

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Review Penelitian Sejenis

Review penelitian sejenis merupakan panduan untuk membandingkan penelitian yang akan dibuat dengan penelitian yang telah ada. Hal ini bertujuan untuk memperluas cakupan teori, memberikan lebih banyak referensi pada penelitian yang sejenis, dan menghindari adanya kesamaan atau plagiarisme. Berikut ini adalah hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini, yaitu diantaranya:

1. Skripsi milik Tara Puspita Ayu (2024) yang berjudul, "Strategi Komunikasi Lingkungan Bank Sampah Inspirasi Madani Kota Pekanbaru Dalam Meningkatkan Kepedulian". Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif yaitu deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian ini diperoleh bahwa dalam meningkatkan kepedulian masyarakat terhadap lingkungan dibagi menjadi 3 strategi, yakni strategi penerima (sasaran), strategi pesan, dan strategi media. Dalam konteks strategi penerima, ibu-ibu rumah tangga masyarakat setempat dijadikan target untuk menerima pesan. Hal ini dikarenakan ibu-ibu rumah tangga lebih erat kaitannya dengan urusan sampah rumah tangga, dengan demikian dapat memberikan pengaruh pula terhadap lingkungan.

Dalam konteks strategi pesan, pesan yang disampaikan oleh pihak Bank Sampah Insan Madani memberikan pemahaman mengenai pentingnya menjaga lingkungan, serta pemberian informasi mengenai pentingnya mengelola sampah. Dan dalam konteks strategi media, digunakan dua media komunikasi yakni secara langsung melalui sosialisasi, serta secara tidak langsung dengan bantuan alat berupa brosur. Dalam hal ini, komunikasi secara langsung dapat meningkatkan kepedulian masyarakat untuk menjaga lingkungan.

2. Jurnal Efni Cerya dan Susi Evanita (2021) yang berjudul, "Strategi Komunikasi Lingkungan Dalam Membangun Kepedulian Masyarakat Dalam Pengelolaan Sampah Rumah Tangga". Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif yaitu deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian tersebut diperoleh bahwa setelah melakukan komunikasi personal dan komunikasi massa pada masyarakat, komunikasi personal dapat merubah perilaku masyarakat untuk lebih peduli terhadap pengelolaan sampah di lingkungannya.
3. Skripsi Sindy Widianty Putri (2024) yang berjudul, "Strategi Komunikasi Lingkungan Pada Kampanye *Sustainable Beauty* "Waste Down Kindness Up Sociolla Recycle Station" Dalam Meningkatkan Kesadaran Lingkungan". Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi deskriptif. Hasil dari penelitian ini adalah kampanye *sustainable beauty* memberikan kontribusi penting tentang

bagaimana strategi komunikasi dapat berdampak pada kelanjutan kesadaran lingkungan khususnya pada konteks kecantikan.

4. Jurnal Della Monica (2022) yang berjudul, "Audit Komunikasi Program Kaji Terap (Studi Pada Balai Penyuluhan Pertanian (BPP) Suluh Manuntung Lempake Kota Samarinda)". Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan hasil dari penelitian ini ialah menemukan adanya permasalahan pada proses *input*, *process*, *output*, dan *outcome* pada Program Kaji Terap yang menyebabkan tidak optimalnya proses komunikasi dari BPP kepada petani. Penelitian ini juga memberikan rekomendasi yakni, pada tahapan *input*, BPP dapat menambah SDM yang professional dan dapat menentukan tujuan komunikasi, pada tahapan *process*, BPP dapat memilih komunikator yang tepat, saluran komunikasi yang tepat, serta memilih pesan yang tepat. Lalu pada tahapan *output*, BPP dapat memilih waktu yang tepat untuk memberikan penyuluhan, dan pada tahapan *outcome*, BPP dapat memberikan materi penyuluhan untuk membantu perhitungan proses padi dan dapat berkoordinasi dengan Pemerintah Daerah dan pihak PDAM.
5. Jurnal Niken Hapsari, Sunarto, dan Hadiati (2024) yang berjudul, "Audit Komunikasi Kebijakan Pengembangan Kompetensi Pelatihan Dasar Calon Pegawai Negeri Sipil (Latsar CPNS)". Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Hasil dari penelitian ini adalah terdapat beberapa hambatan-hambatan yang terjadi dalam proses komunikasi antara Lembaga Administrasi

Negara (LAN) dengan lembaga penyelenggara pelatihan, seperti *feedback barrier*, hambatan fisik, dan hambatan *psicosocial*.

6. Jurnal Oka Imanidar, Agus Ganjar Runtiko dan Shinta Prastyanti (2023) yang berjudul, "Audit Komunikasi Internal Media Sosial Humas Pemerintah Kabupaten Tegal". Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis konten. Hasil dari penelitian ini adalah terbentuknya gambaran yang komprehensif tentang efektivitas kampanye komunikasi internal melalui media sosial, hal ini dapat meningkatkan strategi komunikasi internal Humas Pemerintah Kabupaten Tegal.

Tabel 2. 1 Tabel Review Penelitian Sejenis

No	Nama Peneliti	Judul	Metode/Teori	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
1	Tara Puspita Ayu Mahasiswi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau	Strategi Komunikasi Lingkungan Bank Sampah Inspirasi Madani Kota Pekanbaru Dalam Meningkatkan Kepedulian	Kualitatif, konsep komunikasi lingkungan (Strategi penerima, pesan, dan media).	Hasil dari penelitian ini ialah, untuk meningkatkan kepedulian masyarakat terhadap lingkungan dapat dilakukan melalui tiga strategi yakni, strategi penerima, pesan, dan media. Pemilihan penerima pesan yang tepat akan berdampak pada perubahan lingkungan, didukung dengan pentingnya pemilihan pesan dan media. Penelitian ini mengungkapkan bahwa media	Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti mengenai strategi komunikasi lingkungan. Perbedaan dalam penelitian ini adalah perbedaan objek dan teori yang digunakan

				komunikasi langsung melalui sosialisasi berdampak dalam peningkatan pengetahuan masyarakat akan lingkungan	
2	Efni Carya dan Susi Evanita Mahasiswa Unniversitas Negeri Padang	Strategi Komunikasi Lingkungan Dalam Membangun Kepedulian Masyarakat Dalam Pengelolaan Sampah Rumah Tangga	Kualitatif, teori perubahan perilaku	Hasil dari penelitian ini mengungkapkan bahwa komunikasi personal dapat merubah perilaku masyarakat untuk lebih peduli terhadap pengelolaan sampah di lingkungannya dibandingkan dengan komunikasi massa	Persamaan penelitian ini adalah sama-sama meneliti mengenai strategi komunikasi lingkungan. Perbedaan penelitian ini adalah perbedaan objek dan teori yang digunakan
3	Sindy Widianty Putri	Strategi Komunikasi Lingkungan Pada	Kualitatif, teori perubahan perilaku	Hasil dari penelitian ini adalah kampanye <i>sustainable beauty</i>	Persamaan penelitian ini adalah sama-sama

