

Strategi Komunikasi *Trashbag Community* dalam Mencegah Perilaku Membuang Sampah di Gunung Halimun Salak

Gafar Malik Sutaryo¹ dan Prudensius Maring²

^{1,2} Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif, Universitas Budi Luhur

* Email untuk Korespondensi: prudensius.maring@budiluhur.ac.id

ABSTRAK

Masalah lingkungan dipengaruhi oleh fenomena modernisasi dengan kecanggihan teknologi pada berbagai bidang penggunaannya. Dalam situasi demikian diperlukan strategi komunikasi untuk merubah perilaku masyarakat untuk mencegah pencemaran lingkungan yang diakses secara terbuka oleh masyarakat. Berdasarkan masalah tersebut maka dilakukan penelitian tentang strategi komunikasi yang dilakukan *Trashbag Community* dalam membangun kesadaran bersama dalam pencegahan pencemaran lingkungan berupa sampah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa *Trashbag Community* sebagai wadah yang dibentuk oleh para penggiat lingkungan telah menerapkan strategi komunikasi untuk membangun kesadaran pemeliharaan lingkungan dan mengubah perilaku para pendaki dan masyarakat di sekitar Gunung Halimun Salak. Beberapa strategi dan teknik yang diterapkan yaitu *redundancy*, *canalizing*, penyediaan informasi, pendekatan persuasif, edukasi, dan tindakan koersif. *Trashbag Community* bisa menjangkau masyarakat dan para pendaki gunung untuk membangun rasa tanggung jawab dan diterapkan perilaku pencegahan pencemaran lingkungan. Hambatan dalam pelaksanaan strategi komunikasi untuk pencegahan pencemaran lingkungan terutama karena kekurangan jumlah anggota *Trashbag Community* dan luas kawasan hutan yang tidak bisa dijangkau secara serentak.

Kata kunci:

Strategi komunikasi,
Trashbag Community,
lingkungan,
pencemaran,
masyarakat

Keywords:

Communication
strategy,
Trashbag Community,
environment, pollution,
society

Environmental problems are influenced by the phenomenon of modernization with technological sophistication in various fields of use. In such situations, communication strategies are needed to change people's behavior to prevent environmental pollution that is openly accessed by the community. Based on this problem, research was carried out on the communication strategies carried out by the Trashbag Community in building collective awareness in preventing environmental pollution in the form of waste. This research uses a qualitative approach with data collection techniques in the form of observation, interviews and documentation. The research results show that the Trashbag Community as a forum formed by environmental activists has implemented communication strategies to build awareness of environmental maintenance and change the behavior of climbers and the community around Mount Salak. Some of the strategies and techniques applied are redundancy, canalizing, providing information, persuasive approaches, education and coercive action. Trashbag Community can reach out to the community and mountain climbers to build a sense of responsibility and implement environmental pollution prevention behavior. Obstacles in implementing communication strategies to prevent environmental pollution are mainly due to the lack of members of the Trashbag Community and large forest areas that cannot be reached simultaneously.

Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

PENDAHULUAN

Saat ini pendakian gunung menjadi salah satu daya tarik wisata terutama bagi generasi muda. Pendakian gunung merupakan kegiatan mendaki yang membutuhkan teknik dan alat khusus. Kegiatan pendakian memberikan pengalaman baru. Taman Nasional Gunung Halimun Salak merupakan pegunungan yang favorit bagi para pendaki. Peningkatan pendakian gunung saat ini membuat gunung menjadi tempat yang rentan terhadap pencemaran lingkungan berupa sampah. Aktivitas pendakian yang membawa barang bawaan untuk dikonsumsi dan digunakan saat pendakian menghasilkan sampah. Sampah-sampah tersebut berupa botol plastik, puntung rokok, tisu basah, plastik, kaleng, sampah kain hingga bungkus mie instan. Keberadaan sampah tersebut dapat berdampak negatif bagi lingkungan seperti tercemarnya air, rusaknya kondisi tanah yang membahayakan binatang dan tumbuhan yang hidup di lingkungan gunung. Permasalahan lingkungan gunung yang terus terjadi mendorong para pendaki membuat sebuah komunitas yang berdedikasi untuk mengurangi permasalahan sampah di gunung (Atmadi, 2019; Rifqi, 2020).

