



Strategi Komunikasi dalam Membangun Kepedulian Masyarakat terhadap Lingkungan (Studi Kasus: Kelurahan Koto Lalang Bandar Buat Kota Padang)

Novia Indriani¹, Susi Evanita²

¹ Kajian Lingkungan dan Pembangunan, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Padang

² Komunikasi Kebijakan Lingkungan dan Pembangunan, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Padang
Email: vienovia19761@gmail.com¹, susievanita@gmail.com²

Abstrak

Kajian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi dalam menumbuhkan kesadaran masyarakat untuk tidak membuang limbah rumah tangga pada saluran drainase (parit) di Koto Lalang Bandar Buat Padang. Metode perencanaan dan strategi komunikasi yang digunakan meliputi tujuan komunikasi, karakteristik target sasaran, pesan, komunikator, media, waktu dan evaluasi. Teori yang digunakan adalah teori komunikasi dan strategi komunikasi dengan menggunakan model komunikasi persuasif serta komunikasi massa. Komunikasi persuasif dilakukan dengan memberikan edukasi tentang pengelolaan sampah serta pentingnya menjaga kebersihan sepanjang saluran drainase/parit di kelurahan Koto Lalang Bandar Buat. Strategi komunikasi massa yang telah dilakukan melalui pemasangan spanduk yang tujuannya seluruh masyarakat peduli terhadap lingkungan agar tetap bersih. Hasil dari program strategi komunikasi yang peneliti gunakan dilapangan, dengan komunikasi persuasif maupun komunikasi massa sangat efektif dan efisien dalam menumbuhkan kesadaran masyarakat untuk tidak membuang limbah rumah tangganya disaluran drainase/parit di Kelurahan Koto Lalang Bandar Buat.

Kata Kunci: *Limbah, Drainase, Komunikasi Persuasif, Komunikasi Massa*

Abstract

This study aims to determine the communication strategy in raising public awareness not to dispose of household waste in the drainage channel (trench) in Koto Lalang, Bandar Create Padang. Planning methods and communication strategies used include communication objectives, target characteristics, messages, communicators, media, timing and evaluation. The theory used is the theory of communication and communication strategies using persuasive communication models and mass communication. Persuasive communication is carried out by providing education about waste management and the importance of maintaining cleanliness along drainage channels/troughs in the Koto Lalang village, Bandar Create. The mass communication strategy that has been carried out is through the installation of banners with the aim that the whole community cares about the environment in order to keep it clean. The results of the communication strategy program that the researcher uses in the field, with persuasive communication and mass communication are very effective and efficient in raising public awareness not to dispose of their household waste in the drainage channel / ditch in Koto Lalang Village, Bandar Create.

Keywords: *Waste, Drainage, Persuasive Communication, Mass Communication*

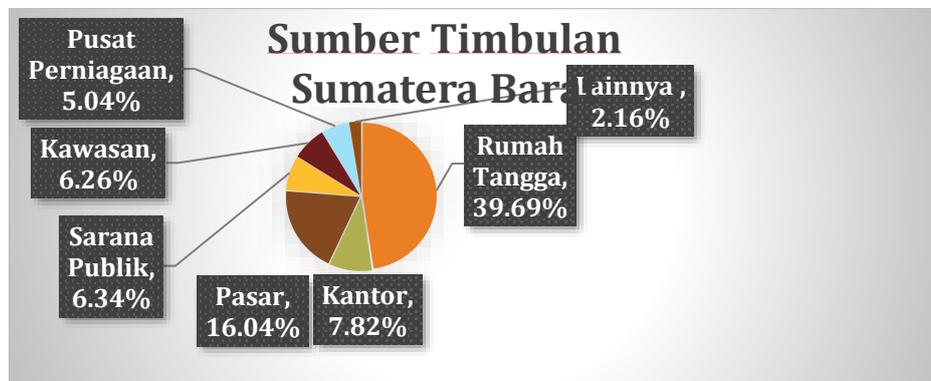
PENDAHULUAN

Pertumbuhan penduduk, kemajuan teknologi, peningkatan kebutuhan manusia serta bertambahnya jumlah jenis sampah merupakan penyebab meningkatnya timbulan sampah di hampir seluruh wilayah Indonesia. Sampah sudah menjadi persoalan yang serius, karena telah menimbulkan dampak negatif terhadap kesehatan masyarakat dan lingkungan. Sampah sudah

