingkungan dan tidak banyak menghasilkan limbah. Ada sekitar 100 bank sampah dan 3 (tiga) Tempat pembuangan akhir di Kabupaten Jombang.

Tingginya potensi sampah di Kabupaten Jombang mendasari munculnya Sanggar Hijau Indonesia. Komunitas sosial yang saat ini telah menjadi Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) berfokus pada kondisi sosial lingkungan yang muncul di Indonesia Khususnya di Kabupaten Jombang. Sanggar Hijau Indonesia menciptakan inovasi yang kreatif dalam menangani limbah yang ada di Kabupaten Jombang. Dalam hal ini Sanggar Hijau Indonesia berkolaborasi dengan Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Jombang serta memanfaatkan peran pemuda untuk berkontribusi dalam upaya menciptakan lingkungan bebas Plastik.

Pada tahun 2015, Shanti Ramadhani mendirikan Sanggar Hijau Indonesia sebagai wadah para pecinta lingkungan untuk berinovasi. Berdirinya Sanggar Hijau Indonesia ini berawal dari keresahan terhadap Limbah plastik yang hampir tersebar di segala tempat. Kemudian muncul ide bagaimana plastik-platik bekas dapat diubah menjadi barang bermanfaat dan memiliki nilai jual yang tinggi. Sanggar Hijau Indonesia berfokus pada lingkungan ekologis. Pada awalnya Sanggar Hijau Indonesia dalam membuat inovasi-inovasi berbasis lingkungan dengan beraktivitas di rumah pribadi. Pada saat itu Sanggar Hijau Indonesia telah menghasilkan berbagai macam olahan barang bekas seperti tas, dompet, dll. Akan tetapi prroduk olahan tersebut

membutuhkan proses yang lama, karena tidak semua masyarakat dapat menjahit. Akhirnya muncul program Ecobrick.

Sanggar Hijau Indonesia menciptakan program kampanye sosial Ecobrick sebagai solusi penanganan plastik bekas. Visi Ecobrick adalah cara seru kita untuk mulai beraksi saat ini dalam menghentikan polusi dan mulai membayangkan cara hidup yang lebih sehat bersama lingkungan kita. Ecobrick memberi kita wadah untuk memilah dan menempatkan plastik. Ecobrick adalah botol PET yang dikemas padat dengan plastik bekas yang bersih dan kering. Ecobrick dibuat secara manual dengan kepadatan tertentu untuk menyerap plastik. Dengan cara ini, Ecobrick menjaga plastik agar tidak terdegradasi menjadi racun dan mikroplastik. (Ecobrick.org)

Ecobrick mampu dimanfaatkan dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Pemanfaatan dalam jangka pendek misalnya, furnitur lego, unit modular, dan ruang terbuka. Ecobrick juga dapat digunakan dalam jangka panjang di taman dan bangunan tanah.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Gambar 3
Hasil pemanfaatan *Ecoricks* Jangka Pendek



Sumber : Dokumentasi Sanggar Hijau Indonesia

Gambar 4
Hasil pemanfaatan *Ecoricks* Jangka Panjang



Sumber : Dokumentasi Sanggar Hijau Indonesia

Visioning memberi kita ruang untuk membayangkan betapa indah lingkungan sekitar kita nantinya. Bagaimana pun juga, pemikiran sempit dan tidak imajinatif adalah pangkal penyebab polusi. Ecobrick memungkinkan kolaborasi bersama siswa, orangtua, dan staf untuk menciptakan ruang hijau yang indah tanpa biaya mahal: taman bermain, kebun, dan hutan makanan. Sesuai firman Allah Swt. dalam Q.S Al-Jatsiyah Ayat 13 dimana Allah memerintahkan manusia menggunakan Akalnya untuk berpikir secara kreatif dan imajinatif.

وَسَخَّرَ لَكُمْ مَّا فِي السَّمٰوٰتِ وَمَا فِي الْاَرْضِ جَمِيعًا مِّنْهُ ۗ اِنَّ فِيْ ذٰلِكَ لَءٰيٰتٍ لِّقَوْمٍ يَّتَفَكَّرُوْنَ

Artinya: “Dan Dia telah menundukkan untukmu apa yang di langit dan apa yang di bumi semuanya, (sebagai rahmat) daripada-Nya. Sesungguhnya pada yang demikian itu benar-benar terdapat tanda-tanda (kekuasaan Allah) bagi kaum yang berfikir.” Q.S Al-Jatsiyah:13

Syeikh Abdurrahman bin Nashir as-Sa’di merupakan ulama tafsir pada abad 14 H. Beliau menjelaskan dalam tafsirnya bahwa semua karunia dan kebaikan Allah SWT dibutuhkan daya upaya manusia agar bisa mensyukuri nikmatnya serta mendayagunakan akal pikirannya untuk mentadabburi tanda-tanda kebesaran dan berbagai hikmah yang diturunkan Allah SWT. Karena itulah Allah menyatakan dalam firmannya, “sesungguhnya pada yang demikian itu benar-benar terdapat tanda-tanda kekuasaan Allah bagi kaum yang berpikir”. Bisa diambil hikmah, bahwa semua penciptaan dan segala aturannya itu menandakan terlaksananya suatu kehendak dan kesempurnaan hanya atas kuasa Allah SWT.

(<https://tafsirweb.com/9505-surat-al-jatsiyah-ayat-13.html>)

Dari ayat di atas sudah jelas menerangkan bahwa Allah Swt. memerintahkan manusia untuk berpikir menggunakan akal. Kita telah diberikan akal yang mampu difungsikan untuk membedakan sesuatu yang benar dan salah, bersih dan kotor, bermanfaat dan bermudharat. Dengan demikian manusia juga mampu berpikir untuk bertindak agar tidak merusak lingkungan dengan limbah dari aktivitas sehari-harinya. Akan tetapi mampu memanfaatkan kembali atau mendaur ulang Limbah menjadi benda yang lebih berguna.

Pengolahan Limbah plastik yang dilakukan oleh LSM Sanggar Hijau Indonesia ini menunjukkan manusia mampu memfungsikan akal yang telah diberikan Allah Swt., kita tidaklah berdiri sendiri di alam ini. Kita dapat memfungsikan baik dengan merenung atau berfikir atau menggunakan akal akan hal-hal tersebut. Semua yang ada di Bumi ini ada yang menciptakan. Tumbuhan Alam, Hewan, bahkan benda-benda mati juga ada penciptaannya. Dengan demikian kita akan sadar untuk menjaga lingkungan Hidup dan segala ciptaan-Nya.

Keterlibatan seluruh elemen masyarakat maupun pemerintah dalam menangani limbah plastik yang ada sangat diperlukan sebagai wujud lingkungan yang sehat dan hijau. Keberhasilan dari program ini juga sangat dipengaruhi oleh partisipasi keterlibatan masyarakat. Karena potensi meningkatnya Limbah plastik berawal dari pola konsumtif masyarakat. Sebagai upaya dan bentuk kepedulian terhadap masalah lingkungan yang diakibatkan oleh Limbah yang menumpuk di Indonesia, Sanggar Hijau

Indonesia melakukan kampanye sosial kepada masyarakat agar dapat mendaur ulang atau memanfaatkan kembali Limbah plastik melalui program Ecobrick. Sesuai firman Allah Swt. dalam Q.S An-Nahl Ayat 125 dimana Allah memerintahkan manusia untuk mengajak melakukan tindakan baik melalui pembicaraan yang baik pula sesuai dengan karakter komunikannya.