	Mahasiswi Universitas Pasundan Bandung	Kampanye Sustainable Beauty ” <i>Waste Down Kindness Up Sociolla Recycle Station</i> ” Dalam Meningkatkan Kesadaran Lingkungan		memberikan kontribusi penting tentang bagaimana strategi komunikasi dapat berdampak pada kelanjutan kesadaran lingkungan khususnya pada konteks kecantikan.	meneliti mengenai strategi komunikasi lingkungan. Perbedaan penelitian ini adalah perbedaan objek dan teori yang digunakan
4	Della Monica Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Kotabumi	Audit Komunikasi Program Kaji Terap (Studi Pada Balai Penyuluhan Pertanian (BPP) Suluh Manuntung Lempake Kota Samarinda)	Kualitatif, Audit Komunikasi	Hasil dari penelitian ini ialah menemukan adanya permasalahan pada proses <i>input</i> , <i>process</i> , <i>output</i> , dan <i>outcome</i> pada Program Kaji Terap BPP yang menyebabkan tidak optimalnya proses komunikasi	Persamaan penelitian ini adalah sama-sama mengkaji mengenai audit komunikasi suatu program. Perbedaannya terletak pada objek penelitian.

				<p>dari BPP kepada petani.</p> <p>Penelitian ini juga memberikan rekomendasi yakni, pada tahapan <i>input</i>, BPP dapat menambah SDM yang professional dan dapat menentukan tujuan komunikasi, pada tahapan <i>process</i>, BPP dapat memilih komunikator yang tepat, saluran komunikasi yang tepat, serta memilih pesan yang tepat. Lalu pada tahapan <i>output</i>, BPP dapat memilih waktu yang tepat untuk memberikan penyuluhan, dan</p>	
--	--	--	--	--	--

				<p>pada tahapan <i>outcome</i>, BPP dapat memberikan materi penyuluhan untuk membantu perhitungan proses padi dan dapat berkoordinasi dengan Pemerintah Daerah dan pihak PDAM.</p>	
5	<p>Jurnal Niken Hapsari, Sunarto, dan Hadiati Mahasiswa Universitas Prof. Dr. Moestopo</p>	<p>Audit Komunikasi Kebijakan Pengembangan Kompetensi Pelatihan Dasar Calon Pegawai Negeri Sipil (Latsar CPNS)</p>	<p>Kualitatif dengan pendekatan studi kasus</p>	<p>Hasil dari penelitian ini adalah terdapat beberapa hambatan-hambatan yang terjadi dalam proses komunikasi antara Lembaga Administrasi Negara (LAN) dengan lembaga</p>	<p>Persamaan penelitian ini adalah sama-sama mengkaji audit komunikasi dari suatu program. Perbedaannya</p>

				penyelenggara pelatihan, seperti <i>feedback barrier</i> , hambatan fisik, dan hambatan <i>psicosocial</i> .	terletak pada objek dan teori yang digunakan.
6	Oka Imanidar, Agus Ganjar Runtiko dan Shinta Prastyanti	Audit Komunikasi Internal Media Sosial Humas Pemerintah Kabupaten Tegal	Kualitatif dengan pendekatan analisis konten	Hasil dari penelitian ini adalah terbentuknya gambaran yang komprehensif tentang efektivitas kampanye komunikasi internal melalui media sosial, hal ini dapat meningkatkan strategi komunikasi internal Humas Pemerintah Kabupaten Tegal.	Persamaan penelitian ini adalah sama-sama mengkaji audit komunikasi. Perbedaannya terletak pada objek penelitiannya

2.1.1 Kerangka Konseptual

2.1.2.1 Komunikasi

Komunikasi merupakan proses penyampaian informasi dari komunikator (penyampai) kepada komunikan (penerima) dengan tujuan tertentu, bisa itu tujuan persuasif, promosi, dan lainnya.

Menurut Wahlstrom (1992) komunikasi merupakan proses terjadinya pemberian informasi, gagasan, dan perasaan yang dituangkan tidak hanya dalam bentuk lisan, tetapi juga dituangkan dalam bahasa tubuh, simbol, atau hal lainnya yang bertujuan untuk memperjelas makna.

Sedangkan menurut Carl L. Hovland dalam Hariyanto (2021) mendefinisikan komunikasi sebagai proses dimana orang-orang atau individu (komunikator) mengoperkan stimuli dalam bentuk lambang-lambang bahasa yang bertujuan untuk merubah tingkah laku/perilaku anggota komunikasi lainnya.

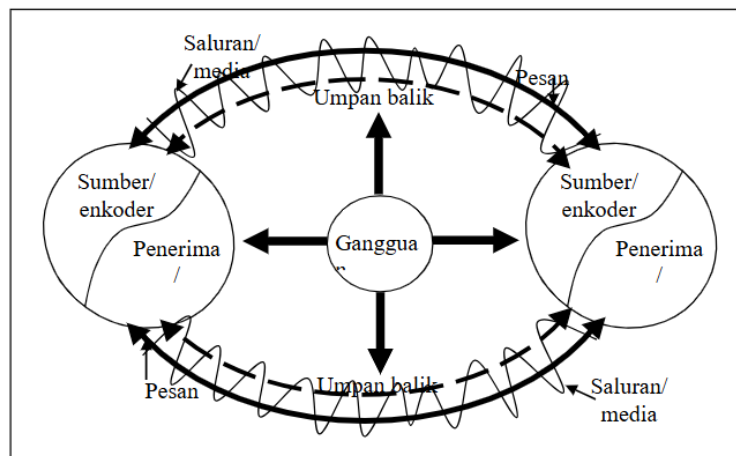
A. Unsur Komunikasi

Onong dalam (Hariyanto, 2021.) menjelaskann bahwa dalam komunikasi terdapat sembilan unsur, yakni:

1. **Sender**, merupakan komunikator atau dapat didefinisikan sebagai orang atau kelompok yang menyampaikan pesan pada satu orang ataupun banyak orang.

