

KOMUNIKASI PERSUASIF DINAS LINGKUNGAN HIDUP DALAM MENCIPTAKAN MASYARAKAT SADAR LINGKUNGAN DI ACEH TENGAH

Oleh: Nurliana

Institut Agama Islam Negeri Takengon

Email: nurlianajufriзал@gmail.com

Abstrak

Manusia sangat membutuhkan lingkungan sebagai tempat untuk melangsungkan kehidupannya. Lingkungan yang baik akan menjadikan manusia nyaman melakukan segala aktivitasnya di muka bumi. Namun, seringkali kerusakan lingkungan terjadi akibat ulah tangan manusia itu sendiri. misalnya saja, membuang sampah rumah tangga sembarangan akan menjadikan keindahan lingkungan menjadi terganggu dikarenakan bau busuk dari sampah serta penyakit yang akan ditimbulkan oleh sampah yang dibuang sembarangan. Selain itu, keindahan Kota juga akan berkurang jika masyarakat membuang sampah tidak pada tempatnya. Karena itu diperlukan komunikasi Persuasif oleh Dinas Lingkungan Hidup untuk menciptakan masyarakat yang sadar akan kebersihan dan keindahan lingkungan.

Kata Kunci: *Komunikasi Persuasif, Dinas Lingkungan Hidup, Masyarakat Sadar Lingkungan*

Pendahuluan

Lingkungan hidup adalah satu kesatuan dari suatu ruang yang terdiri dari benda, daya, keadaan dan makhluk hidup termasuk manusia di dalamnya yang membentuk suatu sistem dengan hubungan yang saling mempengaruhi untuk membentuk kelangsungan kehidupan dan kesejahteraan manusia serta makhluk hidup lain. Munculnya kasus- kasus lingkungan yang terjadi di setiap daerah, tidak dapat di lepaskan dari sikap dan perilaku demikian tidak lain merupakan implikasi dari masih kuatnya pandangan antroposentrisme, yang selalu menempatkan manusia dan kepentingannya sebagai pusat dari segalanya. Manusia di anggap paling menentukan dalam tatanan ekosistem, sehingga ia bias melakukan apa saja terhadap lingkungan, walaupun dengan cara-cara yang merusak lingkungan. Sebagai akibatnya, kini telah terjadi apa

yang dinamakan dengan krisis lingkungan, seperti krisis air, udara bersih, punahnya satwa, dan sebagainya. Krisis ini telah pula menjadi salah satu penyumbang terjadi krisis global yang serius.¹

Lingkungan adalah tempat hidup semua makhluk yang ada di bumi, khususnya manusia. Menurut Hendrik L. Blum, 1974 dalam Slamet, 2016 menyatakan bahwa lingkungan adalah factor terbesar dalam mempengaruhi derajat kesehatan, sehingga menjaga lingkungan merupakan tanggung jawab masyarakat. Peran masyarakat sangat penting dalam menjaga lingkungan, sebab masyarakat dituntut mampu menyelesaikan permasalahan menyangkut lingkungan hidupnya. Salah satu permasalahan lingkungan hidup adalah tentang kebersihan. Kebersihan adalah sebuah cerminan setiap individu dalam menjaga kesehatan. Kebersihan merupakan suatu keadaan yang bebas dari segala kotoran, dan lain-lain yang dapat merugikan segala aspek yang menyangkut setiap kegiatan dan perilaku masyarakat. Untuk mewujudkan kebersihan lingkungan, dibutuhkan kesadaran dari masyarakat tentang pentingnya menjaga kebersihan.²

Sampah merupakan hasil dari aktivitas manusia. Keberadaannya tidak dapat dihindari dan harus dikelola dengan baik karena pengelolaan sampah yang tidak saniter dapat mengakibatkan terjadinya pencemaran lingkungan. Kondisi ini mengakibatkan terjadinya penurunan kualitas lingkungan hidup dan gangguan pada kesehatan manusia. Salah satu dampak negatif pada lingkungan disebabkan oleh berbagai bahan berbahaya dan beracun (B3) yang terkandung di dalam sampah.