Trashbag Community adalah kelompok penggiat lingkungan di alam bebas yang berasal dari multi-disiplin ilmu yang selalu berusaha mengatasi masalah sampah di wilayah gunung. Mereka selalu berusaha menerapkan tindakan konservasi alam. *Trashbag Community* terbentuk pada tanggal 11 November 2011. Gerakan ini berbentuk komunitas dengan anggota terdiri dari berbagai organisasi non profit dan kalangan yang bebas (*independent*) yang berasal dari seluruh wilayah Indonesia. *Trashbag Community* memiliki visi dan misi menjadikan hutan dan gunung Indonesia terbebas dari sampah. Visi dan misi tersebut menggerakkan wadah tersebut mewujudkan tujuannya (Atmadi, 2019).

Dalam mewujudkan visinya, *Trashbag Community* menjalankan program melalui tiga pendekatan, yaitu: (1) Aksi (*action*): *Trashbag Community* berkolaborasi dengan masyarakat atau komunitas lain dengan melakukan program-program searah dengan visi dan misi *Trashbag Community*. Program yang telah dijalankan oleh *Trashbag Community* yaitu Sapu Jagad yang dilakukan setiap 2 tahun sekali dan *Anniversary Trashbag Community*. (2) Edukasi (*education*): *Trashbag Community* melakukan program pemberdayaan, *workshop* ataupun seminar dengan mendatangkan para ahli di bidang lingkungan terhadap anggota komunitas, penggiat alam bebas dan masyarakat umum. Hal ini ditujukan untuk memberikan pemahaman yang lebih baik terkait pentingnya menjaga lingkungan sebagai kewajiban bersama. (3) Pengawasan (*controlling*): *Trashbag Community* melakukan program pengawasan terhadap anggota komunitas, penggiat alam, dan masyarakat umum saat melakukan pendakian agar pendakian yang dilakukan bebas dari mencemarkan lingkungan. Cara yang dilakukannya adalah dengan mengawasi aktivitas seseorang dan menghimbau untuk tidak membuang sampah di lingkungan gunung.

Berdasarkan gambaran di atas maka perlu dipelajari strategi komunikasi yang dilakukan oleh *Trashbag Community*. Apakah strategi yang dijalankan sudah maksimal atau belum? Apa kendala dan hambatan yang dialami oleh *Trashbag Community* dalam upaya menurunkan volume sampah di Gunung Salak. Hal ini perlu dipelajari karena banyaknya sampah seperti tisu basah, botol plastik, kaleng minuman dan makanan, baterai dan puntung rokok yang berserakan di Kawasan Taman Nasional Gunung Halimun Salak. Padahal sampah tersebut bisa menimbulkan dampak yang buruk bagi sumber daya alam sekitarnya berupa pencemaran air, banjir, merugikan binatang dan tumbuhan.

Untuk mendukung penelitian ini maka digunakan teori dan konsep yang relevan dengan tema penelitian, yaitu strategi komunikasi. Rogers dalam Cangara (2013: 61) menyatakan bahwa strategi komunikasi adalah suatu rancangan yang disiapkan dengan tujuan untuk mengubah perilaku manusia dalam skala lebih luas melalui transfer ide-ide baru. Dengan penekanan pada elemen-elemen komunikasi, Middleton dalam Cangara (2013:61) memberi pengertian tentang strategi komunikasi sebagai perpaduan dari elemen-elemen komunikasi terdiri dari peran komunikator, substansi pesan, adanya saluran (media), dan pihak penerima pesan serta pengaruh yang didesain untuk mewujudkan tujuan komunikasi yang dicapai secara optimal.