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ
أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya : “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk”.(QS An-Nahl : 125)

Dalam surah An-Nahl ayat 125 tafsir Al-Muyassar/ Kementerian Agama Saudi Arabia menjelaskan seruan Nabi Muhammad SAW kepada para pengikutnya agar menaati agama dan jalan Allah yang lurus dengan cara bijaksana yang telah diwahyukan kepadanya melalui Al Qur’an dan Sunnah. Dan agar menyampaikan kepada umatnya dengan cara yang baik sesuai dengan kondisi mereka, serta menasehati mereka agar terdorong untuk mengerjakan kebaikan dan meninggalkan keburukan. Dan agar melawan mereka dengan perlawanan yang terbaik yaitu lemah lembut, sebab tugasmu hanya sebatas menyampaikan. Jika sudah disampaikan dengan cara yang terbaik, maka hidayah bagi mereka hanya atas kuasa Allah SWT. Karena Allah lah yang maha tau atas hambanya yang tersesat dan

mana yang akan mendapatkan hidayahnya. (<https://tafsirweb.com/4473-surat-an-nahl-ayat-125.html>)

Kampanye sosial merupakan bentuk komunikasi yang efektif untuk mengedukasi masyarakat melalui pesan-pesan penting. Selama ini banyak inovasi, ide, gagasan, yang bersifat sosial yang terdapat pada kampanye sosial. Kampanye atau yang biasa dikenal dengan propaganda memiliki kesamaan karena keduanya memang merupakan wujud dari tindakan komunikasi yang terencana dan sama-sama ditunjukan untuk mempengaruhi khalayak.

Berangkat dari masalah yang telah dipaparkan di atas, tidak banyak orang yang mempunyai kepedulian dalam mengelola limbah. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam tentang “**Komunikasi Persuasif Sanggar Hijau Indonesia Dalam Meningkatkan Kesadaran Ekologis Lingkungan**” pada Program Kampanye Sosial Ecobrick di Kabupaten Jombang Jawa Timur.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan yang sudah dipaparkan di atas, maka dapat dirumuskan pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah Bagaimana peranan Komunikasi Persuasif dalam meningkatkan kesadaran ekologis lingkungan pada program Kampanye Sosial Ecobrick yang dilakukan Sanggar Hijau Indonesia di Kabupaten Jombang Jawa Timur?

C. Tujuan

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui peranan Komunikasi Persuasif dalam meningkatkan kesadaran ekologis lingkungan pada program Kampanye Sosial Ecobrick yang dilakukan oleh Sanggar Hijau Indonesia di Kabupaten Jombang Jawa Timur.

D. Manfaat

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis yang peneliti harapkan adalah mampu memberikan pengetahuan dan sumbangan masyarakat tentang Komunikasi persuasif. Selain itu sebagai wujud apresiasi dari usaha pengembangan intelektual seorang mahasiswa dalam menangani berbagai situasi dan kondisi yang sedang terjadi di lingkungan sekitar, khususnya fenomena kerusakan lingkungan.

2. Manfaat praktis

Manfaat praktis yang peneliti harapkan adalah dapat bermanfaat untuk :

- a. Peneliti Selanjutnya, Memberikan informasi serta pengetahuan tentang komunikasi persuasif Kampanye Sosial tentang kesadaran Ekologis lingkungan yang dilakukan oleh Sanggar Hijau Indonesia pada Program Ecobrick.
- b. Sanggar Hijau Indonesia, Menjadi salah satu rekomendasi dalam mengembangkan komunikasi persuasif pada program Ecobrick

dalam meningkatkan kesadaran ekologis masyarakat khususnya di Kabupaten Jombang Jawa Timur.

E. Telaah Pustaka

Dalam sebuah penelitian perlu melakukan peninjauan Pustaka guna meninjau penelitian terdahulu yang relevan dengan topik yang diangkat hal ini bertujuan sebagai refrensi dan bahan informasi. Dalam penelitian ini, tinjauan Pustaka yang digunakan oleh peneliti, yaitu :

1. Penelitian oleh Nur Aeni Arifa, Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY). Pada Skripsi yang Berjudul “*Mengkampanyekan Pengelolaan Sampah Mandiri Dengan Metode 3R (Reduce, Reuse, Recycle) terhadap perubahan perilaku masyarakat Yogyakarta*”. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan metode penelitian studi kasus. Menggunakan Teknik wawancara dan menggunakan studi pustaka (mereduksi data, penyajian data, kesimpulan dan uji validitas data). Penelitian tersebut dilaksanakan di Kantor Badan Lingkungan Hidup Kota Yogyakarta. Hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa strategi kampanye yang dilakukan oleh badan lingkungan hidup sangat tepat. DLH Kota Yogyakarta menggunakan strategi kampanye satu arah dan dua arah tersebut saling melengkapi.
2. Penelitian oleh Erlin Kasuma, Hairunnisa , Nurliah. Jurusan Ilmu Komunikasi UnMul yang berjudul “*Strategi Komunikasi Dinas Lingkungan Hidup Balikpapan Pada Program Halte Sampah Di*

Kelurahan Gunung Bahagia". Hasil penelitian menunjukkan bahwa DLH Kabupaten Balikpapan menyusun strategi dengan membentuk tim sosialisasi yang disampaikan kepada masyarakat pemukiman, bisnis dan sekolah pada area kelurahan Gunung Bahagia. DLH memberdayakan perwakilan warga untuk menjadi kader lingkungan. Setelah disosialisasikan DLH Kabupaten Balikpapan melakukan evaluasi strategi.

3. Penelitian oleh Polikarpus Manase Mana, Hafied Cangara, Muhadar dari universitas Hasanuddin yang berjudul *"Strategi Komunikasi Kampanye Pengendalian Minuman Beralkohol (Perda Nomor 11 Tahun 2012) Oleh Pemerintah Kabupaten Sikka"*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam kampanye pengendalian minuman beralkohol di Kabupaten Sikka sesuai dengan Perda Nomor 11 Tahun 2012, Pemerintah Kabupaten Sikka tidak melalui suatu perencanaan komunikasi yang baik dan kompherensif. Komunikator kampanye lebih berdasarkan pada tugas pokok dan fungsi institusi terkait. Pola komunikasi bersifat linear. Tidak melakukan identifikasi dan segmentasi khalayak. Kampanye mengalami hambatan baik yang dialami oleh pemerintah maupun masyarakat. Perlu adanya suatu model perencanaan komunikasi yang komperhersif dengan melibatkan semua stakeholder, serta memahami unsur unsur komunikasi dalam kampanye.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Alna Hanana, Novi Elian dan Revi Marta yang berjudul “*Strategi Komunikasi Persuasif Dalam Menciptakan Masyarakat Sadar Wisata Di Kawasan Wisata Pantai Padang, Kota Padang*”. Hasil penelitian ini adalah Strategi komunikasi persuasif berupa pembentukan pokdarwis. Pokdarwis adalah kombinasi dari empat elemen komunikasi yang dapat dimaksimalkan dalam mencapai tujuan masyarakat sadar wisata. Pokdarwis adalah agent of change atau komunikator. Kemudian juga berperan sebagai media komunikasi. Pesan persuasif berupa informasi pariwisata seluasnya yang dapat diakses oleh masyarakat dengan memanfaatkan media dan teknologi informasi.