Lingkungan hidup adalah satu kesatuan dari suatu ruang yang terdiri dari benda, daya, keadaan dan makhluk hidup termasuk manusia di dalamnya yang membentuk suatu sistem dengan hubungan yang saling mempengaruhi untuk membentuk kelangsungan kehidupan dan kesejahteraan manusia serta makhluk hidup lain. Munculnya kasus- kasus lingkungan yang terjadi di setiap daerah, tidak dapat di lepaskan dari sikap dan perilaku demikian tidak lain merupakan implikasi dari masih kuatnya pandangan antroposentrisme, yang selalu menempatkan manusia dan kepentingannya sebagai pusat dari segalanya. Manusia di anggap paling menentukan dalam tatanan ekosistem, sehingga ia bias melakukan apa saja terhadap lingkungan, walaupun dengan cara-cara yang merusak lingkungan. Sebagai akibatnya, kini telah terjadi apa

¹Muhammad Akib, *Penegakan Hukum Lingkungan Dalam Perspektif holistik – Ekologis*, (Bandar Lampung, Penerbit Universitas Lampung, 2011), hl. 1

² Elamin, M. Z, dkk (2018). Analysis of Waste Management in The Village of Disanah, District of Sreseh Sampang, Madura. *Jurnal Kesehatan Lingkungan*, 10(4), h. 368.

yang dinamakan dengan krisis lingkungan, seperti krisis air, udara bersih, punahnya satwa, dan sebagainya. Krisis ini telah pula menjadi salah satu penyumbang terjadi krisis global yang serius.

Penjelasan diatas lingkungan hidup dan kebersihan itu tidak terlepas dengan proses kehidupan social manusia yang sangat beketergantungan dengan dunia pangan dan bisnis, karena hal itu merupakan penunjang pokok utama bagi penunjang kehidupan manusia itu pada umumnya, sehingga dengan kebutuhan tersebut manusia itu menjadi lalai tanpa menyadari akan keindahan dan kebersihan lingkungan hidup mereka.

Pengertian diatas dapat penulis simpulkan bahwa lingkungan merupakan semua benda dan daya serta kondisi, termasuk di dalamnya manusia dan tingkah-perbuatannya, yang terdapat dalam ruang dimana manusia berada dan mempengaruhi kelangsungan hidup serta kesejahteraan manusia dan jasad-jasad hidup lainnya.

Aceh Tengah merupakan kabupaten yang berada pada daerah pegunungan. Suasana yang sejuk, nyaman dan asri serta pemandangan danau Lut Tawar yang merupakan danau terbesar di Indonesia menduduki peringkat kedua setelah Danau Toba memiliki daya tarik yang tinggi dimata wisatawan. Aceh Tengah merupakan daerah kawasan wisata di Aceh yang paling banyak dikunjungi wisatawan setelah Sabang. Namun, kota wisata ini juga harus diimbangi oleh lingkungan yang bersih. Sampah yang bertumpuk disepanjang kota Takengon saat pagi hari merupakan pemandangan yang dapat mengurangi keindahan kota wisata ini. Sehingga dibutuhkan komunikasi yang baik antara Dinas Lingkungan Hidup dengan masyarakat Kota Takengon.

Pengertian Komunikasi Persuasif

Secara etimologi istilah komunikasi atau dalam bahasa inggris *communication* berasal dari kata latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama di sini maksudnya adalah sama makna jadi komunikasi dapat terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dipercakapan.³

Komunikasi persuasif merupakan sebuah proses komunikasi yang tidak akan bisa lepas dari keseharian kita sebagai seorang manusia. Media sosial merupakan salah satu media yang digunakan dalam berkomunikasi, termasuk komunikasi persuasif. Proses komunikasi persuasif memerlukan

³Ariani, W., & Dristiana, K. (2019). *Komunikasi Persuasif Pada Iklan Layanan*. 7(1), h. 167–178.

komunikasikan (*persuader*) dan komunikator (*persuadee*) seperti halnya proses komunikasi pada umumnya dan dalam melakukannya memerlukan teknik-teknik tersendiri agar efektif.

Bettinghaus menyebut persuasi adalah usaha mempengaruhi pemikiran dan perbuatan seseorang, atau hubungan aktivitas antara pembicara dan pendengar di mana pembicara berusaha mempengaruhi tingkah laku pendengar melalui perantara pendengaran dan penglihatan. Sedangkan komunikasi persuasif ialah proses komunikasi yang bertujuan mempengaruhi pemikiran dan pendapat orang lain agar menyesuaikan pendapat dan keinginan komunikator atau pembicara. Atau proses komunikasi yang mengajak atau membujuk orang lain dengan tujuan untuk mengubah sikap, keyakinan, dan pendapat sesuai keinginan pembicara. Namun ajakan ini bukan berarti paksaan atau ancaman. Tujuan dari komunikasi persuasif tidak hanya untuk memberitahu, tapi juga mengubah sikap, pendapat, atau perilaku⁴

Komunikasi persuasi menurut *Larson* yaitu adanya kesempatan yang sama untuk saling mempengaruhi, memberi tahu audiens tentang tujuan persuasi, dan mempertimbangkan kehadiran audiens. Istilah Persuasi bersumber dari bahasa latin ,*persuasion*, yang berarti membujuk, mengajak atau merayu. Persuasi bisa di lakukan secara rasional dan secara emosional, biasanya menyentuh aspek afeksi yaitu hal yang berkaitan dengan kehidupan emosional, biasanya menyentuh aspek afeksi yaitu hal yang berkaitan dengan kehidupan emosional seseorang. Melalui cara emosional ,aspek simpati dan empati seseorang dapat di gubah.

