

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORITIS

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

Untuk mengetahui sejauh mana penelitian serupa pernah dilakukan, maka digunakan enam penelitian terdahulu yang relevan. Peneliti Pertama ditemukan oleh Nasas dan Dirgantara dengan judul ‘‘Strategi Komunikasi Lingkungan Pandawara Group dalam Menyebarkan Kesadaran Ekologis di Kota Bandung’’. Nasas dan Dirgantara membahas masalah serius terkait sampah di Kota Bandung yang berasal dari populasi manusia yang meningkat dan juga aktivitas ekonomi yang semakin meningkat. Penelitian ini menyoroti bagaimana inisiatif Pandawara Group dengan program gerakan peduli lingkungan bernama ‘‘Clean Up’’ dan ‘‘Ajaraksa’’ sebagai komunikasi strategis dalam meningkatkan kesadaran ekologi di Kota Bandung. Temuan ini membedah pada sisi pengetahuan masyarakat terhadap lingkungan, sikap terhadap lingkungan, keterampilan, dan juga partisipasi masyarakat. Tujuannya adalah meneliti bagaimana Pandawara Group memanfaatkan komunikasi strategis lingkungan dalam mengedukasi dan mendorong partisipasi masyarakat dalam menciptakan Ekologis di Kota Bandung yang lebih bersih, dengan harapan timbulnya kesadaran Ekologis pada masyarakat dan lebih peduli dengan lingkungan.

Nasas dan Dirgantara menggunakan metode Kualitatif Studi Kasus. Hasil dari temuan ini adalah penyebaran pesan terhadap lingkungan sudah optimal, khususnya generasi muda yang tergerak karena Pandawara Grup melakukan komunikasi strategis lingkungan melalui Sosial media, seperti TikTok dan Instagram. Temuan ini terlihat berbeda pada bagian pihak

yang mengadakan program aksi bersih, lokasi, dan juga cara komunikasi strategis dalam meningkatkan kesadaran lingkungan masyarakat.

Penelitian terdahulu kedua dari Maulina dan Atika yang berjudul ‘‘Komunikasi Lingkungan Melalui Maharagu Sungai Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Pada Program Revitalisasi Sungai Kota Banjarmasin’’ yang membahas permasalahan kebersihan sungai di Kota Banjarmasin. Penelitian terdahulu ini menjelaskan bahwa kebersihan sungai di Kota Banjarmasin dapat dikatakan sangat kurang, yang berasal dari pembuangan sampah sembarangan dari masyarakat dan juga dari sampah rumah tangga. Maulina dan Atika ingin mengupas pada sisi bagaimana pendekatan komunikasi Dinas Lingkungan Hidup Kota Banjarmasin dalam meningkatkan kesadaran masyarakat dan partisipasi atau kontribusi masyarakat pada program revitalisasi sungai di Kota Banjarmasin. Penelitian ini menggunakan metode Kualitatif, yang menggunakan teknik pengambilan data melalui Wawancara, Dokumentasi, dan Observasi. Hasil yang didapat menunjukkan bahwa Dinas Lingkungan Hidup Kota Banjarmasin menggunakan komunikasi secara personal dan juga persuasif, dengan melibatkan stakeholder sebagai pihak yang memiliki hubungan dekat dengan sungai di Kota Banjarmasin dalam berkontribusi menjaga kebersihan sungai dan memanfaatkan sungai yang berpotensi menjadi tempat wisata.

Persamaan yang ditemukan pada penelitian Maulina dan Atika dengan penulis ada pada bagian bagaimana suatu pihak yang menggunakan komunikasi lingkungan dalam usaha meningkatkan partisipasi masyarakat dalam mengikuti suatu program revitalisasi yang menciptakan kebersihan sungai Kota Banjarmasin, dan menggunakan metode Kualitatif Studi kasus. Penelitian ini terlihat berbeda dengan penulis pada bagian lokasi, program bersih-bersih, dan bagaimana suatu organisasi atau pihak menggunakan komunikasi dalam mendorong

partisipasi masyarakat melalui program bersih-bersih untuk menciptakan sungai menjadi lebih bersih dan sehat. Harapan penulis dapat menginspirasi penulis dalam pembuatan kajian yang membahas penggunaan komunikasi berstrategi suatu organisasi dalam meningkatkan kesadaran masyarakat.