2. **Encoding**, merupakan proses pengalihan pikiran, ide, informasi, ataupun gagasan seseorang dengan simbol atau lambang yang dimaknai sama oleh sekelompok atau sebagian besar orang.
3. **Message**, merupakan pesan, informasi, ide yang disampaikan oleh komunikator dan mempunyai makna bagi pelaku komunikasi.
4. **Media**, merupakan saluran yang digunakan untuk menyampaikan pesan atau informasi dari komunikator kepada komunikan.
5. **Decoding**, merupakan proses dimana komunikan memaknai dan menginterpretasikan pesan, ataupun lambang-lambang yang disampaikan komunikator.
6. **Receiver**, merupakan penerima pesan dari komunikator atau dapat disebut sebagai komunikan.
7. **Efek**, merupakan seperangkat reaksi yang dirasakan komunikan ketika menerima pesan dari komunikator. Reaksi ini bisa beragam, bisa terpengaruh, menolak, menerima ataupun lainnya.
8. **Feedback**, merupakan umpan balik atau balasan atas pesan yang disampaikan komunikator yang dikirimkan kembali kepada pengirim pesan (komunikator).
9. **Noise**, gangguan dari proses komunikasi yang tidak direncanakan dan dapat mengganggu proses komunikasi menjadi tidak efektif.

Berikut ini merupakan ilustrasi dari proses komunikasi yang terjadi antara komunikator kepada komunikan:



Gambar 2. 1 Proses Komunikasi Menurut Lawrence Kincaid

Sumber: Lawrence Kincaid dalam (Hariyanto, 2021)

B. Tujuan Komunikasi

Gordon dalam (Hariyanto, 2021) menyatakan bahwa tujuan dari komunikasi merupakan kualitas seluruh komunikasi itu, seperti motivasi, termasuk seluruh tingkah laku sepanjang komunikasi dan/ tingkah laku itu melibatkan manusia.

Secara umum, tujuan dari komunikasi adalah untuk mempengaruhi komunikan, memunculkan empati dan simpati, mengubah pandangan serta untuk tujuan promosi, dan lainnya.

Hariyanto (2021) menuturkan bahwa tujuan komunikasi meliputi tiga aspek berikut, yaitu:

1. Mengubah Sikap

Komunikasi dapat mengubah sikap komunikan hal ini dikarenakan dalam prosesnya, pesan yang disampaikan oleh komunikator bersifat persuasif.

Perubahan sikap pada komunikan bisa berdampak positif ataupun negatif, tergantung pada pesan dan kondisi psikologis komunikan yang menerimanya.

2. Mengubah Opini

Komunikasi dengan tujuan untuk mengubah opini komunikannya berkaitan erat dengan teknik penggunaan bahasa, diksi, gestur, serta pemahaman pada kondisi psikologis komunikannya. Dalam hal ini, retorika atau seni berbicara digunakan untuk membuat perubahan pandangan atau opini komunikan.

3. Mengubah perilaku

Komunikasi juga dapat mengubah perilaku komunikannya. Hal ini berkaitan dengan kemampuan komunikator untuk menyampaikan pesan yang dapat mempersuasi komunikan untuk melakukan perilaku sesuai dengan yang komunikator inginkan. Strategi komunikasi berperan sangat penting untuk mengubah perilaku komunikan.

Secara umum, akibat atau hasil dari komunikasi mencakup tiga aspek, seperti yang dijelaskan Hariyanto (2021) sebagai berikut:

1. Aspek kognitif, merupakan aspek yang menyangkut kesadaran dan pengetahuan, contohnya mendapatkan informasi, menjadi lebih tahu, dan sebagainya.
2. Aspek afektif, merupakan aspek yang menyangkut kepada emosional atau perasaan. Contohnya, menjadi setuju, menjadi suka, dan lainnya.
3. Aspek psikomotor, merupakan aspek yang menyangkut pada perubahan perilaku atau tindakan. Seperti, menuruti ataupun menentang.

Joseph De Vito dalam Hariyanto (2021) menjelaskan terdapat 5 tujuan dalam komunikasi sebagai berikut:

1. Untuk belajar (*to learn*)

Salah satu tujuan utama komunikasi adalah tentang penemuan diri (*personal discovery*). Dengan berkomunikasi, maka kita secara tidak langsung sedang melakukan proses perbandingan sosial, sehingga dengan begitu kita dapat belajar untuk mengevaluasi sebagian besar diri kita.

2. Untuk berhubungan (*to relate*)

Dengan melakukan komunikasi, maka kita akan menjalin hubungan dengan orang lain, sehingga kita dapat menjalin relasi lebih luas .

3. Untuk meyakinkan (*to influence*)

Dalam kehidupan, kita cenderung melakukan komunikasi perusasi interpersonal, baik sebagai komunikator ataupun komunikan. Sebuah penelitian mengungkapkan bahwa setiap kegiatan komunikasi adalah persuasif.

4. Untuk bermain (*to play*)

Kita menggunakan komunikasi untuk bermain dan menghibur diri, sudah banyak profesi saat ini yang menggunakan komunikasi sebagai hiburannya, contohnya pelawak, musisi, hingga aktor. Namun, tujuan akhirnya adalah untuk menarik perhatian orang lain.

5. Untuk menolong (*to help*)

Komunikasi dapat digunakan untuk membantu seseorang, contohnya psikolog, *therapist*, dan lainnya. Dalam tujuan ini, komunikasi juga dapat

digunakan untuk membantu seseorang seperti memberikan sokongan emosional, untuk mengungkapkan empati, dan lain halnya.