menjadi permasalahan Nasional sehingga pengelolaannya perlu dilakukan secara komprehensif dan terpadu dari hulu ke hilir agar memberikan manfaat secara ekonomi, sehat bagi masyarakat dan aman bagi lingkungan serta dapat mendukung terbentuknya perilaku masyarakat yang berwawasan lingkungan.

Permasalahan lingkungan menjadi hal yang perlu diperhatikan mengingat lingkungan hidup sangat berkaitan erat dengan kehidupan manusia dan makhluk hidup lainnya (Nurjaman, 2020; Suprihatin, 2013). Sebagaimana yang dikemukakan oleh Menteri Lingkungan Hidup dan Kehutanan Siti Nurbaya Bakar bahwa jumlah timbulan sampah di Indonesia kira-kira 67,8 juta ton pada tahun 2020 dan akan terus bertambah seiring pertumbuhan jumlah penduduk (Azzahra, 2020).

Timbulan sampah adalah volume sampah atau berat sampah yang dihasilkan dari jenis sumber sampah di wilayah tertentu per satuan waktu (Departemen PU, 2004). Jika melihat persentase jumlah timbulan sampah di Sumatera Barat, sumber timbulan sampah terbesar berasal dari Pasar (16,04%) dan Rumah Tangga (39,69%), termasuk sampah di Jalan Nasional dan Objek Wisata yang selalu menjadi sorotan.



Gambar 1. Sumber Timbulan Sampah 2020 Sumatera Barat.

Sumber: Dinas Lingkungan Hidup Provinsi Sumatera Barat

Dinas kesehatan Kota Padang mencatat bahwa jumlah timbulan sampah per orang/hari di Kota Padang ialah sebesar 2,70 liter per orang dalam sehari. Dengan jumlah penduduk sekitar 872.271 jiwa, timbulan sampah yang harus dibuang setiap hari mencapai 3 juta liter sampah setiap harinya. Berdasarkan data Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) Kota Padang setiap harinya Kota Padang menghasilkan sampah ±500 Ton/hari yang diangkut ke TPA Air Dingin, jumlah yang bisa diangkut ke TPA 400 Ton/hari sedangkan sisa yang tidak bisa diangkut (tertinggal di TPS/kontainer, dll) 100 Ton/hari.

Timbulan sampah terbesar dari Kota Padang, Kabupaten Agam, Pesisir Selatan dan Pasaman Barat sedangkan yang paling rendah timbulan sampah dari Kepulauan Mentawai, Kota Solok dan Padang Panjang. Hal ini sangat tergantung dengan jumlah penduduk dan pola hidup masyarakat terhadap sampah yang dihasilkan oleh masyarakat sebagaimana yang terlihat pada Gambar 2. di bawah ini:



Gambar 2. Timbulan Sampah (ton/tahun) 2020 Sumatera Barat

Sumber: Jakstrada dan Pembinaan 2020

Permasalahan sampah paling utama terjadi di wilayah perkotaan. Hal ini disebabkan kepadatan penduduk yang ada di Perkotaan. Disamping itu perilaku manusia yang tidak bertanggung jawab terhadap sampah dapat menyebabkan munculnya masalah dan kerusakan lingkungan. Bila perilaku manusia semata-mata mengarah lebih pada kepentingan pribadinya dan tidak mempertimbangkan kepentingan bersama maka dapat diprediksi daya dukung lingkungan alam akan dapat terkuras habis dan akibatnya kerusakan lingkungan tidak dapat dihindari.