Peneliti terdahulu ketiga berjudul ‘‘Strategi Komunikasi Pemkot Depok Dalam Kampanye Melalui Bank Sampah Menuju Lingkungan yang Bersih dan Sehat’’ yang ditulis oleh Wulandari, Bastian, dan Afianto. Penelitian ini berfokus pada penggunaan strategi komunikasi oleh pihak Pemerintah Kota Depok melalui suatu kampanye 3R (Reduce, Reuse, Recycle) yang menggunakan Bank sampah untuk mewujudkan lingkungan sekitar menjadi lebih terawat dan bersih. Data Primer bersumber melalui wawancara secara mendalam dan juga FGD bersama pejabat Pemerintah Kota, tim dari Bank Sampah, serta masyarakat. Sedangkan, data sekunder berasal dari dokumen yang resmi dengan tambahan data dari Publikasi awak media. Penemuan ini menggunakan pendekatan Kualitatif Studi Kasus.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya peningkatan kesadaran secara signifikan akan pentingnya menjalankan system 3R (Reduce, Reuse, Recycle), peningkatan melalui partisipasi aktif dari masyarakat melalui program seminar, workshop, dan juga pelatihan yang dijalankan oleh Pemerintah Kota Depok. Bank Sampah yang diadakan pun berhasil mengurangi tingkat tumpukan sampah yang ada di TPA, mengajarkan masyarakat dalam mengelola sampah secara mandiri. Pemerinta Kota Depok dalam menggunakan strategi komunikasi melalui media social untuk menyebarkan informasi terbukti efektif. Penulis menemukan persamaan pada bagian penggunaan komunikasi strategi sebagai media pendorong dalam berkampanye Bank sampah, yang bertujuan

menwujudkan kondisi lingkungan yang lebih terawat dan bersih. Penelitian ini menunjukkan perbedaan pada bagian program yang diadakan, lokasi penelitian yang berbeda, dan bagaimana menrencanakan komunikasi yang strategis dalam mengedukasi atau penyebaran informasi terkait lingkungan.

Penelitian keempat diteliti oleh Zakaria, Mela Adelia Utami, Zalfa Saedah Ananda, dan Syafiq Ali Fadlul Rahman, dengan judul ‘’ Strategi Komunikasi Lingkungan Dalam Membangun Kesadaran dan Kepedulian Masyarakat Terhadap Kebersihan Sungai BMS’’. Peneliti berfokus pada Melihat seberapa efektif penggunaan komunikasi yang strategis dalam meningkatkan kesadaran masyarakat, dengan metode penelitian Kualitatif Deskriptif dan Studi Kasus.

Persamaan yang ditemukan penulis adalah temuan ini meneliti penggunaan strategi komunikasi oleh suatu organisasi melalui program aksi bersih untuk meningkatkan kesadaran lingkungan masyarakat pada suatu daerah. Sedangkan perbedaan jika dibandingkan dengan penulis, terletak pada bagian objek dan lokasi yang diteliti, Program aksi bersih yang diadakan, dan bagaimana perencanaan suatu komunikasi yang strategis. Hasil menunjukkan bahwa setelah berupaya memberikan edukasi, tidak memberikan dampak yang signifikan. Kesadaran dan Kepedulian Masyarakat terhadap sungai BMS masih tetap di tingkat rendah.

Berdasarkan dari enam penelitian terdahulu yang telah dijabarkan, “Strategi Komunikasi Pemkot Depok dalam Kampanye 3R Melalui Bank Sampah Menuju Lingkungan yang Bersih dan sehat” memiliki kecocokan atau sejalan dengan peneliti yang dapat menjadi referensi utama. Pertama, penelitian ini berfokus pada penerapan strategi komunikasi oleh suatu organisasi atau komunitas dalam meningkatkan kesadaran lingkungan warga. Kedua, melakukan kolaborasi dengan komunitas dalam mengedukasi warga sadar akan lingkungan. Ketiga, adanya dukungan dari pihak pemerintahan kepada Pokdarwis dalam menjalani program atau kegiatan bersih-bersih.