C. Prinsip Komunikasi

Mulyana dalam Milyane et al. (2022) menyatakan bahwa komunikasi memiliki prinsip-prinsip sebagai berikut:

1. Komunikasi adalah proses simbolik

Pada prosesnya, komunikasi seringkali menggunakan lambang ataupun simbol, yang dimaksudkan untuk disepakati oleh anggota komunikasi. Simbol dan lambang ini dapat digunakan baik secara verbal, maupun non verbal.

2. Setiap perilaku memiliki potensi komunikasi

Setiap perilaku manusia memiliki potensi untuk dimaknai sebagai komunikasi. Komunikasi dapat terjadi apabila seseorang memberikan makna atas perilaku tersebut, dan disepakati atau dimaknai sama oleh anggota komunikasi lainnya.

3. Komunikasi memiliki dimensi isi dan dimensi hubungan

Dimensi isi yang dimaksud disini adalah isi pesan secara verbal yang disampaikan melalui saluran tertentu dengan menggunakan bahasa sebagai alat untuk menyampaikan makna. Sedangkan dimensi hubungan menunjukkan bagaimana cara penyampaian pesan secara non verbal yang merujuk dengan penggunaan saluran tertentu yang digunakan untuk menyampaikan pesan tersebut.

4. Komunikasi berlangsung dalam berbagai tingkat kesenjangan

Proses komunikasi dapat melalui beberapa tingkat kesenjangan, mulai dari ketidaksengajaan, sampai komunikasi yang telah direncanakan.

5. Komunikasi terjadi dalam konteks ruang dan waktu

Proses komunikasi juga dapat bergantung pada konteks ruang dan waktu. Keefektifan komunikasi juga bergantung pada kapan seseorang melakukan komunikasi hingga dalam kondisi bagaimana seseorang melakukan komunikasi. Hal ini dikarenakan waktu dan suasana psikologis komunikator dan komunikan dapat mempengaruhi pesan dapat diterima. Jika pemilihan waktu dan kondisi psikologis dirasa kurang tepat maka pesan yang diterima akan tidak efektif.

6. Komunikasi melibatkan prediksi peserta komunikasi

Dalam prosesnya, anggota komunikasi biasanya bisa memprediksi efek dari pesan yang akan disampaikan oleh komunikator. Sehingga, penting bagi seorang komunikator untuk memahami strategi komunikasi agar tujuan dari komunikasi yang dilakukan bisa tercapai.

7. Komunikasi bersifat sistemik

Dalam prosesnya, terdapat dua sistemik dalam komunikasi, yakni:

a. Sistem Internal

Sistem internal merupakan nilai-nilai yang dibawa seseorang yang terlibat dalam kegiatan komunikasi. Sistem internal ini meliputi kerangka rujukan (*frame of reference*), bidang pengalaman (*field of*

experience), struktur kognitif (*cognitive structure*), pola pikir (*thinking patterns*), dan sikap (*attitude*).

b. Sistem Eksternal

Sistem eksternal merupakan nilai-nilai yang berasal dari luar anggota komunikasi (baik komunikator, maupun komunikannya) yang meliputi, kebisingan, suhu, pencahayaan, ataupun penataan ruangan.

1. Komunikasi semakin efektif jika memiliki kemiripan latar belakang sosial budaya

Komunikasi dapat terjalin dengan efektif apabila antar anggota yang terlibat dalam komunikasi memiliki latar belakang yang mirip, misalnya daerah yang sama, hobi yang sama, sampai kesamaan tingkat pendidikan hingga ekonomi. Kesamaan-kesamaan ini membantu anggota komunikasi yang terlibat merasa dekat dan mirip.

8. Komunikasi bersifat nonsekuensial

Saat sedang melakukan kegiatan komunikasi, sebenarnya semua orang yang terlibat dalam komunikasi berperan sebagai komunikator. Dalam hal ini, komunikasi terjadi secara dua arah, dan semua orang yang terlibat dalam prosesnya dianggap setara.

9. Komunikasi bersifat prosesual, dinamis dan transaksional

Komunikasi merupakan proses yang berkesinambungan. Dalam hal ini, komunikasi diartikan tidak memiliki akhir, sehingga anggota yang terlibat melakukan komunikasi secara terus menerus dengan tujuan tertentu atau bisa dikatakan komunikasi yang terjalin bersifat dinamis dan transaksional. Implikasi dari

komunikasi yang bersifat dinamis dan transaksional dapat terlihat pada perubahan perilaku, pandangan, pemikiran, hingga bertambahnya pengetahuan anggota komunikasi setelah melakukan komunikasi, perubahan itu dapat berlangsung cepat ataupun lambat.

10. Komunikasi bersifat *irreversible*

Proses komunikasi merupakan suatu peristiwa yang efeknya tidak bisa ditarik dan diulang kembali. Sehingga, dalam melakukan komunikasi, setiap anggotanya harus memikirkan efek dari pesan yang disampaikannya. Jika pesan yang disampaikan berdampak tidak baik, dapat memicu kerusakan komunikasi, dan rusaknya hubungan antar anggota komunikasi yang terlibat.

2.1.2.2 Komunikasi Lingkungan

Cox dalam Antoni (2020) menjelaskan bahwa hubungan antara manusia, komunikasi, dan lingkungan adalah saling pengertian. Komunikasi lingkungan tidak hanya membahas definisinya saja, melainkan juga membahas mengenai kampanye lingkungan, dampak pengelolaan lingkungan, hingga bagaimana media memberitakan kerusakan lingkungan.

Komunikasi lingkungan dapat didefinisikan sebagai bentuk penyampaian informasi yang terfokus pada isu-isu lingkungan, seperti penyampaian terkait pelestarian, pemanfaatan, pengolahan, konservasi, ataupun mitigasi lingkungan. Segala hal terkait pertukaran informasi yang menyangkut dengan isu lingkungan dapat dikatakan sebagai komunikasi lingkungan.

Oepen dalam (Wahyudin, 2017) mendefinisikan komunikasi lingkungan sebagai rencana dan strategi melalui proses komunikasi dan produk media untuk mendukung efektivitas pembuatan kebijakan, partisipasi publik, dan implementasinya pada lingkungan.