Fenomena ini juga terjadi di Kelurahan Koto Lalang, pada saluran drainase/parit. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, diketahui bahwa kesadaran masyarakat untuk membuang sampah pada tempat pembuangan sampah resmi masih rendah. Pada gambar 3 dapat dilihat banyaknya tumpukan sampah yang ada pada saluran drainase / parit yang berada pada Kelurahan Koto Lalang.



Gambar 3. Penumpukan sampah di saluran drainase (parit)

Berdasarkan fenomena-fenomena dan temuan awal yang telah dipaparkan dari fakta di lapangan, terlihat bahwa masih adanya permasalahan yang terjadi terutama perilaku masyarakat dengan membuang sampah disaluran drainase/parit, sehingga diperlukan strategi komunikasi untuk menumbuhkan kesadaran masyarakat untuk tidak membuang sampah pada saluran drainase/parit. Sasaran dalam pelaksanaan kegiatan strategi komunikasi ini adalah masyarakat yang berada di sekitar saluran drainase/parit di kelurahan Koto Lalang. Strategi komunikasi menghasilkan gagasan dan konsepsi yang dikembangkan oleh praktisi (Bungin, B. H., 2009; Cox, R., 2013; Effendy, O. U.,

2008). Dalam menangani masalah komunikasi, para perencana dihadapkan pada sejumlah persoalan, terutama dalam kaitannya dalam strategi penggunaan sumber daya komunikasi yang tersedia untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai (Dilla, S., 2007; Fajar, M. 2009). Strategi komunikasi harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (approach) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung pada situasi dan kondisi (Effendy, 2005).

METODE

Strategi komunikasi merupakan kombinasi dari semua elemen komunikasi yang terbaik meliputi komunikator, pesan, media saluran komunikasi sampai dengan efek yang mana ia dirancang bertujuan untuk mencapai tujuan komunikasi yang maksimal (Middleton, dalam Canggara, 2017). Target sasaran dalam penelitian ini adalah masyarakat yang berada disekitar saluran drainase (parit), hal ini dimaksudkan untuk menumbuhkan kesadaran untuk tidak membuang limbah rumah tangga pada saluran drainase (parit) tersebut. Dengan waktu penelitian dimulai pada bulan April sampai dengan Juni 2022. Untuk mewujudkan kesadaran masyarakat agar tidak membuang limbah rumah tangganya pada saluran drainase (parit), maka perlunya komunikasi antar individu maupun masyarakat. Model strategi komunikasi yang digunakan adalah komunikasi persuasif dan komunikasi massa. Menurut Kenneth E. Anderson (1972), menyatakan bahwa komunikasi persuasif merupakan proses komunikasi antar individu. Komunikasi tersebut terjadi di mana komunikator menggunakan simbol-simbol untuk mempengaruhi pikiran si penerima dengan sendirinya, komunikator dapat merubah tingkah laku dan perbuatan audiens. Komunikasi persuasif merupakan komunikasi bertujuan untuk menguatkan atau mengubah sikap dan perilaku, sehingga penggunaan fakta, pendapat dan himbuan motivasional harus bersifat memperkuat tujuan persuasifnya. Sifat media di dalam komunikasi massa adalah serempak dan cepat. Serempak (Simultanety) dapat diartikan sebagai kontak antara komunikator dengan komunikasi dengan khalayak yang dalam jumlah besar itu terlaksana dalam kondisi simultan. Kemudian media disini menjadikan khalayak secara simultan juga memberikan perhatian kepada pesan yang disampaikan oleh komunikator. Di sisi lainnya juga bahwa karakter dari media pada komunikasi massa ini adalah cepat yakni (rapid), yang memungkinkan pesan yang disampaikan pada banyak orang dalam waktu yang cepat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Persiapan Unsur-Unsur Yang Dibutuhkan Dalam Perencanaan dan Strategi Komunikasi