Kebaruan pada penelitian ini terletak pada fokus bagaimana Pokdarwis sebagai komunitas pemerhati lingkungan lokal membangun kesadaran lingkungan warga Bojongsari melalui implementasi strategi komunikasi, yang dianalisis berdasarkan model strategi komunikasi menurut Syaifuddin et al. (2025). Enam peneliti terdahulu memiliki fokus utama yang sama, sebuah strategi komunikasi yang dijalankan oleh organisasi, pemerintahan, dan juga gerakan beberapa orang yang peduli dengan lingkungan. Kebaruan selanjutnya, peneliti memasukan proses evaluasi pada optimalisasi penggunaan media komunikasi baik secara offline maupun secara online, adanya kolaborasi antar organisasi dan pemerintahan dalam mensukseskan kegiatan Pokdarwis, serta penemuan kendala pada pengukuran kesadaran lingkungan warga Bojongsari dan perancangan yang belum terstruktur rencana strategi komunikasi. Berdasarkan hasil penelitian, saran yang diberikan berupa penggunaan SMART sebagai format pada perencanaan komunikasi yang strategis dan pengembangan alat ukur yang lebih dari hanya sekedar pengamatan semata, serta kerjasama dengan pihak luar untuk menambahkan pengetahuan berorganisasi dan literatur perencanaan strategi komunikasi.

Tabel 2. 1 Tabel Penelitian Terdahulu

No	Item	Jurnal 1	Jurnal 2	Jurnal 3	Jurnal 4	Jurnal 5	Jurnal 6
1.	<b>Judul Artikel Ilmiah</b>	Strategi Komunikasi Lingkungan Pandawara Group dalam Menyebarkan Kesadaran Ekologis di Kota Bandung	Komunikasi Lingkungan Melalui Maharagu Sungai Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Pada Program Revitalisasi Sungai Kota Banjarmasin.	Strategi Komunikasi Pemkot Depok Dalam Kampanye 3R Melalui Bank Sampah Menuju Lingkungan Yang Bersih dan Sehat	Strategi Komunikasi Lingkungan Dalam Membangun Kesadaran dan Kepedulian Masyarakat Terhadap Kebersihan Sungai BMS	Strategi Komunikasi Dinas Lingkungan Hidup Kota Palu Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat akan Kebersihan Lingkungan	<i>Public Awareness of Air Pollution and Health Threats: Challenges and Opportunities for Communciation Strategies Improve</i>

---

Environmental  
Health Literacy

---

<b>2. Nama Lengkap Peneliti, Tahun Terbit, dan Penerbit</b>	Fathiya Sabila Nasas, Pradipta Dirgantara. 2024, Communicology.	Novaria Maulina, Atika. 2021, MetaCommunication ;Journal of Communication Studies (Fakultas Social Sciences, Universitas Lambung Mangkurat).	Yulianti Fajar Wulandari, Yan Bastian, Murtiadi, dan Heri Afianto. 2024, Al Mikraj (Jurnal Studi Islam dan Humaniora).	Zakaria, Mela Adelia Utami, Zalfa Saedah Ananda, Syafiq Ali Fadlul Rahman. 2023.	Clara Peggy Claudia, 2021. E-Journal Kinesik, Universitas Tadulako.	A Susana Ramirez, PhD, MPH Steven Ramondt, PhD, Karina Van Bogart, BA, Raquel Perez Zuniga, BA
---	---	--	--	--	---	--

---

<b>3. Fokus Penelitian</b>	<p>Bagaimana Strategi Komunikasi lingkungan yang diterapkan oleh Pandawara Group dalam menyebarkan kesadaran ekologis di Kota Bandung melalui program “Clean Up” dan “Ajaraksa”.</p>	<p>Pendekatan Komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Lingkungan Hidup Kota Banjarmasin dalam meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam program revitalisasi sungai.</p>	<p>Bagaimana Pemerintah Kota Depok dalam mengkomunikasikan untuk mengedukasi dari kampanye 3R (Reduce, Reuse, Recycle) melalui program Bank Sampah dalam mengajarkan masyarakat mengelola sampah secara mandiri.</p>	<p>Melihat seberapa efektif penggunaan Komunikasi yang strategis dalam meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap isu lingkungan.</p>	<p>Meneliti bagaimana Dinas Lingkungan Hidup Kota Palu dalam penggunaan strategi komunikasi upaya meningkatkan kesadaran masyarakat akan kebersihan lingkungan</p>	<p>Mengidentifikasi dan mengevaluasi dengan kritis pada sumber informasi public terkait penyebab, tingkat pengendalian, serta dampak kepada kesehatan dari polusi udara, serta potensi kesenjangan dalam jangkauan</p>
----------------------------	--	---	--	---	--	--