Dengan adanya strategi komunikasi yang dirancang maka bisa membuka tindakan komunikasi yang mengarah pada target-target komunikasi untuk mewujudkan perubahan. Dalam strategi komunikasi pemasaran, misalnya, target utamanya adalah membuat orang sadar bahwa dia memerlukan suatu produk, jasa atau nilai tertentu. Setelah perhatian sudah bisa terbangun, maka target selanjutnya adalah membuat orang lain loyal yang terlihat dari keputusan membeli produk, menggunakan jasa atau nilai tertentu yang ditawarkan (Bungin, 2015: 62).

Secara umum, tujuan strategi komunikasi adalah untuk menentukan dan mengkomunikasikan gambaran tentang visi perusahaan melalui sebuah sistem tertentu dan kebijakan perusahaan kepada pihak lain. Strategi menggambarkan sebuah arah yang didukung oleh berbagai sumber daya yang ada. Secara umum, strategi komunikasi memiliki 3 (tiga) tujuan, yaitu (1). *To secure understanding*., Dalam hal ini tujuan strategi komunikasi adalah – memastikan pesan diterima oleh komunikan. (2). *To establish acceptance*. Dalam hal ini, tujuan strategi komunikasi adalah – membina penerimaan pesan. (3). *To motivate action*. Dalam kaitan ini,, tujuan strategi komunikasi adalah menjalankan kegiatan yang dimotivasi (Effendy, 1984 : 35-36).

Dalam pelaksanaan, strategi komunikasi yang dipraktekkan sering bersifat makro dan proses strategi komunikasi berlangsung secara vertikal piramidal. Strategi komunikasi mempunyai fungsi yang berkaitan

dengan beberapa kegiatan menyebarluaskan dan menjembatani kesenjangan. Seperti dielaborasi dalam dua kegiatan berikut: (1) Kegiatan pertama adalah menyebarluaskan pesan komunikasi kepada sasaran untuk memperoleh hasil yang optimal. (2) Kegiatan untuk menjembatani kesenjangan budaya akibat kemudahan yang diperoleh dan kemudahan akibat kuatnya peran media massa. Strategi komunikasi juga memiliki beberapa kriteria atau standar kualitas (Rohani, 1997: 33). Dari segi proses dan tahapan, strategi komunikasi dimulai melalui tahap berikut: (1). Mengidentifikasi visi dan misi sebagai cita-cita ideal yang bersifat jangka panjang yang dapat diwujudkan melalui proses komunikasi. Umumnya visi dirumuskan secara singkat dan memperlihatkan tujuan, harapan, cita-cita ideal komunikasi. Rumusan visi selanjutnya dielaborasi ke dalam misi yang secara lebih rinci memperlihatkan penjabaran dari cita-cita ideal komunikasi. (2). Tahap berikut adalah menentukan program dan kegiatan sebagai rangkaian aktivitas yang harus dikerjakan. Dengan demikian, program dan kegiatan merupakan penjabaran dari misi sebuah organisasi atau institusi (Liliweri, 2011).

Menurut Arifin (1994), terdapat beberapa teknik yang dapat diterapkan dalam menjalankan strategi komunikasi yaitu *redundancy atau repetition*, *canalizing*, teknik informatif, teknik edukatif, teknik edukatif, dan teknik pemaksaan (*coersif*). Penerapan teknik *redundancy atau repetition* bermaksud untuk mempengaruhi khalayak melalui cara pengulangan pesan yang ditujukan pada khalayak. Teknik pengulangan pesan membawa banyak manfaat. Manfaat tersebut antara lain khalayak akan lebih memberi perhatian pada pesan-pesan yang muncul secara berulang-ulang. Hal itu tentu berbeda dengan pesan yang tidak sering dimunculkan sehingga tidak banyak mengikat perhatian khalayak.