Secara ringkas, telaah pustaka sebagai acuan penelitian ini dapat dilihat

pada tabel berikut ini :

Tabel 1
Telaah Pustaka

No	Nama & Judul	Hasil	Perbedaan	Persamaan
1	Nur Aeni Arifa, Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY) “Mengkampanyekan Pengelolaan Limbah Mandiri Dengan Metode 3R (Reduce,Reuse,Recycle) terhadap perubahan perilaku masyarakat Yogyakarta)”	Hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa strategi kampanye yang dilakukan oleh badan lingkungan hidup sangat tepat. DLH Kota Yogyakarta menggunakan strategi kampanye satu arah dan dua arah tersebut saling melengkapi.	Perbedaan dari kedua penelitian ini terletak pada objek yang sedang diteliti dan teknik pengumpulan data yang dipakai .	Persamaan dengan penelitian ini terletak pada topik yang diangkat yaitu tentang kampanye sosial lingkungan
2	Erlin Kasuma, Hairunnisa, Nurliah Jurnal Ilmu Komunikasi unmul 2022. Vol. 10. No. 2. “Strategi Komunikasi Dinas Lingkungan Hidup Balikpapan Pada Program Halte Sampah Di Kelurahan Gunung Bahagia”	Hasil penelitian menunjukkan bahwa DLH Kabupaten Balikpapan menyusun strategi dengan membentuk tim sosialisasi yang disampaikan kepada masyarakat pemukiman,bisnis dan sekolah pada area kelurahan Gunung Bahagia. DLH memberdayakan perwakilan warga untuk menjadi kader lingkungan.	Perbedaan dari penelitian penulis adalah pada teori yang dipakai untuk menganalisa strategi komunikasi yang digunakan	Persamaan dengan penelitian ini terletak pada topik yang diangkat yaitu tentang komunikasi lingkungan
3	Manase Mana, Polikarpus, Hafied Cangara dan Muhadar Jurnal Komunikasi KAREBA 2014. Vo. 3 No.2	Hasil Penelitian menjelaskan bahwa dalam kampanye pengendalian minuman beralkohol di Kabupaten Sikka sesuai dengan Perda Nomor 11 Tahun 2012, Pemerintah Kabupaten Sikka tidak melalui suatu perencanaan	Perbedaan dari penelitian penulis adalah pada teori yang dipakai untuk menganalisa strategi kampanye yang	Persamaan dengan penelitian ini terletak pada topik yang diangkat yaitu tentang strategi komunikasi

	<p>“Strategi Komunikasi Kampanye Pengendalian Minuman Beralkohol (Perda Nomor 11 Tahun 2012) Oleh Pemerintah Kabupaten Sikka”</p>	<p>komunikasi yang baik dan komperhensif.</p> <p>Komunikator kampanye pada penelitian ini bersifat linier. Pola komunikasi lebih berdasarkan pada tugas pokok dan fungsi. Dijelaskan pula bahwa subjek dalam penelitian tidak melakukan tahapan-tahapan strategi komunikasi seperti identifikasi dan segmentasi khalayak sehingga kampanye yang dilakukan mengalami hambatan. Pemerintah Kabupaten Sikka perlu mengembangkan suatu model perencanaan yang komperhensif serta memahami unsur-unsur khalayak dalam proses kampanye.</p>	<p>digunakan.</p> <p>Selain itu penelitian ini berfokus pada hambatan yang dialami</p>	<p>dalam kampanye</p>
4	<p>“Strategi Komunikasi Persuasif Dalam Menciptakan Masyarakat Sadar Wisata Di Kawasan Wisata Pantai Padang, Kota Padang” ditulis oleh, Alna Hanana, Novi Elian, dan Revi Marta</p> <p>Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Andalas 2017. Vol. 6, No.1</p>	<p>Hasil penelitian ini adalah Strategi komunikasi persuasif berupa pembentukan pokdarwis. Pokdarwis adalah kombinasi dari empat elemen komunikasi yang dapat dimaksimalkan dalam mencapai tujuan masyarakat sadar wisata. Pesan persuasif berupa informasi pariwisata seluasnya yang dapat diakses oleh masyarakat dengan memanfaatkan media dan teknologi informasi.</p>	<p>Perbedaan dengan penelitian penulis adalah pada objek penelian</p>	<p>Persamaan dengan penilitian penulis terletak pada strategi komunikasi yang digunakan yaitu strategi komunikasi persuasif</p>

Sumber : Olahan Peneliti

F. Landasan Teori

1. Komunikasi Persuasif

Komunikasi adalah proses atau tindakan seseorang atau beberapa orang, kelompok, organisasi menyampaikan pesan dari pengirim ke penerima melalui suatu media atau channel dengan maksud untuk mendapatkan feedback perubahan. tujuan komunikasi tidak hanya untuk memberikan informasi, akan tetapi juga bertujuan untuk mempengaruhi orang lain. Sehingga komunikasi berguna untuk merangsang minat dan menggerakkan masyarakat dalam melakukan suatu tindakan atau mendidik perilaku..

Tindakan untuk mempengaruhi adalah tindakan persuasif. Dengan demikian dijelaskan komunikasi persuasif merupakan Komunikasi untuk mempengaruhi pemikiran dan perbuatan seseorang hubungan antara aktivitas pembicara dan pendengar melalui perantara pendengaran dan penglihatan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa persuasif adalah suatu tindakan komunikasi yang ditujukan untuk mengubah atau mempengaruhi sikap kepercayaan dan perilaku khalayak sehingga sesuai dengan apa yang diharapkan komunikator.

Komunikasi persuasif sebagai upaya mempengaruhi opini, pendapat, sikap atau perilaku seseorang tentunya membutuhkan suatu proses dan strategi. Persuasi secara inheren terkandung dalam kampanye. Dengan demikian, setiap tindakan kampanye pada prinsipnya adalah tindakan persuasi. Akan tetapi tindakan persuasif dalam kampanye berbeda

dengan tindakan persuasif perorangan. Tindakan persuasif dalam kampanye diterapkan di dunia nyata yang kompleks dan dinamis dimana khalayak sasaran hampir tidak mungkin dikontrol. Analisis praktik persuasi kampanye juga menyoroti pada tataran sistem sosial. (Antarvenus, 2019)

Dalam prakteknya ada beberapa model yang digunakan dalam komunikasi persuasif pada kegiatan kampanye. Salah satunya adalah teori tahapan perubahan (*stage of change*) atau dikenal dengan *transtheoretical model* yang dikemukakan oleh James Prochaska, John Norcross dan Carlo DiClemente (1994). Teori ini menggambarkan bahwa seseorang dianggap berhasil dan permanen mengadopsi suatu perilaku bila telah melalui lima “tahapan perubahan”. (Antar venus, 2019)

Transtheoretical model akan sangat membantu dalam menganalisis jenis khalayak serta membuat pesan-pesan yang sesuai untuk setiap jenis khalayak. Tahapan-tahapan dalam teori ini dijelaskan sebagai berikut :

a. *Precontemplation* (praperenungan);

Proses *precontemplation* (praperenungan) menjadi tahapan awal agar mendapat perhatian dari khalayak *persuadee*. Pada tahap ini *persuadee* belum mempunyai kepedulian terhadap masalah potensial yang akan ia hadapi serta tidak menyadari risiko yang akan menimpa dirinya. Maka komunikator harus memiliki strategi untuk menumbukan kesadaran khalayak kan masalah tersebut.

b. *Contemplation* (perenungan);

Tahapan perenungan menjadi hal yang harus diperhatikan dalam menyusun strategi persuasif. Hal ini dikarenakan seorang *persuadee* diharapkan mampu menyadari bahwa dirinya mungkin saja mempunyai risiko dari masalah yang ada, ini kemudian memunculkan kesadaran akan perlunya melakukan suatu tindakan yang berhubungan dengan masalah tersebut. Pada tahap ini pesan-pesan kampanye hendaknya ditekankan pada tekanan sosial untuk mengubah perilaku.

c. *Preparation* (persiapan);

Setelah melalui tahapan perenungan, dalam menyusun strategi persuasif komunikator hendaknya mampu membawa *persuadee* untuk melakukan hal hal tersebut. Sehingga khalayak dapat memutuskan bahwa dirinya harus melakukan suatu tindakan dan belajar mengenai hal-hal apa saja yang perlu dilakukan. Untuk dapat menggerakkan khalayak agar melaksanakan perilaku tersebut amak pesan kampanye harus dikemas untuk meminimalisasi persepsi khalayak mengenai rintangan-rintangan yang akan ia hadapi.

d. *Action* (tindakan);

Dalam banyak kasus, kadang manusia menunda perubahan sikapnya setelah mendapat dan memahami sebuah pesan/informasi. Untuk dapat memastikan seorang *persuadee* menerima pesan dengan baik. Seorang komunikator hendaknya mengajak *persuadee* untuk melaksanakan perilaku

tersebut. Ini dapat dikatakan sebagai tahap percobaan untuk mengetahui sejauh mana kegunaan yang diperoleh. Penguatan positif harus dilakukan agar khalayak *persuadee* tersebut mau melakukannya lagi.