							dan kegunaan informasi.
<b>4. Teori</b>	Strategi Komunikasi Lingkungan dan Kesadaran Ekologis,	Komunikasi Lingkungan, Partisipasi Masyarakat, dan Perubahan Perilaku.	Strategi Komunikasi Lingkungan, dan Kampanye.	Strategi Komunikasi Lingkungan, Kesadaran dan Kepedulian Lingkungan.	Strategi Komunikasi yang efektif, dan Komunikasi.	Strategi Komunikasi yang efektif, dan Komunikasi.	Environmental Health Literacy, Public Awareness, Risk Communication, Communication Strategies, Health Threats
<b>5. Metode Penelitian</b>	Kualitatif Deskriptif, Studi Kasus.	Kualitatif, Deskriptif, dan Studi Kasus.	Kualitatif, Deskriptif, Studi Kasus.	Kualitatif, Deskriptif, Studi Kasus	Kualitatif, Deskriptif, Studi Kasus.	Kualitatif, Deskriptif, Studi Kasus	Kualitatif, Deskriptif, Studi Kasus

<b>6. Persamaan dengan penelitian yang dilakukan</b>	Meneliti penggunaan Strategi Komunikasi oleh suatu organisasi dalam meningkatkan kesadaran lingkungan atau Ekologis melalui program aksi bersih pada suatu daerah	Meneliti bagaimana penggunaan strategi komunikasi dalam meningkatkan kesadaran lingkungan masyarakat dalam mengikuti program aksi bersih pada suatu daerah.	Meneliti penggunaan strategi komunikasi sebagai media berkampanye pada program aksi bersih “Bank sampah” dalam meningkatkan kesadaran lingkungan masyarakat pada suatu daerah.	Meneliti penggunaan Strategi Komunikasi oleh suatu organisasi melalui program aksi bersih untuk meningkatkan kesadaran lingkungan pada masyarakat pada suatu daerah.	Meneliti penggunaan strategi komunikasi oleh suatu organisasi melalui program aksi bersih untuk meningkatkan kesadaran lingkungan masyarakat pada suatu daerah.	Meneliti bagaimana upaya penggunaan Strategi Komunikasi dalam mengedukasi masyarakat terkait isu lingkungan.
--	---	---	--	--	---	--

<p><b>7. Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan</b></p> <p>Temuan ini terlihat berbeda pada bagian pihak yang mengadakan program aksi bersih, lokasi, dan juga cara komunikasi strategis dalam meningkatkan kesadaran lingkungan masyarakat.</p>	<p>Penelitian ini berbeda pada bagian objek dan lokasi penelitian, program aksi bersih, dan bagaimana suatu organisasi menggunakan komunikasi dalam mendorong partisipasi masyarakat melalui program aksi bersih untuk menciptakan sungai menjadi lebih bersih dan sehat.</p>	<p>Penelitian ini berbeda pada bagian program yang diadakan, lokasi yang berbeda, dan bagaimana menrencanakan komunikasi yang strategis dalam mengedukasi masyarakat.</p>	<p>Penelitian ini berbeda pada bagian objek dan lokasi yang diteliti, Program aksih bersih yang diadakan, dan bagaimana perencanaan suatu komunikasi yang strategis.</p>	<p>Penelitian ini berbeda pada bagian perencanaan komunikasi yang strategis, program yang dilakukan, penggunaan media social dalam penyebaran informasi program aksi bersih, objek</p>	<p>Penelitian ini berbeda pada bagian objek dan lokasi penelitian, fokus utama dari isu lingkungan yang diteliti adalah tentang polusi udara yang dapat mengancam kesehatan, bagaimana penggunaan strategi komunikasi melalui program</p>
--	---	---	--	--	---

					dan lokasi penelitian.	aksi bersih yang dijalankan.
<b>8. Hasil Penelitian</b>	Penyebaran pesan terhadap lingkungan sudah optimal, khususnya generasi muda yang tergerak karena Pandawara Grup melakukan komunikasi strategis lingkungan melalui Sosial	menunjukkan bahwa Dinas Lingkungan Hidup Kota Banjarmasin menggunakan komunikasi secara personal dan juga persuasif, dengan melibatkan pihak pemangku kepentingan pada sungai sebagai pihak yang memiliki hubungan dekat	Hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya peningkatan kesadaran secara signifikan akan pentingnya menjalankan system 3R (Reduce, Reuse, Recycle), peningkatan melalui partisipasi aktif dari masyarakat melalui program seminar, workshop, dan juga	Hasil menunjukkan bahwa setelah berupaya memberikan edukasi, tidak memberikan dampak yang signifikan. Kesadaran dan Kepedulian Masyarakat terhadap	Hasil penelitian ini menunjukkan masyarakat Kota Palu masih tergolong rendah terkait kesadaran lingkungan karena kendala pada Bahasa yang digunakan	