Persiapan yang perlu sebelum aktivitas komunikasi dilaksanakan terlebih dahulu, ada beberapa unsur yang dibutuhkan yang berkaitan dengan elemen-elemen di dalam strategi komunikasi. Adapun unsur-unsur yang dibutuhkan antara lain adalah sebagai berikut:

1. Penetapan Tujuan Komunikasi

Kegiatan strategi komunikasi perlu dilakukan untuk menumbuhkan kesadaran masyarakat sehingga peduli dengan kebersihan lingkungan. Model komunikasi yang digunakan adalah model komunikasi persuasif. Hal ini karena model komunikasi persuasif menekankan dua arah, dimana para pihak berlangsung sebagai orang-orang yang mengembangkan potensi manusiawinya melalui interaksi sosial, tepatnya melalui pengambilan peran orang lain (*role-taking*). Mereka memiliki kedudukan dan peran yang sama sehingga tanggapan dan feedback merupakan suatu hal yang penting di dalam proses komunikasi model ini (Richard & Turner, 2008). Serta menggunakan model komunikasi massa dengan menjadikan media di dalam menyebarkan pesan ke publik secara luas.

2. Komunikator

Komunikator dalam program komunikasi ini adalah penulis sendiri.

3. Target Sasaran/Audiens

Adapun target sasaran dari program komunikasi ini adalah masyarakat yang berada disekitar saluran drainase (parit) di Kelurahan Koto Lalang, Bandar Buat.

4. Pesan

Program kegiatan ini dilaksanakan dalam rangka untuk menumbuhkan kesadaran masyarakat untuk tidak membuang limbah rumah tangganya pada saluran drainase / parit. Strategi pesan komunikasi yang akan digunakan adalah bersifat persuasif dan komunikasi massa. Di dalam hal ini, pesan akan disampaikan secara individu dan menggunakan spanduk, yang mana isi dari pesa tersebut berkaitan dengan kepedulian terhadap kebersihan lingkungan.

Survei Kondisi Awal Terkait Program pembuangan sampah Sebelum Dilakukan Komunikasi

Survei awal yang peneliti lakukan terkait tentang menumbuhkan kesadaran masyarakat untuk menjaga kebersihan drainase / parit, dengan melakukan wawancara dengan perangkat RT yang lokasi tempat tinggalarganya disekitar saluran drainase / parit tersebut. Dari hasil wawancara, terkait program sampah dari pihak pemerintah memberikan bantuan berupa dua becak motor sampah untuk setiap kelurahan. Kendala yang terjadi di lapangan disamping jumlah bantuan tidak sebanding dengan kuantitas sampah warga yang diangkut ke tempat penampungan sampah sementara, juga tidak adanya biaya untuk perawatan dari becak motor tersebut. Keterbatasan dana investasi peralatan, dana operasi dan pemeliharaan ini tentu akan berimbas terhadap pengelolaan sampah di lingkungan masyarakat.

Sementara lokasi tempat penampungan sampah sementara di Kelurahan Koto Lalang yang jauh dari perumahan warga, hal ini merupakan kendala yang dihadapi warga di Kelurahan Koto Lalang. Informasi yang peneliti dapat dari hasil wawancara dengan perangkat RT, bahwa sebelumnya pihak kelurahan pernah akan membuat tempat penampungan sampah sementara pada kelurahan Koto Lalang, namun kendala yang ditemukan adalah warga tidak mau tempat penampungan sampah sementara berlokasi dekat dengan tempat tinggal mereka, dengan alasan menimbulkan bau yang tidak sedap. Informasi ini juga peneliti dapat dari hasil wawancara dengan warga setempat.

Hasil wawancara yang kami dapat dalam menangani masalah pencemaran yang terjadi di saluran drainase/parit, perangkat RW bekerja sama dengan RT-RT sudah pernah mengadakan sosialisasi dan himbauan kepada masyarakat untuk tidak membuang sampah pada saluran drainase/parit tersebut. Saluran drainase/parit ini juga digunakan untuk irigasi sawah yang berada di kelurahan Koto Lalang.