Selain itu, Robert Cox (2010) dalam (Wahyudin, 2017) mendefinisikan komunikasi lingkungan adalah sarana pragmatis dan konstituitif untuk memberikan pemahaman mengenai lingkungan kepada masyarakat, seperti halnya hubungan manusia dengan alam semesta.

Komunikasi lingkungan seperti yang telah didefinisikan tidak hanya berbicara mengenai isu lingkungan saja, melainkan juga membahas mengenai strategi dan rencana untuk memberikan pemahaman mengenai lingkungan kepada masyarakat. Strategi dan rencana ini bisa dilakukan melalui proses komunikasi dan pembuatan produk di media.

A. Fungsi Komunikasi Lingkungan

Robert Cox (2010) dalam (Wahyudin, 2017) menyebutkan bahwa komunikasi lingkungan memiliki dua fungsi, yakni fungsi pragmatis, dan fungsi fungsi konstruktif.

1. Fungsi Komunikasi Lingkungan Pragmatis

Fungsi ini bersifat mengedukasi dan membantu untuk menyelesaikan permasalahan komunikasi lingkungan. Sederhananya, fungsi ini bertujuan

untuk mengimplementasikan pengetahuan serta keilmuan tentang lingkungan dalam bentuk tindakan.

2. Fungsi Komunikasi Lingkungan Konstruktif

Fungsi ini membantu untuk memberikan persepsi mengenai alam. Dengan demikian, komunikasi lingkungan mengajak kita untuk lebih memahami tentang alam, hal ini meliputi aspek mengatur, menyusun, serta menggambarkan permasalahan lingkungan itu sendiri sebagai subjek bagi pemahaman manusia.

2.1.2.3 Kesadaran Lingkungan

Artikel *Breakthrough National Centre for Climate Restoration* oleh National Geographic dalam Sheila Nurul Fajar & Dede Lilis Chaerowati (2022) menyebutkan bahwa peradaban manusia bisa berakhir di 2050 jika kita tidak melakukan pencegahan pada perubahan iklim yang berdampak langsung pada lingkungan.

Undang-Undang No. 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup menyatakan bahwa dengan asas tanggung jawab, berkelanjutan dan manfaat, maka pengelolaan lingkungan hidup ditujukan mewujudkan pembangunan berkelanjutan yang berwawasan lingkungan hidup. (Nugroho, 2022).

Melihat keadaan lingkungan saat ini, diperlukan kesadaran lingkungan dari diri setiap individu. Bahkan, kewajiban individu untuk menjaga lingkungan sudah tertera pada Undang-Undang No. Tahun 2009 tentang Perlindungan dan

Pengelolaan Lingkungan Hidup. Sehingga, kesadaran untuk menjaga lingkungan menjadi kewajiban holistik.

Amos (2008) dalam Sugiarto & Gabriella (2020) mendefinisikan kesadaran lingkungan merupakan tindakan ataupun sikap yang diarahkan untuk memahami tentang pentingnya lingkungan yang sehat, bersih, dan sebagainya.

Kesadaran lingkungan dapat didefinisikan sebagai keadaan dimana individu, ataupun kelompok tergugah jiwanya terhadap kondisi lingkungan, dan berniat untuk melakukan pencegahan kerusakan lingkungan, pengelolaan lingkungan, dan penjagaan terhadap lingkungan.

A. Tingkat Kesadaran Lingkungan

Terdapat tiga indikator tingkat kesadaran lingkungan menurut Wibowo (2011) dalam Sugiarto & Gabriella (2020), yakni sebagai berikut:

1. Pengetahuan

Tingkat kesadaran lingkungan yang pertama adalah pengetahuan. Dalam hal ini terdapat pula 6 tingkatan pengetahuan, diantaranya:

- a. Tahu (*Know*), diartikan sebagai mengingat pesan, dan dapat mengartikan pesan yang disampaikan oleh komunikator.
- b. Memahami (*Comprehension*), diartikan sebagai kemampuan menjelaskan kembali pesan dengan benar.
- c. Aplikasi (*application*), merupakan kemampuan untuk menggunakan materi atau pesan yang telah dipelajari dalam keadaan nyata.

d. Analisis (*Analysis*), merupakan komponen untuk menjabarkan materi atau suatu pesan dengan detail.

e. Sintesis (*Syntesis*), merupakan kemampuan untuk menyusun hal-hal baru dari formulasi-formulasi yang ada, contohnya menyusun, merencanakan, meringkas, menyesuaikan, terhadap suatu teori atau rumusan yang telah ada.

f. Evaluasi (*Evaluation*), merupakan kemampuan untuk melakukan penilaian terhadap suatu materi atau objek. Penilaian ini dapat merupakan penilaian pribadi, ataupun menggunakan kriteria tertentu.

2. Sikap

Sikap merupakan reaksi ataupun respon atas stimulus yang ada atau yang diberikan. Newcomb dalam Sugiarto & Gabriella (2020) mengartikan sikap sebagai kesediaan untuk bertindak. Sikap memiliki beberapa tingkatan yakni,

1. Menerima (*Receiving*), diartikan sebagai subjek (komunikasi) mau memperhatikan stimulus yang diberikan.
2. Merespon (*Responding*), diartikan sebagai subjek mampu memberikan jawaban atas stimulus yang telah diberikan.
3. Menghargai (*Valuing*), dapat diartikan sebagai kemampuan subjek untuk mendiskusikan stimulus yang telah diberikan.

3. Pola Perilaku (Tindakan)

Tindakan pun memiliki beberapa tingkatan atau dimensi, diantaranya:

1. Persepsi (*Perception*), yaitu mengenal dan memilih objek sehubungan dengan tindakan yang akan diambil.
2. Respon terpimpin (*Guided response*), yaitu dapat melakukan sesuatu sesuai dengan urutan sesuai dengan yang telah dipraktekkan atau dicontohkan.
3. Mekanisme (*Mechanism*), yaitu tindakan seseorang ketika telah dapat melakukan sesuatu dengan benar secara otomatis dan sudah menjadi kebiasaan.
4. Adopsi (*Adoption*), merupakan suatu tindakan yang sudah berkembang dengan baik atau sudah dimodifikasi.