media, seperti TikTok dan Instagram	dengan sungai di Kota Banjarmasin dalam berkontribusi menjaga kebersihan sungai dan memanfaatkan sungai yang berpotensi menjadi tempat wisata.	pelatihan yang dijalankan oleh Pemerintah Kota Depok. Bank Sampah yang diadakan pun berhasil mengurangi tingkat tumpukan sampah yang ada di TPA, mengajarkan masyarakat dalam mengelola sampah secara mandiri. Pemerinta Kota Depok dalam menggunakan strategi komunikasi	sungai BMS masih tetap di tingkat rendah.	oleh komunikator kurang dimengerti oleh masyarakat Kota Palu, Komunikator kurang mampu berkomunikasi dengan Bahasa yang lebih mudah dimengerti, kurangnya penyebaran
-------------------------------------	--	---	---	--

---

melalui media social  
untuk menyebarkan  
informasi terbukti  
efektif.

informasi  
melalui media  
cetak ataupun  
poster, tempat  
sampah  
ditempatkan  
cukup jauh,  
komunikasikan  
kurang  
mampu  
menerima dan  
memahami  
edukasi yang  
diberikan, dan  
keterbatasan  
dalam  
penggunaan

---

---

aplikasi  
Google Maps  
Mobile  
terutama usia  
lansia.

---

## 2.2 Landasan Konsep

### 2.3.1 Strategi Komunikasi

Konsep Strategi Komunikasi yang didefinisikan oleh (Syaifuddin et al., 2025) sebagai suatu rangkaian kegiatan komunikasi yang tersusun dalam mencapai tujuan perubahan suatu perilaku melalui menyadari, perhatian, hingga ke tahap loyalitas pada produk atau layanan, maupun suatu gagasan. Strategi komunikasi merupakan komunikasi yang terstruktur disampaikan kepada kebutuhan target audiens dalam merubah perilaku dengan pesan yang relevan dengan target audiens. Perubahan dapat terlihat ada pada perubahan dalam beropini dan perubahan perilaku setelah opini yang disampaikan sangat relevan pada target audiens. Elemen-elemen proses komunikasi yang terdapat pada Strategi Komunikasi yang dimulai dengan Komunikator, Pesan, Media, Komunikan, dan diakhir dengan Pengaruh dari komunikasi.

Tujuan dari Strategi Komunikasi adalah penyampaian pesan dengan Teknik perencanaan komunikasi (*communication planning*) dipadu dengan manajemen komunikasi (*communication management*) dalam mencapai tujuan komunikasi. Tak hanya penentu arah komunikasi, tetapi harus menjadi petunjuk yang mudah untuk diikuti dan bagaimana melakukan komunikasi di lapangan dengan penyesuaian kondisi di lapangan. Strategi Komunikasi bersifat fleksibel karena lapangan memiliki pendekatan komunikasi yang mengikuti perubahan lapangan, mulai dari perubahan audiens dan kondisi lingkungan. Ada empat tujuan utama dari strategi komunikasi dalam mencapai komunikasi yang efektif dan menghasilkan yang sesuai, mulai dari *To secure understanding* (memastikan komunikasi dapat di mengerti oleh komunikan), *To establish acceptance* (membangun, menciptakan, dan mewujudkan penerimaan), *To motive action* (motivasi yang mendorong suatu

tindakan), dan *The goals which the communication sought to achieve* (komunikasi yang mencapai tujuan komunikator dalam berkomunikasi.).

#### 2.3.1.1 Unsur-unsur Komunikasi

Komunikasi perlu dipastikan pada setiap unsur-unsur yang ada berlangsung secara efektif, setiap unsur memiliki peran dalam keberhasilan kelangsungan komunikasi dan juga bermakna (Syaifuddin et al., 2025).

##### 1. Komunikator

Dalam proses komunikasi komunikator merupakan peran paling utama sebagai pengirim pesan yang menentukan arah komunikasi dan memastikan jalannya komunikasi berhasil, serta tersampaikan dengan baik dan sesuai dengan harapan. Seorang komunikator harus memahami penggunaan gaya komunikasi yang sesuai dengan konteks pada target komunikan, sehingga kepercayaan komunikan kepada komunikator dapat terbangun dengan sendirinya dan pesan tercapai dengan tepat.