Dalam proses melakukan komunikasi ada landasan yang harus dipahami, karena pada prinsipnya komunikasi dalam hal ini tidak sebebaskan seperti melakukan proses komunikasi biasa. Komunikasi persuasif memiliki tujuan tersendiri dilihat dari pembicaraan persuasif itu sendiri. Ada empat prinsip yang dapat dimanfaatkan. Pada prinsip tersebut memiliki keberhasilan mengubah sikap, mengajak sasaran persuasi, kepercayaan dalam membuat sesuatu sesuai kehendak persuader. Menurut Little John dan Jabusch bahwa prinsip dari persuasif terdiri dari:

1) Prinsip Pemaparan Selektif

Pada prinsip pemaparan selektif menyatakan bahwa pendengar (khalayak). Mengikuti hukum pemaparan selektif, memiliki dua bagian yang pertama pendengar secara aktif mencari-cari informasi dengan dukungan opini, nilai, kepercayaan, perilaku dan keputusan mereka. Kedua pendengar secara aktif menghindari perbedaan informasi, dengan sikap, opini, kepercayaan, nilai dan perilaku mereka sekarang.

2) Prinsip Partisipasi Khalayak

Maksud dari khalayak adalah sasaran persuasif atau komunikan. Komunikasi Persuasif bisa efektif apabila khalayak ikut

andil pada proses komunikasi. Saling terlibat antara pembicara yang bersifat transaksional. Dapat dikatakan berhasil komunikasi persuasifnya bila pesan yang disampaikan kepada persuader memiliki respon positif sesuai dengan sasaran persuasif, lalu persuader melayani respon yang dibuat sehingga khalayak akan aktif melalui interaksi tersebut.

3) Prinsip Besaran Perubahan

Prinsip tersebut menyatakan bahwa semakin penting dan semakin besar perubahan yang diinginkan persuader, maka tantangan yang dihadapi oleh persuader semakin besar untuk mencapai tujuannya, yaitu perilaku sasaran, opini dan mengubah sikap persuasif.

4) Prinsip Inokulasi

Prinsip tersebut membicarakan mengenai sasaran persuasif yang telah mengetahui persuader dan telah menyiapkan argumen untuk menentang persuader. Sasaran persuasif banyak berbagai macam karakter yang berbeda-beda. Dengan begitu, persuader memiliki tantangan yang besar perlu menyiapkan argumen yang matang. Sehingga dapat membalas dan menjawab argumen dari sasaran persuasif yang sifatnya menentang pada proses komunikasi persuasif yang akan dilakukan.

e. *Maintenance* (penguatan);

Pada tahap ini, pesan harus dapat menguatkan dan memberikan pengetahuan mengenai cara-cara mempertahankan komitmen dengan memberikan rancangan tujuan dan bagaimana menghadapi rintangan rintangan yang mungkin terjadi.

Tahapan ini merupakan suatu proses sebelum komunikan atau *persuadee* akhirnya memutuskan untuk merubah sikapnya, setelah mendapatkan paparan informasi atau argumen atau persuasi dari komunikator. Oleh karena itu Komunikasi persuasif dapat di artikan suatu proses mempengaruhi sikap, pendapat, serta perilaku dengan cara yang halus sehingga timbul kesadaran untuk berubah mengikuti apa yang dikatakan *persuader* atau orang yang mempersuasi.

Unsur-unsur dalam Komunikasi Persuasif menurut Sumirat & Suryana (Antar venus, 2019) adalah :

1) *Persuader*

Persuader adalah orang dan atau sekelompok orang yang menyampaikan pesan dengan tujuan untuk mempengaruhi sikap, pendapat dan perilaku orang lain, baik secara verbal maupun nonverbal.

2) *Persuadee*

Persuadee adalah orang dan atau kelompok orang yang menjadi tujuan pesan itu disampaikan/disalurkan oleh *persuader*/komunikator baik secara verbal maupun nonverbal.

3) Persepsi

Persepsi *persuadee* terhadap persuader dan pesan yang disampaikannya akan menentukan efektif tidaknya komunikasi persuasif yang terjadi. Persepsi menurut Mar'at (dalam Sumirat & Suryana, 2014) merupakan proses pengamatan seseorang yang berasal dari komponen kognisi. Persepsi dipengaruhi oleh faktor-faktor pengalaman, proses belajar, cakrawala, dan pengetahuan seseorang.

4) Pesan Persuasif

Pesan persuasif dipandang sebagai usaha sadar untuk mengubah pikiran dan tindakan dengan memanipulasi motif-motif ke arah tujuan yang telah ditetapkan. Makna memanipulasi dalam pernyataan tersebut bukanlah mengurangi atau menambah fakta sesuai konteksnya, tetapi dalam arti memanfaatkan faktum-faktum yang berkaitan dengan motif-motif khalayak sasaran, sehingga tergerak untuk mengikuti maksud pesan yang disampaikan kepadanya.

5) Saluran Persuasif

Saluran merupakan perantara ketika seorang *persuadee* mengoperkan kembali pesan yang berasal dari sumber awal untuk tujuan akhir. Saluran (*channel*) digunakan oleh persuader untuk berkomunikasi dengan berbagai orang, secara formal maupun non formal, secara tatap muka (*face to face communication*) ataupun bermedia (*mediated communication*).

Persuasi merupakan sebuah proses komunikatif untuk mengubah kepercayaan, sikap, tujuan, atau perilaku seseorang dengan menggunakan sebuah pesan-pesan verbal dan nonverbal, yang dilakukan, baik secara sengaja maupun tidak sengaja. Sebagai suatu proses komunikasi, persuasi harus mencakup paling sedikit tiga unsur: komunikator, pesan, dan komunikan (penerima). Dan pesan persuasi dengan menggunakan sebuah lambang ataupun pun mutlak harus dimengerti oleh para pelaku persuasi (persuasion actors) itu. Persuasi mendorong untuk terus berkomunikasi dalam rangka penyamaan pandangan yang memang berbeda dalam rangka pembuatan sebuah keputusan pribadi maupun kelompok atau organisasi. Komunikasi memungkinkan para pengirim pesan yang bertindak sebagai penyampai pesan terhadap penerima pesan yang diharapkan akan berubah terhadap pikiran dan perilakunya tersebut (Liliweri, 2011).

Efek dari komunikasi persuasi merupakan sebuah perubahan yang terjadi pada diri penyampai pesan sebagai sebuah akibat dan diterimanya pesan tersebut melalui proses komunikasi, efek yang terjadi bisa saja berbentuk sikap yang berubah, pendapat dan tingkah laku. Persuasi menyebutkan bahwa ada sebuah kategori atau kelas pada suatu pesan tertentu jika dirancang sedemikian rupa hanya untuk mempengaruhi keyakinan, kepercayaan, dan perilaku orang lain. Pengakuan seseorang terhadap fungsi persuasi komunikasi terjadi jika merasa tampilan pesan itu memiliki motif dan pesan tertentu. Fungsi dari sebuah komunikasi

persuasi sangat berperan dalam relasi antar personal. Kebanyakan diantaranya individu kurang menyadari betapa sering mempersuasi seseorang atau kelompok bila membutuhkan sesuatu. Terkadang, orang yang sedang melakukan persuasi pun juga terpengaruh dan merespon berbagai peristiwa hanya karena cenderung menganggap belum tentu semua pesan mempersuasi orang lain (Hefni, 2015).

Robert Cialdini di dalam bukunya tentang persuasi yang disampaikan ulang oleh Liliweri (2011) menjabarkan ke-6 prinsip yang mempengaruhi sebuah persuasi, sebagai berikut:

a. Reciprocation.