B. Faktor yang Mempengaruhi Kesadaran Lingkungan

Terdapat empat faktor menurut Sugiarto & Gabriella (2020) yang dapat mempengaruhi kesadaran lingkungan, yakni:

1. Rasa ingin tahu, seseorang dapat dikatakan menyadari perubahan lingkungan ketika mereka memiliki rasa ingin tahu dan memiliki keinginan untuk membantu menjaga lingkungan
2. Kemiskinan, kemiskinan menjadi masalah global yang dapat mempengaruhi rendahnya kesadaran lingkungan di masyarakat. Semakin tinggi angka kemiskinan, maka tingkat kesadaran lingkungan pada masyarakat juga memungkinkan berada di tingkat yang rendah. Hal ini dikarenakan, masyarakat menengah ke bawah lebih mengedepankan pemenuhan kebutuhan dasar ketimbang untuk mengurus hal-hal yang berkaitan dengan lingkungan.

3. Kemanusiaan, jika seseorang memiliki jiwa kemanusiaan yang tinggi maka mereka akan memperhatikan hal-hal yang dapat menyelamatkan banyak manusia dan memberikan dampak yang holistik. Oleh sebab itu, seseorang dengan tingkat kemanusiaan yang tinggi cenderung lebih peduli terhadap lingkungan karena berprinsip bahwa menjaga lingkungan merupakan tanggungjawab bersama.

4. Gaya Hidup, gaya hidup seseorang dapat berpengaruh pada tingkat kesadaran mereka terhadap lingkungan. Jika seseorang memiliki gaya hidup hijau maka mereka akan memperhatikan segala aspek lingkungan.

2.1.2.4 Pemilahan Sampah

Undang-Undang No. 18 Tahun 2008 menjelaskan tentang pengelolaan sampah yang mencakup upaya pengurangan sampah dan penanganan sampahh sejak dari sumber timbulannya. Salah satu upaya yang dapat mengurangi sampah adalah dengan pemilahan sampah. (Ambina, 2024)

Pemilahan sampah merupakan tahap awal untuk menentukan keefektifan pengelolaan sampah pada tingkat-tingkat berikutnya. Pemilahan sampah pula lebih efektif jika dilakukan pada sumber timbulan sampah.

Pemilahan sampah dapat didefinisikan sebagai kegiatan memisahkan sampah berdasarkan dengan kategori sampah itu sendiri, baik itu sampah organik, sampah anorganik, ataupun B3. Kegiatan ini bertujuan agar sampah yang masuk ke TPA bisa berkurang, selain itu pemilahan sampah juga berguna untuk mengurangi pencemaran tanah, air, dan udara.

A. Pelaksanaan Konsep Pemilahan Sampah

Ambina (2024) membagi dua aspek pelaksanaan konsep pemilahan sampah, yakni:

1. Program Pengelolaan Sampah

Pemerintah telah merancang beberapa program pengelolaan sampah yang diharapkan dapat mengurangi jumlah sampah yang masuk ke TPA, yakni:

a. Bank Sampah

Program ini pertama kali dilaksanakan pada tahun 2008. Bank sampah adalah tempat untuk mengumpulkan berbagai macam sampah yang telah dipisahkan sesuai dengan kategorinya untuk disetorkan pada bengkel lingkungan. Hasil dari setoran sampah nantinya akan ditabung dan disetorkan dalam jangka waktu tertentu. (Ambina, 2024)

Tujuan utama dilaksanakannya program ini adalah untuk membantu menangani permasalahan pengelolaan sampah di Indonesia. Selain itu, tujuan lainnya adalah untuk mengubah sampah menjadi sesuatu yang memiliki nilai untuk masyarakat, dan bernilai ekonomis. (Ambina, 2024).

b. TPS 3R (*Reduce, Reuse, Recycle*)

TPS 3R merupakan pendekatan pengelolaan sampah pada skala komunal, melibatkan mulai dari pemerintah dan masyarakat. Program ini mengedepankan prinsip 3R (*reduce, reuse, recycle*) dan mengurangi sampah dari sumbernya sehingga penyaluran ke TPA menjadi berkurang. (Bhodas & Firdaus, 2025).

2. Partisipasi Masyarakat

Undang-Undang No. 18 Tahun 2008 tentang pengolahan sampah menjelaskan bahwa masyarakat harus dilibatkan dalam pengelolaan sampah dengan berpartisipasi dalam pengambilan keputusan, penyelenggaraan, dan pengawasan di bidang pengelolaan sampah. (Ambina, 2024).

Ambina (2024) menuturkan bahwa partisipasi masyarakat dalam proses pengelolaan sampah dibagi menjadi berbagai tingkatan partisipasi sebagai berikut:

1. Menerapkan kebiasaan yang benar terhadap sampah.

Kontribusi finansial, barang maupun tenaga dan bentuk kontribusi langsung lainnya untuk pelaksanaan program pengelolaan sampah.

2. Partisipasi dalam kegiatan konsultasi mengenai pengelolaan sampah.

3. Partisipasi dalam kegiatan administrasi dan manajemen

Merupakan tingkat partisipasi komunitas yang tertinggi dalam sistem pengelolaan sampah. Pada tingkatan ini, anggota dalam komunitas dapat berperan dalam, ikut serta dalam komite masyarakat; menjadi anggota organisasi berbasis lingkungan dan sampah (edukasi lingkungan, pengumpulan sampah, dan sebagainya); berpartisipasi dalam pengambilan keputusan selama mengikuti pertemuan yang berkaitan dengan pengelolaan sampah.

2.3 Kerangka Teoritis

2.3.1 Teori Difusi Inovasi

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori difusi inovasi. Teori ini dikembangkan pertama kali oleh Everret M. Rogers pada tahun 1983. Dalam bukunya yang berjudul, "*Difussion of Innovation*", Rogers menawarkan konsep difusi inovasi sebagai bentuk kecepatan sebuah sistem sosial menerima ide-ide baru yang ditawarkan sebuah inovasi. (Mailin et al., 2022).

Teori difusi inovasi dikutip dari dua kata, yakni difusi, yang dapat diartikan sebagai proses dimana inovasi dapat dikomunikasikan melalui saluran tertentu dan dalam jangka waktu tertentu. Difusi juga dapat diartikan sebagai sebagai proses perubahan dalam struktur dan fungsi sosial. Sementara inovasi merupakan ide atau gagasan yang terbaru. (Shahreza, 2018).