##### 2. Komunikan

Komunikan sebagai peran penerima pesan dan dapat menentukan apakah pesan yang disampaikan dapat diterima atau dapat dipahami, serta menentukan respon apa yang akan diberikan kepada komunikator. Komunikan bisa berupa individu atau pun suatu kelompok yang sesuai target komunikator. Komunikasi dapat berjalan sesuai harapan jika komunikator sudah melakukan analisis pada target komunikan, mulai dari latar belakang komunikan, tingkat Pendidikan, kondisi psikologis, hingga pengalaman.

### 3. Pesan

Suatu inti dari tujuan dari adanya komunikasi, suatu pesan yang ingin disampaikan dapat berupa ide, instruksi, informasi, edukasi, atau pandangan. Pesan dapat disampaikan melalui tertulis, tatap muka, atau pun dapat melalui media teknologi.

### 4. Media

Fungsi utama media adalah sebagai saluran atau alat perantara komunikasi bagi komunikator dengan komunikan, media sebagai peran penting dalam keberhasilan komunikasi. Media memastikan pesan dapat tersampaikan secara efisien dan sesuai target.

### 5. Efek

Tahapan akhir dari setelah pesan telah disampaikan oleh Komunikator adalah dampak atau respons apa setelah menerima pesan. Perubahan dapat melalui sikap dan pengetahuan. Hasil dari komunikasi dapat berupa positif atau negatif tergantung dari komunikan dalam mengolah pesan yang diterima.

#### 2.3.1.2 Tahapan Strategi Komunikasi

Tahapan strategi komunikasi dalam Syaifuddin et al. (2025) merupakan langkah yang teratur dan memastikan alur komunikasi dapat mencapai tujuan dari komunikasi kepada target komunikan, sampai ke tahap komunikan memahami dan setuju dengan pesan yang disampaikan.

Berikut empat tahapan strategi komunikasi yang penting:

#### 1. Mengenali Target Komunikasi

Tahap pertama dalam komunikasi adalah mengenali target komunikasi dalam menyampaikan pesan. Setiap komunikasi memiliki perbedaan kepribadian, kebutuhan, dan tingkat pemahaman pada pesan yang disampaikan. Setelah mengenali latar belakang komunikasi, komunikator dapat menentukan pendekatan komunikasi yang tepat dan efektif, agar pesan dapat mencapai tujuan komunikasi dan pesan yang disampaikan sesuai dengan kebutuhan komunikasi.

## 2. Pemilihan Media

Komunikator harus menentukan saluran dalam menyampaikan pesan, saluran yang digunakan dapat lebih dari satu saluran komunikasi dalam mencapai komunikasi yang efektif. Tak hanya itu, saluran yang dipakai juga harus menyesuaikan dengan karakteristik komunikasi dan membuka kemungkinan bahwa pesan dapat dipahami dengan jelas dan optimal.

## 3. Mengetahui Tujuan Pesan

Sebelum pesan disampaikan, harus memiliki tujuan yang jelas dan spesifik, dapat berupa simbol atau lambang dan informasi. Komunikator harus memastikan pesan relevan dan mudah dipahami. Pesan mencerminkan nilai-nilai komunikator kejujuran dan relevansi.

## 4. Peran Komunikator dalam Komunikasi

Komunikator merupakan peran penting dalam keberhasilan komunikasi dengan komunikasi dengan daya Tarik dan kredibilitas di mata komunikasi. Daya Tarik dari

seorang komunikator berasal dari adanya persamaan dengan komunikan dalam ketertarikan pada suatu hal, komunikan dapat memahami dan menerima pesan komunikator lebih mudah. Kredibilitas cara komunikator membangun kepercayaan dengan komunikan dan dipengaruhi oleh perbedaan tingkat Pendidikan, perilaku, dan reputasi komunikator.

#### 5. Menetapkan Metode Komunikasi

Tahap paling krusial adalah bagian pemilih metode komunikasi, yang dimana apakah metode komunikasi yang dipilih dapat berhasil diterima dan memberikan dampak kepada komunikan. Syaifuddin et al. (2025) berpendapat bahwa metode utama dari strategi komunikasi itu ada empat, mulai dari Metode Informatif, Metode Edukatif, Metode Koersif, dan Metode Persuasif.