Kondisi dimana seseorang lebih cenderung kembali pada keadaan yang aman dan menyenangkan.

b. Commitment and Consistency.

Merupakan keadaan pada saat seseorang berkomitmen, saat itu pula ia beranggapan bahwa dirinya benar.. Jadi seseorang akan lebih senang apabila keberadaannya dihargai daripada komitmen yang dibuat dilanggar, karena sebagai bentuk konsistensi utamanya sebagai manusia. Dalam hal ini, berkomitmen sangat memiliki harga tinggi dalam berhubungan. Harapannya persuasi yang dilakukan harus lebih memperhatikan konsisten dan komitmen.

c. Social Proof.

Bisa disama artikan “daya tahan sosial”, menjabarkan bahwa seseorang yang ada pada sebuah kelompok yang mempunyai koneksi

yang senasib dan sepadan dengan kelompok tersebut. Kesamaan nasib tersebut yang dapat memicunya sebagai “daya tahan sosial” agar dapat menghadapi segala bentuk dari sebuah tantangan,, gangguan juga ancaman dari luar yang bisa menghancurkan sebuah kelompok.

d. Authority

Pada hal ini individu cenderung mematuhi dan menaati sebuah peraturan atau orang yang memiliki kedudukan paling tinggi pada sebuah kelompok sekalipun mereka dipaksa untuk melakukan sesuatu yang tidak mereka sukai.

e. Liking

Dalam hal ini, individu akan lebih mudah dikuasai dengan komunikasi persuasinya sebab, mereka menyukai orang tersebut.

f. Scarcity

Hal yang langka juga menjadi salah satu faktor pemicu mudahnya orang dipersuasi, sebab mereka tahu bahwa yang mereka cari tidak mudah untuk didapatkan.

Sebelum melakukan komunikasi persuasif, hal yang paling penting diperhatikan adalah menganalisa kredibilitas sumber/komunikator, mengkaitkan dengan komunikan serta penyusunan pesan berdasarkan faktor-faktornya. Hal ini dapat ditinjau melalui analisis pada *theory intrumental of persuasion* dari Hovland, Janis and Kelly. Teori ini didasarkan pada proses belajar persuasi yang dimiliki komponen-komponen yang sama dengan model SOR (Stumulus-Organism-Response). Hovland,

Janis dan Kelly mendefinisikan, komunikasi persuasi sebagai suatu proses ketika individu (komunikator) mengirimkan stimulus secara verbal untuk mengubah perilaku individu lain. Dalam model tersebut terdiri dari tiga komunikasi yaitu stimuli, intervening, dan response.

Stimuli berupa karakteristik situasi komunikasi yang terdiri dari factor-faktor sumber, pesan, dan audiens. Proses perantara (intervening process) yaitu berupa perhatian, pemahaman dan penerimaan turut mempengaruhi efek komunikasi. Efek komunikasi dinilai sebagai respon dengan perubahan opini, perubahan persepsi, perubahan afeksi, dan perubahan tindakan.

2. Kampanye Sosial

Kampanye adalah kegiatan komunikasi yang dilakukan secara terlembaga. Penyelenggara kampanye pada umumnya bukanlah individu melainkan lembaga atau organisasi. Dalam kampanye penyelenggara selalu memiliki tujuan yang sebelumnya telah direncanakan. Pesan-pesan kampanye juga terbuka untuk di diskusikan ataupun dikritisi. Hal ini dimungkinkan karena tujuan dan gagasan kampanye pada dasarnya mengandung kebaikan untuk publik.

Kampanye dapat diartikan sebagai tindakan (gerakan) untuk melawan ataupun mengadakan aksi. Menurut beberapa ahli kampanye juga memiliki arti yang berbeda-beda. Rogers dan Storey mendefinisikan kampanye sebagai serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan

menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu..

Sosial adalah segala perilaku manusia yang menghubungkan hubungan nonindividualis. Istilah tersebut sering disandingkan dengan cabang-cabang kehidupan manusia dan masyarakat dimanapun. Pengertian sosial ini merujuk kepada hubungan-hubungan manusia dalam kemasyarakatan, hubungan antar manusia dengan kelompok, serta hubungan manusia dengan organisasi untuk mengembangkan dirinya.

Kampanye sosial adalah tindakan komunikasi persuasif yang bertujuan akhir untuk mengubah cara pandang, yang kemudian dapat berlanjut menjadi perubahan dalam sikap atau perilaku, dan pada akhirnya melakukan suatu hal yang dianjurkan dalam pesan kampanye. Dalam mengelola kampanye sosial, tahap identifikasi permasalahan dibagi menjadi 3 kunci pokok, yakni pemahaman akan khalayak sasaran melalui pengembangan pemahaman akan interaksi sosial budaya, dan pemahaman akan pola pengumpulan informasi, serta pemahaman akan sistem pengambilan keputusan khalayak sasaran. Adapun dalam tahap pengembangan kampanye sosial, dibutuhkan kemampuan untuk mengolah pemahaman akan 3 aspek tersebut menjadi sebuah sistem pesan persuasi yang disematkan pada seperangkat media secara terintegrasi dengan tujuan yang spesifik.

3. Kesadaran Lingkungan

Kesadaran Lingkungan memberikan gambaran mengenai sejauh mana konsumen peduli terhadap masalah lingkungan (Wang dkk., 2020,). Gambaran ini menjadikan konsumen mengerti mengenai masalah lingkungan yang dihadapi dan merasa memiliki tanggung jawab untuk memperoleh produk yang ramah lingkungan. Oleh karena itu, Kesadaran Lingkungan memiliki pengaruh positif dengan lingkungan hidup.

Kesadaran lingkungan dipandang sebagai usaha dalam menumbuhkan kesadaran tiap individu untuk melestarikan agar hidup selaras dan damai dengan alam. Kerusakan lingkungan yang terjadi saat ini salah satunya dapat disebabkan oleh kurangnya kesadaran manusia dalam menjaga lingkungannya. Nilai yang terkandung dalam kesadaran lingkungan seperti nilai egoistik yang bertentangan dengan lingkungan dan melakukan perlawanan terhadap perlindungan lingkungan, nilai altruistik yang mengutamakan penghargaan terhadap lingkungan, dimana individu memiliki kewajiban moral terhadap lingkungan, dan nilai biosferik yang menekankan pada biosfer sehingga menimbulkan empati terhadap lingkungan (Stern and Dietz, 1994). Individu yang memiliki hubungan empati dengan alam cenderung memiliki nilai biosferik yang lebih tinggi dan nilai egoistik yang lebih rendah. (Swami et.al, 2010)

Teori kesadaran ekologis lingkungan dijelaskan menggambarkan sejauh mana seseorang memiliki tanggung jawab terhadap masalah lingkungan sekitarnya. Belum ada teori yang pasti yang menjelaskan tentang kesadaran

ekologis lingkungan. Akan tetapi menurut Shancez dan Lafuente (2010), ada beberapa tahapan sejauh mana seseorang peduli terhadap masalah lingkungan, diantaranya :

a. *Affective*

Hal ini berdasarkan pada nilai kepercayaan umum atau nilai yang ada di sekitar. Dimensi ini dapat diukur berdasarkan dukungan yang diberikan terhadap masalah lingkungan dan keyakinan mengenai urgensi sebuah masalah. Namun hal ini bisa dikarenakan pengalaman pribadi secara langsung terhadap masalah lingkungan. Dapat terlihat dari dukungan terhadap pandangan dunia mengenai masalah lingkungan, dukungan melakukan kegiatan pro-lingkungan, dan persepsi lingkungan sedang berada di masa yang genting.

b. *Dispositional*

Berdasarkan pada perilaku tertentu yang berhubungan dengan moral seperti halnya tanggung jawab individu kepada lingkungannya sehingga merasa penting untuk melakukan sebuah tindakan. Individu mau melakukan pengorbanan biaya guna terlibat pada gerakan perbaikan dari produk atau jasa yang sudah dikonsumsi. Namun masih berbentuk peran pasif terhadap lingkungan. Contohnya dengan setuju untuk membayar lebih supaya perusahaan dapat berkontribusi dalam penanaman pohon dari setiap produk yang konsumennya beli.