Penerapan teknik *canalizing* terutama untuk memahami dan meneliti bagaimana pengaruh kelompok terhadap individu atau khalayak. Agar komunikasi berhasil maka perhatian utama harus diarahkan untuk memenuhi nilai-nilai dan standar kelompok dan masyarakat dan secara berangsur-angsur mengubahnya ke arah yang dikehendaki khalayak. Namun, jika dalam proses ternyata pilihan ini tidak berhasil maka kelompok tersebut secara perlahan-lahan dipecahkan. Soliditas anggota-anggota kelompok tersebut harus dipecah atau dipisahkan dan hubungan atau relasi antar anggota yang terbangun secara ketat dalam kelompok dipisahkan atau diputus. Melalui cara demikian maka pengaruh kelompok akan melemah dan berkurang sehingga pada akhirnya hilang. Dalam kondisi di mana soliditas antaranggota dalam kelompok terurai dan terlepas maka pesan-pesan yang ditransmisikan melalui strategi komunikasi tertentu akan mudah diterima oleh komunikan.

Penerapan teknik informatif fokus pada bentuk isi pesan. Teknik ini bertujuan untuk mempengaruhi khalayak dengan cara memberikan informasi agar komunikan bisa menangkap pesan yang sebenarnya. Cara demikian disebut sebagai memberi penerangan yang berarti menyampaikan sesuatu apa adanya, apa sesungguhnya, berdasarkan fakta-fakta dan data-data yang benar serta pendapat-pendapat yang benar pula. Teknik informatif ini, lebih ditujukan pada menggerakkan akal pikiran khalayak. Teknik ini dilaksanakan dalam bentuk pernyataan, keterangan, penerangan, berita, dan sebagainya. Penerapan teknik persuasif bertujuan untuk mempengaruhi khalayak dengan cara membujuk. Melalui teknik persuasif, khalayak digugah pikirannya dan perasaannya. Khalayak biasanya gampang disugesti dalam situasi kecakapan dan perasaannya dikendalikan oleh pihak menerapkan teknik persuasif.

Penerapan teknik edukatif berusaha mempengaruhi khalayak dari suatu pernyataan umum yang dilontarkan. Pernyataan umum tersebut berisi pendapat-pendapat, fakta-fakta, dan pengalaman-pengalaman. Prinsip mendidik berarti memberikan sesuatu gagasan kepada khalayak sesuai fakta-fakta, hal yang sesungguhnya, pendapat dan pengalaman yang bisa dipertanggungjawabkan dari segi kebenaran, dengan disengaja, teratur dan berencana. Tujuan akhir dari teknik edukatif adalah mengubah tingkah laku manusia ke arah yang diinginkan. Penerapan teknik bersifat memaksa (*coersif*) bertujuan untuk mempengaruhi khalayak agar mengikuti apa yang dikehendaki pemberi pengaruh. Teknik bersifat memaksa ini biasanya dijalankan dalam bentuk penegakan peraturan, perintah, larangan, dan intimidasi. Biasanya untuk mewujudkan tujuan maka teknik ini didukung oleh kekuatan tertentu di belakangnya.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tingkat kedalaman analisis bersifat deskriptif kualitatif. Penelitian ini lebih menggambarkan realitas sosial pada objek penelitian. Dalam melakukan penelitian, perlu adanya metode penelitian yang dimana hal tersebut digunakan untuk memberikan hasil rancangan penelitian yang terstruktur dengan baik. Penelitian deskriptif kualitatif berusaha menggambarkan, mendeskripsikan dan mendokumentasikan fakta-fakta yang ada di lapangan secara luas dan rinci atas fenomena atau peristiwa yang diteliti (Setiawan dan Maring, 2020).

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Gunung Sari, Kecamatan Pamijahan, Kabupaten Bogor. Waktu pelaksanaan penelitian selama bulan Januari sampai April 2022. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi yang dilakukan yaitu memperhatikan bagaimana cara berkomunikasi yang dilakukan *Trashbag Community* dengan pendaki dan masyarakat di sekitar taman nasional Gunung Salak. Selain itu dilakukan wawancara semi struktural dengan mewawancarai 2 *key informant* yaitu IS

sebagai Ketua Umum *Trashbag Community* dan PY sebagai Dewan Pembina *Trashbag Community*. Selain itu peneliti juga mewawancarai 2 informan yaitu YS sebagai Polisi Hutan dan MK sebagai pendaki gunung.