##### a. Metode Informatif

Metode ini menjadi cara komunikator dalam menjelaskan suatu informasi berbentuk data atau fakta yang valid di lapangan.

##### b. Metode Edukatif

Pesan edukatif dalam bentuk pendapat, pengalaman, atau fakta. Tujuannya untuk mengubah perilaku dan sikap komunikan dengan pendekatan edukasi.

c. Metode Koersif

Pendekatan ini dilakukan dengan paksaan, dimana komunikan dipaksa dalam menerima dan memahami pesan. Paksaan disini dapat berupa sanksi atau acaman, jika tidak dipatuhi.

d. Metode Persuasif

Metode ini menunjukkan cara komunikasi yang halus melalui bujukan kepada komunikan dan mempengaruhi komunikan dalam mencapai tujuan pesan komunikasi.

Landasan penggunaan buku Syaifuddin et al. (2025) adalah menyajikan konsep strategi komunikasi yang relevan dan menjelaskan secara rinci. Dalam buku ‘Strategi Komunikasi: Membangun Komunikasi yang Efektif’, menjelaskan konsep, jenis komunikasi, tahapan merancang komunikasi, alat dan media komunikasi, dan hambatan dalam strategi komunikasi. Penjelasan secara sistematis membantu penulis dalam menganalisa implementasi strategi komunikasi Pokdarwis.

### 2.3.2 Kesadaran Lingkungan

Indonesia memiliki kekayaan alam yang cukup melimpah, akan tetapi, kesadaran lingkungan yang dimiliki masyarakatnya masih tergolong rendah. Alam yang kita miliki biasanya dijuluki dengan paru-paru dunia, yang seharusnya kita harus menjaganya dan tidak mengabaikan begitu saja, karena dampaknya akan berbalik kembali kepada kita. Kesadaran lingkungan merupakan sikap atau kemampuan seseorang menggunakan pengetahuan dasar tentang merawat lingkungan dalam

mengangani masalah lingkungan di sekitarnya, menunjukkan sikap tanggung jawab dalam menjaga lingkungan tetap sehat dan bersih. Sikap keingintahuan seorang terhadap lingkungan sama dengan menunjukkan sikap kesadaran lingkungan dengan tindakan. Harapannya adalah ketika seseorang memiliki kesadaran lingkungan dapat membangun sikap dan tindakan yang positif dalam berinteraksi pada lingkungan. Penting untuk kita tidak menganggap ‘‘Kesadaran Lingkungan’’ sebagai pengetahuan atau sadar, tetapi juga memotivasi diri untuk mengambil langkah dalam merawat dan menjaga lingkungan, tujuan untuk kebaikan dan menjaga kualitas hidup yang lebih baik (Indriyani et al., 2020).

#### 2.3.1.3 Aspek Kesadaran Lingkungan

Pemecahan masalah kesadaran lingkungan dilakukan dengan mengurai aspek-aspek saja yang menjadi alasan seseorang peduli dan mengambil langkah dalam menjaga atau merawat lingkungan. Lima aspek kesadaran lingkungan yang dicetuskan oleh Enviromental Awareness Ability Measure (EAAM) dalam Indriyani et al. (2020):

##### 1. Penyebab Polusi

Suatu pemahaman pada faktor-faktor yang dapat mencemari suatu lingkungan, mulai dari polusi udara melalui asap kendaraan atau pabrik, polusi perairan akibat dari domestik dan limbah industri, dan juga bisa polusi melalui tanah yang dalam bentuk sampah plastik dan bahan-bahan kimia yang berbahaya.

##### 2. Konservasi udara, tanah, air, dan hutan.

Upaya seseorang merawat dan menjaga elemen lingkungan seperti tanah yang subur, udara yang segar dan bersih, air yang bersih dan

jernih, dan diakhiri dengan hutan yang memberikan banyak manfaat kepada manusia.

### 3. Konservasi terhadap energi

Pengetahuan seseorang tentang pengaruh baik atau buruk dari penggunaan energi fosil, bijak dalam menggunakan energi fosil secara efisien, serta mengetahui bagaimana menghemat penggunaan energi dan menggunakan energi ramah lingkungan sebagai alternatif.