Secara sederhana, teori ini membahas mengenai bagaimana proses penyebaran inovasi atau informasi dapat diadopsi oleh sistem sosial, yang dalam hal ini bisa perseorangan (individu), kelompok, ataupun organisasi.

Shahreza (2018) menjelaskan bahwa dalam teori difusi inovasi, Everret M. Rogers mengkategorikan empat elemen dalam proses difusi-inovasi, yakni:

1. Inovasi, dalam hal ini inovasi dapat bermacam-macam definisinya, bisa barang, informasi, ataupun gagasan terbaru. Kebaruan inovasi diukur secara subjektif sesuai dengan pandangan individu yang menerimanya.

2. Saluran komunikasi, merupakan alat atau media yang digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan inovasi kepada penerimanya. Saluran komunikasi dapat disesuaikan dengan tujuan, dan target penerima pesan.
3. Proses adopsi, merupakan proses keputusan yang dapat diadopsi ataupun ditolak oleh penerima inovasi. Secara sederhananya, proses adopsi merupakan dari penerima inovasi untuk memberikan keputusan terhadap inovasi yang telah disebarakan.
4. Sistem sosial, merupakan kumpulan unit yang secara fungsional bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama.

Rogers (1983) menjelaskan lebih jauh mengenai teori ini. Menurutnya, proses dalam teori ini melalui beberapa tahapan, yakni:

Proses Keputusan Inovasi

Proses keputusan inovasi merupakan tahapan dimana inovasi yang disampaikan pada masyarakat dapat diterima atau ditolak. Rogers (1983) dalam (Shahreza, 2018) menuturkan bahwa dalam proses ini terjadi beberapa perubahan sikap yang pada akhirnya dapat disimpulkan suatu keputusan, yaitu menerima ataupun menolaknya.

Proses keputusan inovasi adalah proses melalui di mana seorang individu beralih dari pengetahuan awal tentang suatu inovasi ke membentuk sikap terhadap inovasi, ke suatu keputusan untuk mengadopsi atau menolak, ke implementasi ide baru, dan untuk konfirmasi keputusan ini. (Mihardja et al., 2022).

Perubahan sikap ini melalui beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Tahap Pengetahuan

Pada tahap ini, seseorang belum memiliki informasi mengenai inovasi yang akan disampaikan oleh komunikator. Untuk membantu efektivitas penyampaian informasi kepada penerima inovasi, dibutuhkan saluran komunikasi yang tepat, bisa melalui media elektronik, media cetak, ataupun media interpersonal kepada penerima inovasi. Tahapan ini dipengaruhi pula oleh beberapa karakteristik, seperti: karakteristik sosial ekonomi, nilai-nilai pribadi, dan pola komunikasi.

2. Tahapan Persuasi

Pada tahapan ini, individu atau penerima inovasi mulai tertarik untuk mencari lebih dalam dan detail mengenai inovasi yang diterimanya. Tahapan ini penerima inovasi mulai mempertimbangkan inovasi yang diterimanya melalui beberapa karakteristik, seperti kelebihan dan kekurangan inovasi, tingkat keserasian, kompleksitas, dan dapat dicoba

3. Tahapan Keputusan

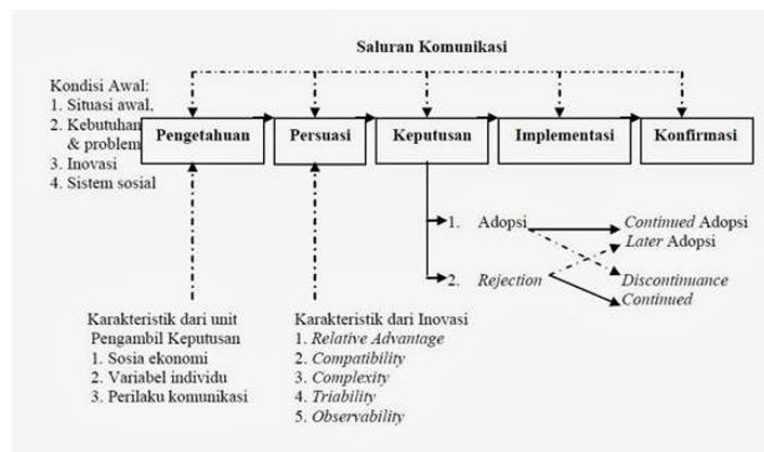
Pada tahapan ini, penerima inovasi mulai mempertimbangkan kelebihan dan kekurangan inovasi, serta memutuskan untuk menerima atau menolak inovasi tersebut.

4. Tahapan Implementasi

Setelah mengadopsi inovasi, penerima inovasi akan mulai menerapkan inovasi tersebut.

5. Tahap Konfirmasi

Setelah mengimplementasikan inovasi, penerima inovasi harus mengonfirmasikan keputusan mereka untuk mengadopsi inovasi adalah hal yang tepat. Dengan demikian, maka diperoleh-lah hasil difusi.



Gambar 2. 2 Proses Pengambilan Keputusan (Rogers, 1983)

2.3.2 Audit Komunikasi

Audit merupakan penentuan tingkat kesamaan antara pernyataan dengan kriteria-kriteria yang stabil, artinya, audit merupakan perwujudan dari penentuan profesional kriteria-kriteria atau standar yang telah ditetapkan. (Monica, 2023).

Sementara itu, audit komunikasi didefinisikan sebagai pemeriksaan yang memberikan informasi untuk mencegah terjadinya kehancuran atau mencegah terjadinya hal-hal di luar standar. (Imanidar et al., 2023).

Hardjana (2000) dalam Imanidar et al. (2023) menjelaskan bahwa dalam audit komunikasi digunakan untuk mengetahui apakah program komunikasi berjalan dengan baik, membuat diagnosis terkait permasalahan yang mungkin terjadi ataupun peluang yang terlewatkan, dan mengevaluasi program dan praktek komunikasi.