Untuk mencapai kualitas data maka dalam penelitian ini digunakan triangulasi sumber untuk membandingkan atau mengecek ulang derajat kepercayaan data dan informasi yang diperoleh dari sumber yang berbeda. Untuk memenuhi tujuan tersebut maka peneliti melakukan pendalaman data dan membandingkan hasil perolehan data dengan cara observasi dan hasil yang diperoleh dengan cara wawancara (Sugiyono, 2013; Hardjana, 2000; Wahdaniah dan Maring, 2020, Suwatno, 2008)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa *Trashbag Community* menjalankan beberapa strategi dan teknik komunikasi dalam mewujudkan tujuan untuk mengurangi dan menekan perilaku membuang sampah di wilayah Gunung Salak. Untuk pemaparan hasil dan pembahasan, penulis menggunakan 6 teknik strategi komunikasi menurut Arifin (1994) untuk mengetahui bagaimana *Trashbag Community* menjalankan strategi komunikasi untuk mencegah pencemaran lingkungan.

Pertama, penerapan teknik *redundancy (repetition)*. Teknik *redundancy* atau *repetition* adalah cara mempengaruhi khalayak dengan jalan mengulang-ulang pesan kepada khalayak. Dengan teknik ini banyak manfaat yang dapat di tarik darinya. Manfaat itu antara lain bahwa khalayak lebih memperhatikan pesan karena justru kontras dengan pesan yang tidak diulang-ulang, sehingga pesan tersebut lebih banyak mengikat perhatian. Untuk memperoleh gambaran demikian, penulis langsung menanyakan kepada beberapa informan. Berdasarkan hasil wawancara diketahui bahwa cara *Trashbag Community* dalam menerapkan teknik *redundancy* melalui media sosial dan edukasi langsung yang dilakukan secara rutin. Melalui media sosial informasi yang disebarluaskan dapat menjangkau masyarakat secara luas. Sedangkan melalui edukasi kepada masyarakat di sekitar kawasan Gunung Salak dan para pendaki sehingga informasi yang mereka dapatkan diteruskan kepada masyarakat sekitar dan kepada para pendaki yang akan datang ke kawasan Gunung Salak.

Hal demikian seperti dinyatakan salah satu informan, IS, berikut ini: "*Program kami yang pertama adalah edukasi langsung kepada para pendaki dan masyarakat sekitar yang ingin mendaki ke Gunung Salak. Tim Trashbag Community berdiri di setiap pintu pendakian, kami berkerjasama dengan pengelola Gunung Salak. Selain itu kami juga aktif dalam menyebarkan informasi melalui media sosial, sehingga informasi yang disampaikan oleh Trashbag Community dapat di terima oleh masyarakat luas*"

Kedua, penerapan teknik *canalizing*. Teknik ini bertujuan untuk memahami dan meneliti pengaruh kelompok terhadap individu atau khalayak. Untuk memperoleh gambaran penerapan teknik ini, penulis mewawancarai kepada beberapa informan berupa masyarakat sekitar dan Polisi Hutan Gunung Salak. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa kegiatan yang dilakukan oleh *Trashbag Community* memperoleh respon positif dari masyarakat untuk menjaga lingkungan sekitar Gunung Salak. Masyarakat menilai bahwa kegiatan yang dilakukan *Trashbag Community* bisa menyadarkan masyarakat sekitar Gunung Salak untuk melakukan pencegahan terhadap pencemaran di sekitar areal wisata Gunung Salak.

Tanggapan positif dari masyarakat seperti dikemukakan oleh informan, YS, sebagai berikut: "*Sangat baik apa yang dilakukan Trashbag Community, karena saya beberapa kali bersentuhan dengan aktifitas Trashbag Community. Mereka peduli terhadap sampah di kawasan taman nasional atau gunung-gunung Indonesia. Suatu waktu saya melihat mereka sedang mengambil sampah di sekitaran gunung atau jalur pendakian yang di buat oleh para pendaki yang kurang memiliki kesadaran lingkungan. Untuk saat ini mereka langsung ke lapangan jadi efektif. Tapi perlu ditambah juga untuk pendidikan di luar kawasan, misalnya, ke anak sekolah usia dini agar anak sekolah tahu sampah itu sangat berbahaya terhadap lingkungan*".