Persuasi adalah bentuk penanaman pengaruh yang bisa berwujud apa pun, mulai dari keyakinan, sikap, maksud, dan motivasi. Persuasi adalah bagian tidak terpisahkan dari proses komunikasi individu, seorang pengirim pesan (*sender*) berusaha untuk memberikan dan memperbesar pengaruh pesan yang di sampaikan kepada penerima pesan (*receiver*). Persuasi adalah sebuah proses yang bertujuan untuk mengubah sikap atau perilaku individu baik secara personal maupun kelompok terhadap satu buah isu, tema, peristiwa atau objek yang lainnya baik bersifat abstrak seperti ide atau sesuatu yang actual seperti produk yang di gunakan. Usaha ini di lakukan baik dengan melalui jalur verbal atau nonverbal dengan cara mengonversi informasi, perasaan, atau alasan atau kombinasi semuanya ke dalam bentuk lain yang dapat di terima oleh si penerima pesan.

⁴ Putri, F. I., Lukmantoro, dkk (2015). Teknik-teknik Persuasif Dalam Media Sosial (Studi Analisis Isi Kualitatif Pada Akun Mentor Parenting Ayah Edy di YouTube). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, h. 1–9.

Ditinjau dari ruang lingkup ilmu komunikasi, komunikasi persuasive masuk ke dalam ranah teknik komunikasi yang memiliki tujuan untuk merubah sikap, merubah pendapat, merubah perilaku, dan merubah sosial. Komunikasi persuasive merupakan komunikasi khusus dengan tujuan untuk mempengaruhi sikap, pendapat, dan perilaku orang lain baik melalui verbal maupun non verbal

Penulis dapat menyimpulkan bahwa komunikasi persuasi tersebut merupakan proses penyampaian pesan ide gagasan serta pikiran yang sifatnya merayu, membujuk, serta mempengaruhi khalayak ramai agar dapat senantiasa mengikuti dan memahami tentang pesan yang kita sampaikan

Unsur-Unsur Komunikasi Persuasif

Adapun unsur-unsur dalam suatu proses komunikasi persuasif menurut Sumirat & Suryana adalah:

1. *Persuader*: adalah orang dari suatu sekelompok orang yang menyampaikan pesan dengan tujuan untuk mempengaruhi sikap, pendapat dan perilaku orang lain baik secara verbal maupun nonverbal.
2. *Persuadee* : adalah orang yang menjadi tujuan pesan itu tersampaikan di saluran oleh persuader baik secara verbal maupun nonverbal. *Persuadee* sebelum melakukan suatu aktivitas yang fundamental, aktivitas yang sifatnya intern, di dalam diri yakni belajar. *Persuadee* adalah orang yang menjadi tujuan pesan itu tersampaikan di saluran oleh persuader baik secara verbal maupun nonverbal. *Persuadee* sebelum melakukan perubahan dirinya, sebenarnya melakukan suatu aktivitas yang fundamental, aktivitas yang sifatnya intern, di dalam diri yakni belajar. Belajar biasanya tidak hanya merupakan suatu proses sesaat. Setiap *persuadee* menerima stimulus, menafsirkan, memberikan respons, mengamati akibat respons, menafsirkan kembali, memberikan respons baru,

menafsirkan seterusnya. Hal ini dilakukan terus menerus sehingga persuade mendapat kebiasaan memberikan respon dalam suatu cara tertentu.⁵

3. Pesan Persuasif : isi pesan persuasif juga perlu di perhatikan karena isi pesan persuasif harus berusaha untuk mengkondisikan, menguatkan, atau membuat perubahan tanggapan sasaran.
4. Saluran Persuasif : merupakan perantara di antara orang-orang yang berkomunikasi bentuk saluran tergantung dengan jenis komunikasi yang dilakukan.
5. Umpan Balik : balasan dari perilaku yang diperbuat, umpan balik bisa dalam bentuk eksternal dan internal. Umpan balik internal adalah reaksi *persuader* atas pesan yang disampaikan sedangkan umpan balik eksternal adalah adalah reaksi penerima atas pesan yang disampaikan.
6. Efek : efek komunikasi persusif adalah perubahan yang terjadi pada diri *persuadee* sebagai akibat dan diterimanya pesan melalui proses komunikasi.⁶

Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif yakni metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi, analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di lapangan. Yaitu pada Dinas Lingkungan Hidup Kota Takengon, didapatkan hasil bahwa ada beberapa hal yang dilakukan dinas Lingkungan Hidup dalam menciptakan masyarakat sadar lingkungan melalui komunikasi persuasive, diantaranya adalah :

1. Memberikan penyuluhan terjadwal

⁵ Herdian Maulana, Gumgum gumelar, Herdian Maulana, Gumgum Gumelar, *Psikologi Komunikasi dan Persuasi* (Jakarta: Akademia Permata 2013), h.. 27

⁶ Ariani, W., & Dristiana, K. (2019). *Komunikasi Persuasif Pada Iklan Layanan*. 7(1), h. 167–178.

Dinas Lingkungan Hidup Bekerjasama dengan Reje/Geuchik Kampung diseluruh Kota Takengon untuk mengadakan penyuluhan tentang pentingnya membuang sampah pada tempat yang disediakan. Mengingat setiap pagi banyak sampah yang ditumpuk pada trotoar jalan atau pada pembatas jalan raya di tengah Kota Takengon. Selain itu, himbauan selalu diberikan oleh *Reje/geuchik* setiap kampung yang berada di wilayah Kota Takengon kepada para ibu-ibu rumah tangga agar memilah dan memilih sampah Organik dan Non Organik untuk dapat dimanfaatkan kembali. Jadwal yang biasa dilakukan adalah dengan melakukan penyuluhan sejenis seminar kepada warga Kampung sekali dalam Dua Bulan. Biasanya dilakukan pada minggu kedua pada bulan yang kedua.

2. Membentuk Forum Komunikasi Takengon Asri (FOKTA)

Forum ini dibentuk dan diketuaia oleh salah satu pemuda yang ada pada kampung di wilayah kota takengon dengan beberapa anggota. Dengan tujuan untuk selalu mengontrol masyarakat yang membuang sampah sembarangan serta melakukan komunikasi kepada masyarakat tersebut. FOKTA ini langsung dibentuk dan mendapat persetujuan langsung dari *Reje/Geuchik* kampung setempat.

3. Menempelkan Pamflet/ Spanduk/ Baliho

Pamflet/Spanduk/Baliho sering ditempel pada tempat-tempat umum tempat dimana masyarakat sering membuang sampah, misalnya pada tembok disebelah trotoar jalan raya. Himbauan ini dimaksudkan agar menyadarkan masyarakat untuk membuang sampah pada tempat yang telah disediakan oleh Dinas Lingkungan Hidup

4. Meletakkan tempat sampah pada beberapa sudut kota Takengon

Ada beberapa titik di sudut Kota Takengon yang dijadikan tempat untuk masyarakat membuang sampah. Titit-titit tersebut merupakan lahan kosong milik Pemerintah Kota yang belum dipakai, sehingga sementara waktu dapat dijadikan tempat pembuangan sampah bagi Masyarakat Kota Takengon, setelah sampah dikumpulkan pada titik tersebut, setiap sore akan ada truck sampah yang akan membawa sampah tersebut pada Tempat Pembuangan Akhir (TPA). Sehingga sampah tersebut tidak lagi menumpuk pada sudut Kota Takengon.

5. Mengadakan Becak Pengangkut Sampah

Untuk mengantisipasi pembuangan sampah masyarakat Kota Takengon yang tinggal agak jauh dari Kota Takengon, Dinas Lingkungan Hidup memberikan fasilitas becak pengangkut sampah yang masuk langsung ke pemukiman warga untuk mengangkut sampah Rumah Tangga warga Kota Takengon. Becak sampah ini beroperasi dua hari sekali dalam setiap lingkungan. Ada 15 becak pengangkut sampah yang dioperasikan untuk mengangkut sampah warga sekitana Kota Takengon yang tinggal aga jauh dari kota Takengon.

Namun, realitasnya, setiap paginya pemandangan Kota Takengon selalu terlihat tumpukan sampah disepanjang jalan. Sehingga mengurangi keindahan Kota Takengon. Selain itu, sampah yang ditumpuk sembarangan pada trotoar jalan atau pad ataman-taman mini yang terletak ditengah jalan raya akan merusak tanaman yang ditanam oleh Dinas Lingkungan Hidup sebagai upaya untuk memperindah Kota Takengon Serta untuk mengurangi polusi.