Pelaksanaan Aktivitas Komunikasi yang Telah Direncanakan

Sejauh ini, tahapan pelaksanaan aktivitas komunikasi yang telah dilakukan antara lain adalah survei awal kepada perangkat RT. Survey ini bertujuan untuk mengetahui program pemerintah dalam penanganan sampah di kelurahan. Pada proses komunikasi persuasif, ia akan berlaku efektif bagi komunikator di dalam menyampaikan pesan ke komunikan jika dapat memenuhi beberapa unsur. Menurut para ahli di bidang komunikasi berpandangan bahwa komunikasi persuasif dapat efektif apabila ia dapat dibangun dengan tiga unsur yang amat mendasar, yakni dari seseorang yang bersifat sebagai sumber komunikasi, materi yang dibicarakannya yakni berupa pesan dan orang yang mendengarkannya (Rayudaswati Budi, 2010). Di dalam hal ini, komunikator sering memainkan peran sebagai unsur yang orang atau individu pemberi pesan yang dapat memberikan pengaruh kepada sikap, pendapat dan prilaku orang lain baik secara verbal atau nonverbal.

Adapun tindakan yang dilakukan selanjutnya adalah wawancara dengan warga yang bertujuan

untuk menggali informasi mengenai kondisi awal dari saluran drainase/parit tersebut. Komunikasi dilakukan secara personal seperti yang terlihat pada gambar 4. Dari hasil wawancara dengan warga, menyatakan bahwa saluran drainase/parit juga merupakan saluran irigasi untuk sawah yang berada di kelurahan Koto Lalang. Hasil wawancara tersebut juga didapat informasi bahwa dahulu saluran drainase/parit ini tempat mereka beraktivitas keseharian seperti mencuci, mandi dan lainnya. Namun karena banyaknya dibangun perumahan-perumahan dan juga masyarakat dibagian hulu banyak memiliki usaha kolam-kolam ikan, dengan menggunakan sumber air tersebut. Hal ini menyebabkan semakin ke hilir volume air semakin sedikit.



Gambar 4. Wawancara dengan warga

Kemudian dilakukan komunikasi secara persuasif dengan warga tentang sistem pembuangan limbah rumah tangga yang dilakukan dalam keseharian mereka. Komunikasi persuasif yang dilakukan, mengajak warga untuk tidak membuang sampah pada saluran drainase/parit serta memilah sampah kering dan basah kemudian membuangnya langsung ketempat pembuangan sampah sementara. Komunikasi yang dilakukan tentulah memiliki tujuan tertentu yang dapat dijadikan sebagai sasaran dalam suatu kegiatan sehingga diperlukan perencanaan yang digunakan untuk mencapai tujuan komunikasi persuasif tersebut. Adapun diantara tujuan dari adanya komunikasi persuasif adalah sebagai berikut (dalam Deddy Mulyana, 2007);

1. Dapat memberikan perubahan kepada sikap (attitude change), dan mengubah pola pikir
2. Dapat mengubah opini (opinion change), komunikasi kepada komunikator dengan mengikuti pendapat atau anggapan yang disampaikan oleh seorang komunikator.
3. Dapat mengubah perilaku (behavior change) sebagai dampak dari adanya perubahan sikap dan mengikuti pola pikir dari pesan yang ia terima.
4. Dapat memberikan perubahan kepada sosial (sosial change) dimana komunikasi persuasif sangat berperan di dalam merubah lingkungan masyarakat, pola pikir, hingga perilaku masyarakat.