Ketiga, penerapan teknik informatif. Teknik ini ditujukan pada penggunaan akal pikiran khalayak, dan dilakukan dalam bentuk pernyataan berupa keterangan, penerangan, berita dan sebagainya. Strategi informatif sudah dilakukan oleh *Trashbag Community* dalam mengkomunikasikan informasinya kepada masyarakat luas. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa ternyata aksi sapu jagat operasi bersih yang menyasar pada pembersihan sampah bukan solusi yang baik. Strategi yang paling efektif dalam mengurangi sampah gunung adalah dengan melakukan edukasi dan kontroling atau pengawasan. Edukasi itu terfokus terhadap subyek atau orang sebagai pelaku tindakan pencemaran. Tidak mungkin sampah berupa plastik, puntung rokok, botol plastik ditemukan di atas gunung jika tidak ada orang yang membawanya. Jadi fokusnya pada manusia itu sendiri atau pendaki.

Untuk kontroling dilakukan oleh sistem pengawasan dari sistem pengelolaan seperti pengecekan sampah. Contohnya, jika pendaki membawa 1 bungkus rokok dan isinya 16 batang disitu ada filter rokoknya, maka saat turun gunung pendaki harus membawa 16 filter rokok. Hal ini seperti dinyatakan salah satu informan, sebagai pendaki gunung berikut ini: "*Program yang benar benar harus dialankan di area Kawasan Taman Nasional kita harus Kembali lagi ke orangnya, kita harus mengedukasi ke orangnya, kita harus mengevaluasi lagi tentang bagaimana sampah itu bisa naik ke atas gunung*".

Keempat, penerapan teknik persuasif. Teknik persuasif adalah mempengaruhi pelaku dengan cara membujuk. Dalam hal ini khalayak digugah baik pikirannya dan terutama perasaannya. Situasi mudah terkena sugesti ditentukan oleh kecakapan untuk meng sugestikan atau menyarankan sesuatu kepada komunikan (*suggestivitas*), dan mereka itu sendiri diliputi oleh keadaan mudah untuk menerima pengaruh (*suggestibilitas*). Dari penelitian yang dilakukan dapat diketahui bahwa Trashbag Comunitiy menerapkan strategi persuasif. Strategi ini efektif dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat sekitar taman nasional dan pendaki agar mereka bisa menjaga lingkungan Gunung Salak agar terbebas dari sampah.

Pendekatan persuasif fokus terhadap masyarakat lokal khususnya atau masyarakat yang ada di lereng gunung. Hal ini karena kerusakan gunung atau hutan paling dirasakan dampaknya oleh masyarakat lokal, seperti pencemaran sumber air akibat banyaknya sampah. Selain mendekati masyarakat, Trashbag Comunitiy juga memberi edukasi ke sekolah yaitu anak sekolah agar mereka tahu bahwa sampah berbahaya terhadap lingkungan. Respon masyarakat terhadap upaya *Trashbag Comunitiy* positif, seperti dinyatakan MK, salah satu informan berikut ini: "*Kegiatan mereka sangat membantu untuk masyarakat yang berada di kawasan Taman Nasional Gunung Halimun Salak. Mereka menyadarkan masyarakat agar bisa menjaga alam sekitar. Trashbag Community juga memberikan contoh tidak membuang sampah sembarangan*".