Selain itu, pekerjaan petugas Dinas Lingkungan Hidup juga akan menjadi bertambah dengan mengutip sampah yang dibuang masyarakat Kota Takengon disepanjang jalan raya. Padahal Dinas Lingkungan Hidup sudah memberikan beberapa fasilitas sebagai upaya untuk menjaga kelestarian lingkungan Kota Takengon, diantaranya adalah Truck Pengangkut sampah keliling, Becak Pengangkut sampah, Serta memberikan lokasi yang dijadikan tumpukan sampah

Disamping itu juga pihak terkait juga memberikan himbauan atau penyuluhan kepada masyarakat agar tetap menjaga kelestarian hidup sehat dan bersih, dan juga memberikan serta lebih menumbuhkan kesadaran diri dalam menjaga kelestarian hidup terutama dibidang penjagaan pembuangan sampah. Banyak spanduk dan baliho di tempat-tempat umum yang berisi bahaya serta peringatan agar tidak membuang sampah sembarangan.

Beberapa kendala yang dihadapi oleh Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Aceh Tengah dalam menyadarkan masyarakat Kota Takengon untuk sadar lingkungan adalah sebagian masyarakat tidak acuh terhadap himbauan yang telah disampaikan oleh Dinas Lingkungan Hidup baik secara lisan maupun tulisan, sehingga masyarakat tetap saja terbiasa membuang sampah pada trotoar ataupun pada pembatas jalan raya yang ditanami oleh tanaman yang berfungsi untuk penghijauan.

Kesimpulan

Komunikasi persuasive Dinas Lingkungan Hidup terhadap kesadaran masyarakat dalam membuang sampah di Kota Takengon adalah menggunakan komunikasi yang berupa simbol-simbol seperti himbauan, spanduk dan penyuluhan serta internet, radio sebagai media yang digunakan oleh Dinas Lingkungan Hidup untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat. Hal yang menjadi topik permasalahan yaitu belum semua masyarakat sadar akan menjaga kebersihan lingkungan meskipun hal tersebut sudah sering dihimbau atau disampaikan oleh dinas lingkungan hidup Kabupaten Aceh Tengah. Selain itu, ada juga beberapa kendala dalam Komunikasi Persuasif Dinas Lingkungan Hidup terhadap kesadaran masyarakat dalam membuang sampah di Kota Takengon antara lain masyarakat yang kurang dalam memahami isi pesan-pesan yang disampaikan oleh Dinas Lingkungan Hidup baik berupa lisan, tulisan, himbauan, penyuluhan dan media yang digunakan yang berupa internet, radio dan sebagainya, kurangnya pengetahuan masyarakat tentang menjaga lingkungan yang sehat dan bersih. serta sebagian masyarakat masih membuang sampah pada trotoar jalan maupun pada pembatas jalan sehingga akan mengurangi keindahan Kota Takengon.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariani, W., & Dristiana, K. (2019). *Komunikasi Persuasif Pada Iklan Layanan*. 7(1)
- Elamin, M. Z., Ilmi, K. N., Tahirah, T., Zarnuzi, Y. A., Suci, Y. C., Rahmawati, D. R., Dwi P., D. M., Kusumaardhani, R., Rohmawati, R. A., Bhagaskara, P. A., & Nafisa, I. F. (2018). Analysis of Waste Management in The Village of Disanah, District of Sreseh Sampang, Madura. *Jurnal Kesehatan Lingkungan*, 10(4)
- Herdiyan Maulana, Gumgum gumelar, Herdiyan Maulana, Gumgum Gumelar, *Psikologi Komunikasi dan Persuasi*, Jakarta: Akademia Permata 2013.
- Muhammad Akib, *Penegakan Hukum Lingkungan Dalam Perspektif holistik – Ekologis*, Bandar Lampung, Penerbit Universitas Lampung, 2011.
- Putri, F. I., Lukmantor, T., Sos, S., Si, M., Dwiningtyas, H., Ma, S., Joyo, D., & Gono, N. S. (2015). Teknik-teknik Persuasif Dalam Media Sosial (Studi Analisis Isi Kualitatif Pada Akun Mentor Parenting Ayah Edy di YouTube). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1–9. <https://media.neliti.com/media/publications/185258-ID-teknik-teknik-persuasif-dalam-media-sosi.pdf>