### 4. Konservasi terhadap kesehatan manusia

Pencemaran melalui lingkungan akan berdampak negatif yang menyerang manusia pada bagian fisik dan mental, pencemaran itu sendiri berasal dari perilaku buruk manusia seperti membuang sampah sembarangan, asap kendaraan, dan membuang sampah atau limbah pada sungai.

### 5. Konservasi peternakan dan kehidupan di alam liar.

Penting untuk memahami tetap menjaga lingkungan tidak hanya untuk kelangsungan hidup manusia, tetapi juga hewan ternak dengan ramah lingkungan dan etis, serta menjaga habitat hewan dan tumbuhan di alam liar.

#### 2.3.1.4 Indikator Kesadaran Lingkungan

Menurut Indriyani et al. (2020), untuk dapat memahami indikator kesadaran lingkungan menunjukkan bagaimana kita mengukur pada tingkat kesadaran lingkungan individu atau suatu kelompok tertentu, serta mengetahui pengetahuan tentang lingkungan dan tingkat kepedulian seseorang terhadap lingkungan melalui aksi nyata yang dapat memberikan perubahan kecil atau besar terhadap lingkungan.

sekitar kita. Ada juga faktor yang mendukung indikator kesadaran lingkungan, mulai dari pengetahuan yang kurang tentang lingkungan, kemiskinan, kemanusiaan, dan juga gaya hidup.

Berikut indikator dari kesadaran lingkungan yang dapat dilihat dari seseorang:

1. Kesadaran mengenai masalah lingkungan  
Seberapa jauh dan akurat pengetahuan tentang permasalahan lingkungan dimiliki seseorang. Mengukur pengetahuan permasalahan lingkungan seseorang dari jenis, penyebab, dampak, hingga kepada urgensi dari permasalahan lingkungan.
2. Pandangan terhadap permasalahan lingkungan  
Melihat seberapa peduli seseorang terhadap permasalahan lingkungan disekitarnya. Pengukuran ini menunjukkan apakah seseorang merasa adanya dampak dari permasalahan lingkungan dan apakah seseorang itu menganggap penting permasalahan lingkungan ini segera diatasi.
3. Optimisme lingkungan  
Mengukur keyakinan seorang atas tindakannya upaya meningkatkan suatu kualitas lingkungan. Tingkat kepedulian seseorang dapat dilihat dari tindakan yang pemecahan masalah lingkungan apakah sudah efektif dan apakah sudah ada pola pikir dengan upaya individu atau kelompok dapat memberikan perubahan yang signifikan.

### 3. Komunikasi Persuasif

Menurut K. Anderson dalam Mirawati (2021), Komunikasi Persuasif didefinisikan sebagai pihak sender memiliki tujuan yang hanya sekedar komunikasi dua arah, tetapi juga ingin mengubah suatu keyakinan dalam memutuskan pilihan dan perilaku seseorang atau suatu kelompok. Dalam melakukan perubahan keyakinan dan perilaku seseorang, membutuhkannya bahasa dan gestur yang meyakinkan.

### 4. Komunikasi Lingkungan

Menurut Flor dan Cangara (2018), Komunikasi lingkungan di definisikan sebagai pendekatan, strategi, prinsip, dan Teknik komunikasi dalam mengelola serta melindungi lingkungan. Sebuah proses pertukaran informasi dan pengetahuan tentang lingkungan berbentuk kebijakan pada lingkungan.

### 5. Kesehatan Lingkungan

Soekidjo (2011) menjelaskan dalam (Fitriany, Farouk, Taqwa, 2016) bahwa Kesehatan Lingkungan suatu keadaan lingkungan yang optimum dan berpengaruh secara positif pada terwujudnya kesehatan lingkungan yang lebih optimal. Artinya bahwa kita sebagai manusia harus mempertahankan sebuah kesehatan lingkungan yang ideal, karena keadaan lingkungan itu bersifat dinamis, sebuah keadaan yang terus menerus berubah-ubah. Menurut organisasi Himpunan Ahli Kesehatan Lingkungan Indonesia (HAKLI), kesehatan lingkungan didefinisikan sebagai keadaan atau kondisi lingkungan yang menopang keseimbangan ekologis antara lingkungan dengan manusia, dalam mendukung mencapai kualitas hidup yang sehat. (Kebersihan dan Kesehatan Lingkungan dalam Perspektif Hadis, Bakti Rahmasari, Hal 17-18)

### 2.3 Kerangka Pemikiran



Gambar 1. 12 Kerangka Pemikiran

Data Olahan Peneliti (2025)