Kelima, penerapan teknik edukatif, Teknik ini merupakan salah satu usaha mempengaruhi khalayak dari suatu pernyataan umum yang dilontarkan. Teknik ini dapat diwujudkan dalam bentuk pesan yang berisi pendapat-pendapat, fakta-fakta, dan pengalaman-pengalaman. Mendidik berarti memberikan sesuatu ide kepada khalayak apa sesungguhnya, di atas fakta-fakta, pendapat dan pengalaman yang dapat dipertanggungjawabkan dari segi kebenaran, dengan disengaja, teratur dan berencana, dengan tujuan mengubah tingkah laku manusia ke arah yang diinginkan. Melalui pendekatan edukasi, *Trashbag Community* juga mendapatkan masukan dari masyarakat agar memperbesar area penyebaran informasinya dengan melakukan sosialisai di sekolah sehingga sejak dini. Para siswa perlu mengetahui informasi mengenai pentingnya menjaga lingkungan khususnya Gunung Salak sebagai area yang berdekatan dengan tempat tinggal mereka, bagaimana seharusnya memperlakukan sampah agar tidak merusak lingkungan, dampak pencemaran lingkungan terhadap sumber mata air hingga banjir di gunung.

Jika informasi mengenai pentingnya menjaga kawasan pegunungan sudah tertanam sejak dini maka kesadaran terhadap pentingnya menjaga lingkungan dan kawasan taman nasional bisa terbentuk. *Trashbag Community* perlu mengunjungi warga secara rutin untuk menginformasikan kondisi kawasan Gunung Salak melalui kampanye rutin dan meminta dukungan masyarakat sekitar. Hal demikian seperti *informan*, *YS*, berikut ini: "*Yang paling efektif itu adalah edukasi, karena rata-rata mereka belum tahu dampak dari sampah yang ditinggalkan di gunung. Lebih banyak aktifitas nyata di lapangan, ada pemberdayaan masyarakat di sekitar kawasan, ada penyebaran pengetahuan, pendidikan ke anak sekolah usia dini, aktifitas langsung bersama orang-orang yang menjadi pelaku pembuangan sampah*".

Keenam, penerapan teknik koersif. Teknik koersif adalah mempengaruhi khalayak dengan jalan memaksa. Teknik koersif ini biasanya dimanifestasikan dalam bentuk peraturan-peraturan, perintah-perintah dan intimidasi-intimidasi. Untuk pelaksanaannya yang lebih lancar biasanya di belakangnya berdiri suatu kekuatan yang cukup tangguh. *Trashbag Community* mendapatkan dukungan dari Kementerian Lingkungan Hidup & Kehutanan serta aktivis lingkungan. Masalah yang dihadapi *Trashbag Community* adalah sumber daya manusia yang masih sedikit dan dukungan pembiayaan untuk menjalankan kegiatan tersebut. *Trashbag Community* juga mendapatkan dukungan dari pencinta lingkungan baik berupa materi ataupun perlengkapan seperti plastik sampah.

KESIMPULAN

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa *Trashbag Community* sebagai wadah yang dibentuk oleh para penggiat lingkungan telah menjalankan strategi komunikasi untuk membangun kesadaran masyarakat dan tindakan kolektif untuk mencegah pencemaran lingkungan. Berbagai aktivitas dilakukan untuk mengubah perilaku para pendaki dan masyarakat di sekitar Gunung Salak untuk memelihara lingkungan. Beberapa teknik yang diterapkan sebagai strategi komunikasi yaitu *redundancy*, *canalizing*, penyediaan informasi, pendekatan persuasif, edukasi, dan tindakan koersif. Upaya membangun perilaku peduli terhadap lingkungan perlu dilakukan secara berulang-ulang dan konsisten agar masyarakat bisa meninggalkan kebiasaan merusak lingkungan menjadi perilaku peduli dan merawat lingkungan. *Trashbag Community* mengkombinasi pendekatan untuk membangun kesadaran dan tanggung jawab melalui edukasi, penyediaan informasi, pendekatan persuasif yang disertai tindakan tegas berupa penegakan aturan dan pemberian sanksi bagi pelaku pelanggaran atau pelaku pencemaran lingkungan.