c. *Cognitive*

Berhubungan dengan tingkat informasi dan pengetahuan individu. Dapat diukur berdasarkan tingkat pengetahuan individu mengenai informasi lingkungan. Menurut Sanchez dan Lafuente (2010), dimensi kognitif bergantung pada sikap pribadi maupun umum yang terdapat pada dimensi afektif dan disposisi. Hal ini dikarenakan pengetahuan bergantung pada sikap pribadi dan keyakinan dunia yang ada di setiap individu. Kuncinya berada pada norma pribadi yang memandu pada nilai dan keyakinan peduli lingkungan.

d. *Active*

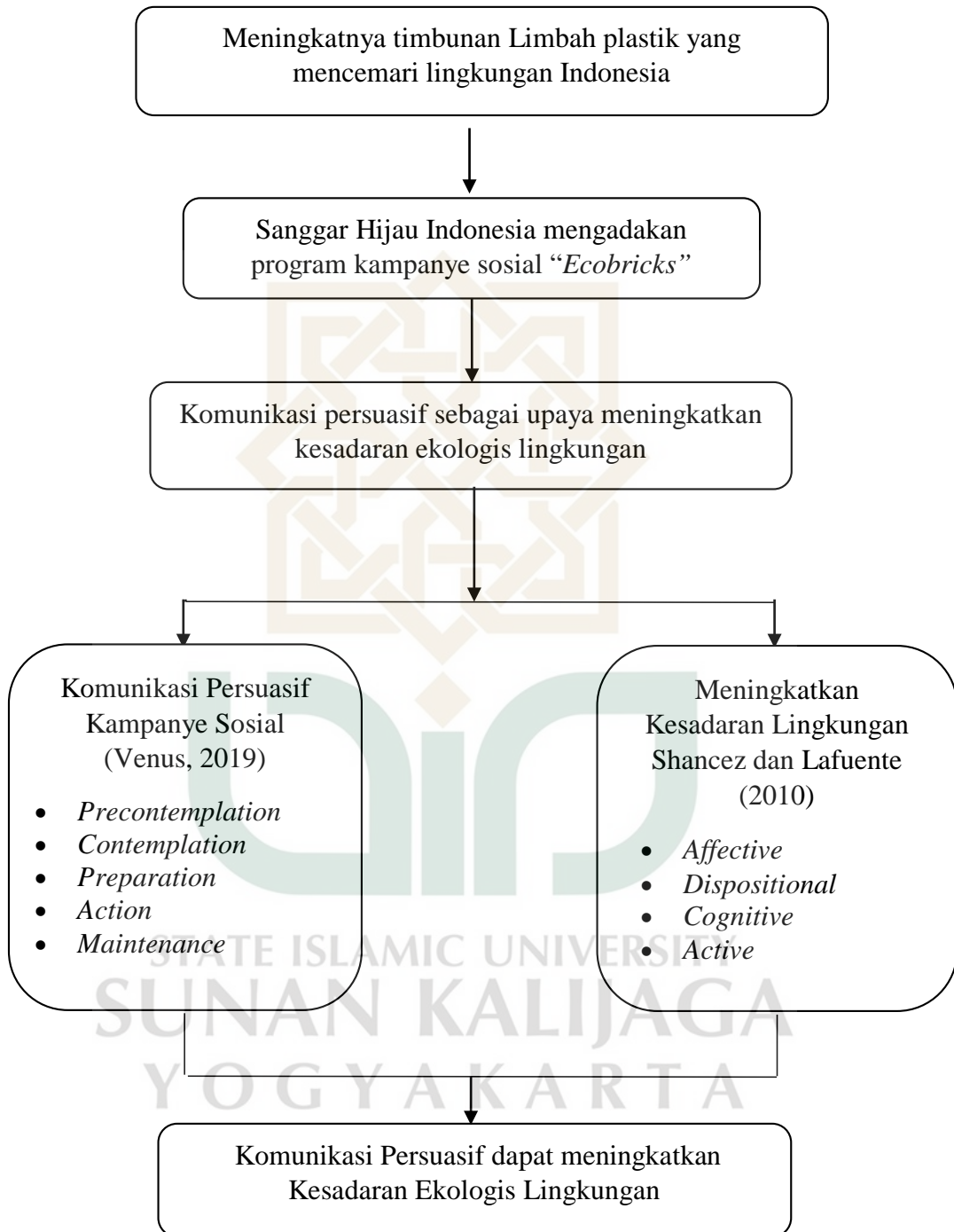
Menunjukkan perilaku pro-lingkungan melalui gerakan yang dilakukan. Dapat diukur berdasarkan tingkat keaktifan individu dalam mengikuti kegiatan pro-lingkungan. Oleh karena itu, Shancez dan Lafuente (2010,) menjabarkan perilaku tersebut dibagi menjadi tiga tipe berdasarkan kontribusi individu dalam kegiatan lingkungan yaitu:

- **Aktivisme lingkungan:** menunjukkan perilaku kolektif seperti bergabung dalam kelompok lingkungan, gerakan lingkungan, dan mengikuti kegiatan sukarela lingkungan.
- **Kebiasaan individu biaya rendah,** seperti menggunakan kembali produk atau kemasan, memilah Limbah, dan melakukan kegiatan daur ulang. Kegiatan mengompos masuk pada tipe ini.

- Kebiasaan individu biaya besar, seperti melakukan konsumerisme hijau atau pengurangan penggunaan mobil. Pembelian produk keberlanjutan masuk ke dalam tipe ini.

Lebih jelasnya dimensi tersebut dapat tergambar melalui model di atas. Model ini menjelaskan adanya hubungan antar dimensi bersifat dua arah saling memengaruhi. Seperti sikap pro-lingkungan dapat bertambah dan berkurang tergantung pada sikap pribadi seperti rasa tanggung jawab, nilai kepercayaan umum, dan pengalaman individu terhadap lingkungan. Dimensi *cognitive* dapat dipengaruhi oleh dimensi *affective* dan *dispositional*. Hal ini berdasarkan ketergantungan pada sikap pribadi dan keyakinan dunia yang kemudian menjadi pengetahuan individu. Ketiganya kemudian dapat memengaruhi dimensi *active*, begitu juga sebaliknya.

G. Kerangka Pemikiran



Sumber : Olahan Pribadi

H. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Menurut Kriyantono, 2006 penelitian deskriptif bertujuan untuk membuat deskripsi secara sistematis akurat dan faktual tentang fakta-fakta dan sifat populasi atau objek tertentu. Sifat penelitian kualitatif yang fleksibel memudahkan peneliti untuk melakukan penelitian sehingga data yang akan dihasilkan oleh peneliti berbentuk kata-kata atau gambar terkait.

Penelitian ini berfokus pada komunikasi persuasif kampanye sosial Ecobrick yang dipakai sebagai upaya untuk meningkatkan kesadaran ekologis khususnya masyarakat di Kabupaten Jombang Jawa Timur.

2. Subjek Penelitian

Dalam penelitian mengenai komunikasi persuasif kampanye sosial peneliti mengambil lokasi di Sanggar Hijau Indonesia yang berada di Kabupaten Jombang Jawa Timur. Dalam penentuan subjek peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu penentuan sampel yang didasarkan pada kriteria narasumber dianggap paling mengetahui, memahami dan mengalami. (Sugiono, 2013).

Teknik *purposive sampling* dipakai agar subjek penelitian merupakan orang yang berkecimpung dengan permasalahan yang akan diteliti. Sehingga subjek bukan hanya sekedar mengetahui topik penelitian saja tetapi juga memahami dan mengalami agar memudahkan peneliti untuk mendapatkan informasi di lapangan..