A. Tujuan Audit Komunikasi

Hardjana (2000) menjelaskan bahwa tujuan audit komunikasi secara umum adalah untuk meningkatkan efektivitas sistem komunikasi organisasi. Rincian tujuan audit komunikasi adalah sebagai berikut:

1. Menentukan lokasi *overload* informasi ataupun *underload* informasi, berkaitan dengan topik, sumber, ataupun saluran komunikasi yang digunakan.
2. Menilai kualitas informasi yang dikomunikasikan oleh dan/atau kepada sumber-sumber informasi.
3. Mengukur kualitas hubungan-hubungan komunikasi, secara khusus mengukur sejauh mana kepercayaan pribadi (*trust*), dukungan, keramahan dan kepuasan kerja karyawan secara keseluruhan dilaksanakan.
4. Mengenali sumber-sumber kemacetan (*bottleneck*) arus informasi dengan para penyaring informasi (*gatekeepers*).
5. Menggambarkan pola-pola komunikasi yang terjadi pada tingkatan pribadi, kelompok, dan organisasi dalam kaitannya dengan topik, sumber, saluran, frekuensi, jangka waktu dan kualitas interaksi.

6. Memberikan rekomendasi-rekomendasi tentang perubahan ataupun perbaikan yang dirasa perlu dilakukan berdasarkan hasil analisis audit komunikasi.

Hargie & Tourish (2009) dalam bukunya yang berjudul, "*Auditing Organizational Communication*" menjelaskan bahwa audit komunikasi dipandang sebagai perbaikan sistem komunikasi untuk menghasilkan rekomendasi yang tepat. Hargie dan Tourish memetakan indikator-indikator yang dapat digunakan untuk mengaudit program komunikasi, yakni sebagai berikut:

1. Pesan

Pesan merupakan isi informasi yang disampaikan dalam program komunikasi, termasuk kejelasan, konsistensi, dan kecukupan informasi untuk membuat penerima mampu memahami dan memaknai isi pesan yang disampaikan oleh sumber.

2. Saluran

Saluran merupakan media atau kanal yang digunakan untuk menyampaikan informasi yang disesuaikan dengan karakter penerima pesan, aksesibilitas, dan jangkauan penggunaannya.

3. Arus Informasi

Arus informasi merupakan pola atau jalur aliran dalam komunikasi dimana aliran komunikasi terbentuk. Dalam tahapan ini, seringkali terjadi hambatan komunikasi.

4. Koordinasi dan Evaluasi

Koordinasi dan evaluasi merupakan tahapan akhir dari audit komunikasi dimana aktor-aktor komunikasi memberikan peran dan bekerja sama untuk menyempurnakan komunikasi, dan nantinya proses komunikasi ini dievaluasi untuk ditinjau dan diberikan perbaikan komunikasi ataupun perbaikan program.

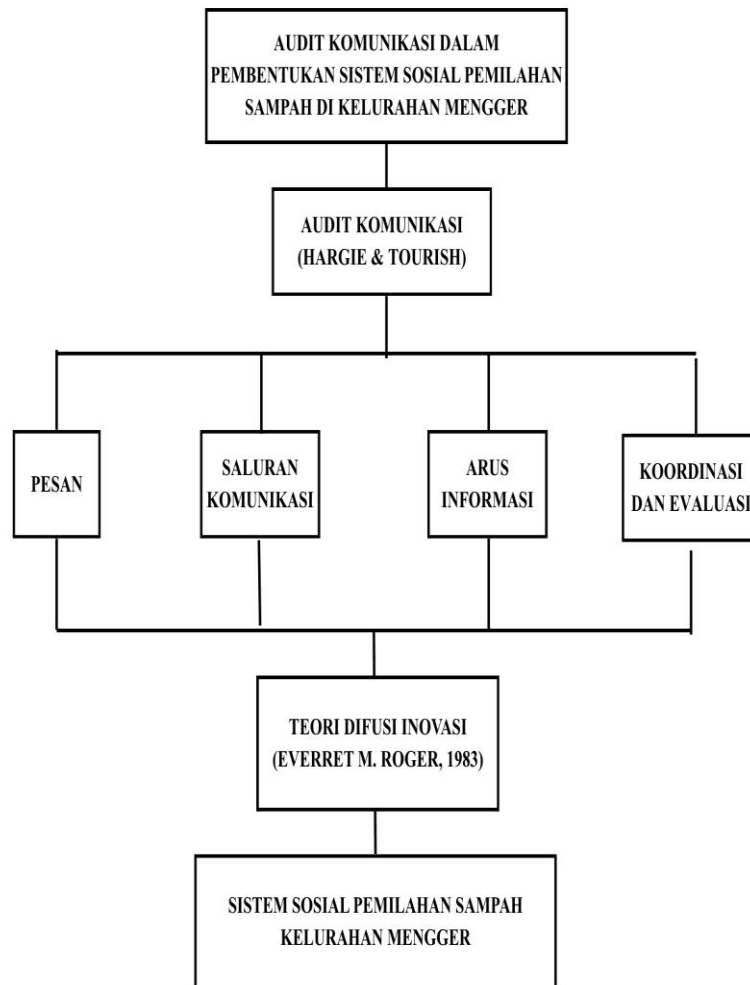
2.4 Kerangka Pemikiran

Suriasumantri (1986) dalam (Sugiyono, 2024) mendefinisikan kerangka pemikiran sebagai penjelasan yang bersifat sementara terhadap gejala-gejala yang menjadi obyek permasalahan dalam penelitian.

Kerangka pemikiran merupakan rancangan konseptual yang menggambarkan alur berfikir dalam sebuah penelitian. Tujuan dari adanya kerangka pemikiran adalah agar memudahkan peneliti untuk menggambarkan alur penelitian secara sistematis, logis, dan jelas.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan konsep audit komunikasi oleh Hargie & Tourish (2009) yang nantinya dikaitkan dengan indikator yang ada pada teori difusi inovasi oleh Everret M. Roger (1983) untuk menjabarkan sistem sosial yang terbentuk dalam pemilahan sampah di Kelurahan Mengger Kota Bandung.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat terbentuk kerangka berpikir seperti di bawah ini:



Gambar 2. 3 Kerangka Pemikiran

Sumber: Modifikasi Peneliti Tahun 2025