Trashbag Community bisa menjangkau masyarakat dan pendaki gunung untuk membangun rasa tanggung jawab terhadap lingkungan dan diterapkan tindakan atau perilaku dalam pencemaran lingkungan. Hambatan dalam pelaksanaan strategi komunikasi untuk pencegahan pencemaran lingkungan terutama karena kekurangan petugas dan luasnya kawasan hutan yang tidak bisa dijangkau secara serentak. Saran yang bisa

dikemukakan adalah *Trashbag Community* perlu lebih efektif dan terus-menerus mengedukasi dan melakukan kampanye agar bisa menimbulkan kesadaran para pendaki dan masyarakat sekitar kawasan hutan. Edukasi dan kampanye ke sekolah-sekolah di sekitar kawasan taman nasional perlu dilakukan secara dini agar siswa dapat mengetahui pentingnya menjaga lingkungan dari sampah dan mengetahui bahaya sampah terhadap lingkungan berupa pencemaran sumber mata air hingga terjadi banjir. Diperlukan kegiatan-kegiatan inovatif agar banyak warga di sekitar yang bisa terlibat langsung dalam menjaga kebersihan Gunung Salak.

REFERENSI

- Arifin, Anwar. (1994). *Strategi Komunikasi: Sebuah Pengantar Ringkas*. CV Armico. Bandung.
- Atmadi, Gayatri. (2019). How Company Manage Stakeholder Engagement for Reducing Plastic Waste in Indonesia? Proceeding of the 5th Conference on Communication, Culture and Media Studies. Yogyakarta, 14-16 April 2019.
- Bungin, B. (2015). *Komunikasi Pariwisata (Tourism Communication): Pemasaran an Brand Destinasi* (1st ed.). PT Aditya Andrebima Agung.
- Effendy OU. (2008). *Dinamika Komunikasi*. 1, 90-95.
- Cangara, Hafied. (2013). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Cangara, Hafied. (2012). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja GrafindoPersada.
- Cangara, Hafied. 2013. *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja GrafindoPersada
- Effendy, Onong Uchjana. (2008). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktik*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Hardjana, Andre. (2000). *Audit komunikasi: Teori dan Praktek*, Jakarta: PT. Grasindo.
- Kunasiroh, Wahuning Chumaison, Sri Hartini. (2023). Implementasi Bauran Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Perolehan Siswa Baru di Madrasah Ibtidaiyah Unggulan
- Miftahul Huda Tumang Boyolali. Vol. 03 No. 01 Januari 2023. *Digikom : Jurnal Ilmu Komunikasi*. E-ISSN 2722-483x.
- Liliweri, Alo. (2014). *Sosiologi dan Komunikasi Organisasi*. Jakarta : PT Bumi Aksara.
- Liliweri, Alo. (2011). *Komunikasi Antar Personal*. Jakarta: Remaja Rosdakarya.
- Rifqi, Muhammad Ihsan. (2020). Pengelolaan Ekowisata Perairan di Kawasan Wana Wisata Curug Nangka Kabupaten Bogor dari Perspektif Pengunjung. Vol. 4 No. 1: 35-41 Tahun 2020. *Jurnal Akuatiklestari* E-ISSN: 2598-8204 <http://ojs.umrah.ac.id/index.php/akuatiklestari>.
- Rohani, Ahmad. (1997). *Media intruksional Edukatif*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Setiawan, Rico dan Prudensius Maring, 2020. Motif Berfoto Selfie untuk Presensi Kehadiran Kelas Online saat Pandemi Covid-19 di Kalangan Pelajar Sekolah Dasar. *Jurnal Pewarta Indonesia* Volume 2 No 2 – 2020, page 90-96. Available online at <http://pewarta.org>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (19th Ed.). CV. Alfabeta.
- Suwatno. (2008). Audit Komunikasi Sebagai Alat Mengukur Efektifitas dan Efisiensi Komunikasi Organisasi. *Manajerial* Vol. 7, No. 13, Juli 2008 :25 - 34
- Wahdaniah, Infra dan Prudensius Maring, 2020. Dramaturgi Profesi Wartawan dalam Realita Kehidupan. *PARAHITA: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, Vol 1(2), 2020, 29-3. <https://doi.org/10.25008/parahita.v1i2.45>