Adapun subjek yang mampu memberikan informasi dalam penelitian ini adalah:

a. Founder Sanggar Hijau Indonesia

Sebagai informan utama untuk mengetahui proses kampanye sosial selama program kampanye itu berlangsung. Dalam penelitian ini, peneliti mewawancarai Ibu Shanti Ramadhani.

b. Staff Trainer Sanggar Hijau Indonesia

Sebagai seksi yang berkoordinasi langsung dengan Founder, dalam menjalankan kegiatan Kampanye sosial Ecobrick di Sanggar Hijau Indonesia. Peneliti mewawancarai Mas Lutfi Nurhadi dan Ibu Hj. Maftuhah atau Ning Ika.

3. Metode Pengumpulan data

a. Jenis data

Jenis data dibagi menjadi dua, yakni terdiri dari data primer dan data sekunder.

1) Data Primer

S. Nasution mengatakan bahwa data primer adalah data yang didapatkan secara langsung di lapangan atau tempat penelitian. dalam peneliti terkait komunikasi persuasif peneliti menggunakan data dari hasil wawancara observasi secara mendalam dan dokumentasi di lapangan yang dilakukan di Sanggar Hijau Indonesia

2) Data Sekunder

Sedangkan data sekunder adalah data yang didapat oleh peneliti dari sumber bacaan tertentu untuk melengkapi dan memperkuat data primer. Disini peneliti menggunakan jurnal, artikel skripsi, buku-buku terkait komunikasi persuasif dan dokumen lainnya seperti penelitian terdahulu yang didapatkan oleh peneliti untuk melengkapi data guna kelengkapan sumber didalam penelitian.

b. Teknik pengumpulan data

Dalam usaha mengumpulkan data-data yang digunakan beberapa metode, yaitu :

1) Observasi

Observasi merupakan proses pengumpulan data dilapangan yang dilakukan saat kegiatan berlangsung atau mengamati proses yang sedang terjadi, proses ini dilakukan dengan cara melakukan pengamatan kepada subjek yang kemudian hasil dari pengamatan tersebut di data dengan runtut. Berdasarkan

penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *participant observer* yaitu peneliti mencoba ikut dalam kegiatan yang sedang berlangsung, peneliti juga berperan sebagai pengamat kegiatan.

2) Wawancara

Wawancara merupakan proses tanya jawab secara lisan yang dilakukan oleh peneliti kepada responden yang dianggap tahu tentang subjek penelitian untuk mendapatkan informasi. Wawancara dalam penelitian kualitatif bersifat mendalam atau *indepth interview*, biasanya wawancara jenis ini tidak terstruktur sehingga memudahkan peneliti untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan disamping itu juga dapat merekatkan interaksi antara peneliti dengan narasumber.

Sehingga peneliti harus bisa *get in and get along* terhadap subjek penelitian yaitu mampu berbaur dan berinteraksi dengan baik seperti halnya orang yang sudah lama kenal agar proses wawancara dapat berjalan dengan luwes. Wawancara jenis ini memiliki keluwesan dalam susunan pertanyaannya disesuaikan dengan kondisi saat wawancara karena dengan pola seperti ini mampu memberikan data yang rinci sesuai yang diungkapkan oleh narasumber.

3) Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang tidak langsung ditujukan pada subjek penelitian, namun melalui dokumen. Dokumen dapat berupa catatan, buku teks, jurnal, makalah, memo, dan sebagainya.

4. Metode Analisis Data

Teknis analisis data menurut Bogdan dan Biklen dalam (Rukajat 2018), adalah suatu proses untuk mencari dan menata secara sistematis catatan hasil observasi, wawancara dan studi dokumentasi untuk meningkatkan penelitian tentang kasus yang diteliti dan menyajikan sebagai temuan orang lain.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik analisis data model interaktif menurut Miles dan Huberman. Analisis data model interaktif terdiri dari empat tahapan yaitu, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan dan verifikasi (Rukajat 2018). Dalam penelitian studi kasus ini penulis menganalisis data dengan :

a. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses meringkas kembali catatan-catatan lapangan dengan memilih hal-hal yang pokok atau penting. Selanjutnya hal-hal yang pokok tersebut dirangkum dalam susunan yang sistematis, sehingga dengan mudah diketahui tema atau polanya (Rukajat, 2018).

b. Penyajian Data

Penyajian data yang telah diperoleh ke dalam sejumlah matrik atau daftar kategori setiap data yang didapatkan. Penyajian data dalam kualitatif biasanya digunakan berbentuk teks naratif dan tersusun secara sistematis (Rukajat, 2018).

c. Menarik kesimpulan / Verifikasi

Dalam penarikan kesimpulan data yang terkumpul mempunyai makna tertentu, termasuk di dalamnya tentang kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan (Rukajat 2018).

5. Metode Keabsahan Data

Uji Keabsahan Data yaitu mengecek kembali kebenaran data dengan cara membandingkan dengan data dari sumber lain dengan cara pengecekan secara vertikal dan horizontal (Rukajat 2018). Beberapa aspek yang akan diuji mulai dari peneliti, metode, teori, dan sumber data. Peneliti akan diuji kejujurannya, subjektivitas, dan kemampuan merekam datanya. Sedangkan sumber data akan dicek derajat kepercayaannya. Metode akan diuji penggunaan metode pengumpulan data. Teori akan diuji teori dan tema penelitiannya (Bungin 2007).

Analisis Triangulasi yaitu menganalisis jawaban subjek dengan meneliti kebenaran dengan data empiris (sumber data lain-nya) yang tersedia. Terdapat beberapa macam triangulasi yaitu sumber, waktu, teori, periset, dan Metode. Peneliti menggunakan triangulasi sumber, yakni

membandingkan atau mengecek ulang derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh dari sumber yang berbeda (Kriyantono 2006).

Dalam hal ini peneliti melakukan wawancara dengan dua sumber data yakni, Bapak Alvian Alrasyid A., M.Ikom atau akrab dipanggil dengan Bapak Alvian adalah dosen ahli dibidang Ilmu Komunikasi terutama di lingkup Komunikasi Persuasif sehingga peneliti memilih beliau sebagai triangulasi sumber dalam penelitian ini. Pemilihan Bapak Alvian sebagai informan dalam triangulasi sumber yaitu karena beliau merupakan dosen ahli Ilmu Komunikasi yang telah menjadi dosen komunikasi di beberapa kampus dan merupakan dosen tetap di Program studi Ilmu Komunikasi Universitas AMIKOM Yogyakarta. Triangulasi kedua yaitu seorang pegawai pemerintah yang juga seorang praktisi lingkungan di Kabupaten Jombang beliau adalah bapak Amin Kurniawan yang akrab dipanggil Pak Amin. Beliau merupakan kepala bidang pengelola sampah di Kabupaten Jombang.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari penelitian yang telah dilakukan melalui wawancara, observasi lapangan dan dokumentasi, maka peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut:

Dalam melakukan komunikasi persuasif program kampanye Ecobricks Sanggar Hijau Indonesia telah melalui tahapan-tahapan sesuai dengan teori komunikasi persuasif. Sanggar Hijau Indonesia melakukan tahapan berupa renungan dengan melakukan observasi terkait isu permasalahan yang ada di Kabupaten Jombang. Pengurus Sanggar Hijau Indonesia menganalisis permasalahan yang urgent untuk di carikan solusinya. Dengan demikian dalam meningkatkan kesadaran ekologis nantinya dapat sesuai dengan kenyataan sosial yang ada di masyarakat.

Sanggar Indonesia juga menerapkan tahapan perenungan yaitu mengklarifikasi isu permasalahan dengan mengkaitkan berdasarkan karakter audiens. Dalam hal ini Sanggar Hijau Indonesia menyesuaikan apa yang akan menjadi tujuan dalam kampanye nantinya itu akan sesuai dengan target audien. Setelah melalui tahapan perenungan Sanggar Hijau Indonesia menyusun strategi dengan membuat pendekatan-pendekatan yang akan dilakukan sebagai bentuk tahapan persiapan. Strategi itu juga disesuaikan dengan hasil dari tahapan sebelumnya. Sehingga nantinya pada saat

kampanye sosial interaksi antara komunikasi dengan komunikator itu akan lebih interaktif.