Kemudian dilakukan komunikasi massa yang tujuannya untuk menyebarkan pesan kepublik secara luas, yang dilakukan dengan pembuatan spanduk dan di pasang pada dua titik lokasi bagian hulu dan pertengahan. Desain spanduk dapat dilihat pada gambar 5. Pesan yang disampaikan dalam spanduk berisikan “Dilarang membuang sampah disepanjang banda/parit ini!” dan “Mari kita jaga kebersihan lingkungan kita dengan membuang sampah pada tempatnya”



Gambar 5 spanduk dilarang buang sampah

Selain itu, untuk mengetahui perkembangan dari kegiatan komunikasi ini, dilakukan proses monitoring disepanjang saluran drainase/parit tersebut, dengan komunikasi persuasif dan komunikasi massa efektif dan efisien dalam menumbuhkan kesadaran masyarakat untuk tidak membuang limbah rumah tangganya disaluran drainase/parit di Kelurahan Koto Lalang, seperti yang terlihat pada gambar 6 dibawah ini.



Gambar 6. Keadaan drainase

SIMPULAN

Program strategi komunikasi ini bertujuan untuk menumbuhkan kesadaran masyarakat untuk tidak membuang limbah rumah tangga di saluran drainase/parit pada Kelurahan Koto Lalang Kota Padang. Dapat disimpulkan sebagai berikut; Strategi komunikasi persuasif telah mampu mewujudkan terbentuknya kesadaran masyarakat untuk menjaga lingkungan tetap bersih khususnya pada saluran drainase/parit. Komunikasi persuasif dilakukan dengan mengajak warga untuk tidak membuang limbah rumah tangganya disaluran drainase/parit serta memberikan edukasi tentang pengelolaan sampah dengan melakukan pemilahan terhadap sampah basah dan kering, serta membuang sampah ke lokasi pembuangan sementara. Kemudian strategi komunikasi massa yang telah dilakukan melalui pemasangan spanduk yang tujuannya seluruh masyarakat peduli terhadap lingkungan agar tetap bersih. Hasil dari program strategi komunikasi yang peneliti gunakan dilapangan, dengan komunikasi persuasif maupun komunikasi massa sangat efektif dan efisien dalam menumbuhkan kesadaran masyarakat untuk tidak membuang limbah rumah tangganya disaluran drainase/parit di Kelurahan Koto Lalang Bandar Buat.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar Arifin (1984), *Strategi Komunikasi: Sebuah Pengantar Ringkas* Bandung: Armico
- Azzahra, T. A. (2020). Menteri LHK: Timbunan Sampah di Indonesia Tahun 2020 Capai 67,8 Juta Ton. Detik News.
- Bungin, B. H.(2009), *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Group.
- Cangara (2008), *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Cangara, H. 2017. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.

- Deddy Mulyana, (2007), *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Dilla, S. (2007), *Komunikasi Pembangunan: Pendekatan Terpadu*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Effendi, (2007), *Kepemimpinan dan Komunikasi*, Yogyakarta: Al-Amin Press
- Effendy, Onong Uchjana (2005), *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Forsdale (1981), *Perspectives on Communication*, New York: Random House
- John Fiske (2012), *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Kincaid, D., Lawrence., Wilbur Schramm (1984). *Azas-Azas Komunilulsi Antar Manusia. East-West*, Jakarta: Communication Institute dan LP3ES.
- A.M, Morissan (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jakarta: Penerbit Kencana
- Nurjaman, M. I. (2020). Pendidikan dan lingkungan hidup: Penelitian terhadap rendahnya pendidikan lingkungan sebagai faktor penyebab ketidakpedulian pada kebersihan lingkungan di Desa Cicalengka Wetan Kecamatan Cicalengka Kabupaten Bandung. UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Rayudaswati Budi (2010), *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Makassar Kretakupa Print
- Richard & Turner (2008), *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika
- Suprpto, Tommy. (2009). *Pengantar Teori & Manajemen Komunikasi*. Jakarta: Media Pressindo.
- Tankard, J. W. S. & Werner J. (2011). *Teori Komunikasi (Sejarah, Metode dan Terapan di dalam Media Massa*, Jakarta : Kencana.
- Wiryanto. (2004), *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : Grasindo