Pada saat melakukan tahapan tindakan, Sanggar Hijau Indonesia mengajak untuk berperan aktif dan melakukan program Ecobricks. Kegiatan itu dilakukan mulai dengan mengajarkan mereka untuk bertanggung jawab terhadap sampah yang dikonsumsi pada aktivitas sehari-harinya. Setelah itu mereka memberikan solusi kepada masyarakat bagaimana cara mengelola sampah agar tidak mencemari lingkungan. Program Ecobrick ini dirasa dapat dilakukan oleh semua audien baik mulai dari TK hingga lansia karena Ecobrick sangat mudah dilakukan. Namun mereka harus memiliki pengetahuan tentang panduan pembuatan Ecobricks agar mereka juga dapat merasakan manfaatnya dalam jangka waktu yang panjang. Setelah itu Sanggar Hijau Indonesia juga tidak berhenti untuk memberikan hal yang dapat menarik perhatian khalayak. Agar pesan atau informasi yang disampaikan Sanggar Hijau Indonesia tidak berhenti pada khalayak tersebut. Sanggar Hijau Indonesia mengajak peserta atau audien untuk ikut andil mengkampanyekan program Ecobrick ini agar bisa dilakukan oleh banyak orang khususnya di kabupaten Jombang. Dengan begitu mereka juga akan mau melaksanakan kembali program Ecobrick mereka akan merasa bahwa program Ecobrick ini sangat bermanfaat untuk menjaga lingkungannya.

Program Ecobrick merupakan suatu wadah yang dibentuk oleh Sanggar Hijau Indonesia dengan tujuan utama yaitu untuk mengedukasi masyarakat

tentang pentingnya menjaga lingkungan. Karena kerusakan lingkungan itu juga terus dapat berasal dari apa yang telah kita lakukan dalam aktivitas sehari-hari. Sehingga masyarakat Kabupaten Jombang dan sekitarnya juga merasakan bahwa program ecobrik ini merupakan kegiatan positif yang dilakukan oleh Sanggar Hijau Indonesia dalam menjaga lingkungan.

B. Saran

1. Bagi Sanggar Hijau Indonesia

Setelah peneliti melakukan penelitian di lembaga swadaya masyarakat ini dan memberikan keleluasaan untuk menggali data guna menjawab rumusan masalah yang peneliti jabarkan, maka peneliti mencatat saran yang dapat menjadi bahan pertimbangan bagi Sanggar Hijau Indonesia agar dapat meningkatkan kesadaran ekologis di seluruh masyarakat Kabupaten Jombang dengan menggunakan komunikasi persuasif dalam setiap kegiatan yang dijalankan. Dengan lebih banyaknya edukasi yang disampaikan kepada masyarakat terkait pentingnya menjaga ekologi, maka besar harapan dapat mempermudah lagi untuk memberikan perilaku yang baik pada audien yang menjadi sasaran dari program kampanye ini dalam menerapkan pengelolaan sampah di setiap aktivitasnya. Serta nantinya dapat dicontoh untuk masyarakat lainnya di sekitar Kabupaten Jombang hingga ranah Internasional.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan pada peneliti selanjutnya agar penelitian ini dijadikan bahan rujukan dalam melakukan penelitian selanjutnya dengan mengkaji lebih mendalam terhadap kajian keilmuan komunikasi khususnya terkait dengan komunikasi persuasif.

3. Bagi pembaca

Diharapkan kepada pembaca untuk dapat lebih mengkritisi hasil dari penelitian ini melakukan komparasi atau perbandingan dengan penelitian sejenis khususnya yang membahas terkait komunikasi persuasif dalam meningkatkan kesadaran ekologis lingkungan agar tidak terpaku dalam satu hasil penelitian.

Daftar Pustaka

Buku

- Bungin, Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, Dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Putra Grafika.
- Cangara, Hafied. 2014. *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Herdiansyah, Haris. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Indrawan, R. & Yaniawati R.P. 2014. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Campuran Untuk Manajemen, Pembangunan, Dan Pendidikan*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Kriyantono, Rahmat. 2006. *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Moleong, Lexy J. 2017. "Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)." In *PT Remaja Rosada Karya*
- Perloff, Richard, *The Dynamics of Grace The Dynamics of Grace*, 2017
- Rukajat, Ajat. 2018. *Pendekatan Penelitian Kualitatif (Qualitative Research Approach)*. Yogyakarta: Deepublish
- Suryana, Asep, 'Konsep-Konsep Dasar Komunikasi Persuasif', 2019
- Venus, Antar. 2019. *Manajemen Kampanye*. Bandung :Simbiosis Rekatama Media

Jurnal

- Apriyani, dkk. *_pemanfaatan Limbah plastik menjadi Ecobrick _*. Universitas Widya Gama Mahakam Vol 1 No 1 2020
- Ardiyas Robi Saputra, Sueb, 'The Relation of Environmental Ethics And Environmental Awareness Of Students Of Universitas Negeri Malang', *Jurnal Psikologi Jambi*, 5.1 (2020), 31–36
- Dyatmika, Teddy, 'Pengaruh Komunikasi Persuasif Kampanye Sosial Protokol Kesehatan, Motivasi, Dan Pengetahuan Mahasiswa Terhadap Perilaku Mahasiswa Dalam Melaksanakan Protokol Kesehatan', *Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4.1 (2021), 58–72
- Erlin Kasuma, Hairunnisa, Nurliah, 'Strategi Komunikasi Dinas Lingkungan Hidup Balikpapan Pada Program Halte Limbah Di Kelurahan Gunung Bahagia', *EJournal Ilmu Komunikasi*, vol 10.2 (2022), 41–51

Hanana, Alna, Novi Elian, and Revi Marta, 'Strategi Komunikasi Persuasif Dalam Menciptakan Masyarakat Sadar Wisata Di Kawasan Wisata Pantai Padang, Kota Padang', *Jurnal Ilmu Sosial Mamangan*, 6.1 (2017), 34–46

Kahfi, I Ikhsanul, 'Strategi Komunikasi Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Pasaman Barat Dalam Pengolahan Limbah', 4910, 2022

Manase Mana, Polikarpus, Hafied Cangara, and Muhadar, 'Strategi Komunikasi Kampanye Pengendalian Minuman Beralkohol (Perda Nomor 11 Tahun 2012) Oleh Pemerintah Kabupaten Sikka', *Jurnal Komunikasi KAREBA*, 3.2 (2014), 133–41

Internet

www.ib.go.id

www.bps.go.id

<https://tafsirweb.com/9505-surat-al-jatsiyah-ayat-13.html>

www.Ecobrick.org

<https://sipsn.menlhk.go.id/sipsn/public/data/komposisi>

<http://repository.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/30598/Chapter;jsessionid=71B5E93CB211036F31796D417A5CD65B?sequence=3>

<https://adalah.co.id/Ecobrick/>

https://www.kompasiana.com/amp/finanuraisah/5c124b2baeebe165431d7e40/mengurangi-limbah-plastik-menggunakan-teknologi-hydro-thermal#aoh=16124252708273&referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com&_tf=Dari%20%251%24s

<https://bulelengkab.go.id/detail/artikel/dampak-plastik-terhadap-lingkungan-88#:~:text=Dampak%20plastic%20terhadap%20lingkungan%20merupakan,alam%20karena%20keberadaan%20Limbah%20plastik.&text=Limbah%20kantong%20plastik%20dapat%20mencemari,dan%20minyak%20yang%20disebut%20ethylene>

<http://repository.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/30598/Chapter;jsessionid=71B5E93CB211036F31796D417A5CD65B?sequence=3>