

## Komunikasi Persuasif Komunitas Pondok Belantara Adventure Riau Dalam Mengampanyekan Isu Lingkungan Pada Masyarakat Kota Pekanbaru

Ahmad Hasanudin<sup>1)</sup>, Tessa Shasrini<sup>2)</sup>

Universitas Islam Riau

<sup>1)</sup> [ahmadhasanudin@student.uir.ac.id](mailto:ahmadhasanudin@student.uir.ac.id), <sup>2)</sup> [tessashasrini@comm.uir.ac.id](mailto:tessashasrini@comm.uir.ac.id)

**Abstrak.** Seiring dengan penambahan penduduk dan perkembangan berbagai industri dan teknologi, maka masalah lingkungan telah menjadi masalah serius yang di hadapi oleh manusia. Perilaku masyarakat terhadap lingkungan sesungguhnya tidak terlepas dari tingkat pengetahuan dan sikap tentang berbagai hal yang berkaitan dengan lingkungan. Adapun untuk mengurangi hal tersebut salah satu hal yang harus di lakukan adalah mengampanyekan isu lingkungan. Dari sekian banyaknya komunitas peduli lingkungan yang ada di Pekanbaru, ada pun komunitas yang menarik melakukan Komunikasi Persuasif kegiatan kampanye isu lingkungan dengan melalui kesenian yaitu Pondok Belantara Adventure Riau. Penelitian ini berfokus pada Komunikasi Persuasif Komunitas Pondok Belantara Adventure Riau dalam Mengampanyekan isu lingkungan pada Masyarakat Kota Pekanbaru, guna mendapatkan respon positif dari masyarakat Kota Pekanbaru. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi persuasif yang di lakukan komunitas pondok belantara dalam mengampanyekan isu lingkungan yang ada di kota Pekanbaru adalah (1) Pendekatan, (2) Aspek internal, (3) Aspek Eksternal. Adapun Faktor Pendukung dan Faktor penghambat komunitas pondok belantara dalam menyampaikan pesan persuasive pada Masyarakat kota Pekanbaru. Sejauh ini komunikasi persuasif yang di lakukan komunitas pondok belantara sudah berjalan dengan baik.

**Kata kunci:** Komunikasi Persuasif, Pondok Belantara, Isu lingkungan

**Abstract.** A long with increase resident and development various industry and technology, so problem environment has become problem Serious Which faced by man. Behavior public to environment actually No regardless from level knowledge and attitudes about various matter Which related with environment. As for reduce matter that's one of them things that must be done is campaign issue environment. From that many Community care In the environment in Pekanbaru, there are also interesting communities do Communication Persuasive activity campaign issue environment with through art that is Cottage Wilderness Adventure Riau. Study This focuses on Communication Persuasive Community Cottage Wilderness Adventure Riau in Campaigning issue environment in the Pekanbaru City Community, use get response positive from the people of Pekanbaru City. In research This use approach qualitative with method observation, interviews, and documentation. Research result show that communication persuasive to do community cottage wilderness in campaign issue environment in the city Pekanbaru are (1) Approach, (2) Internal aspects, (3) Aspects External. There are supporting factors and inhibiting factors community cottage wilderness in convey message persuasive in urban communities Pekanbaru. So far This

*communication persuasive to do community cottage wilderness Already walk with good.*

**Keywords:** *Communication Persuasive, Cottage Wilderness, Issue environm.*

## PENDAHULUAN

Setiap orang yang hidup dalam suatu kelompok Masyarakat selalu terlibat dalam aktivitas komunikasi baik dalam hal ini juga menyangkut aktivitas sehari-hari, mulai dari bangun pagi hingga tidur malam ini adalah hasil dari hubungan sosial mereka yang terbentuk melalui interaksi dengan orang-orang di sekitar mereka. Jika kita melihat lebih dekat, kita melihat banyak aktivitas manusia yang berkaitan dengan komunikasi, ini termasuk chattingan, mendengarkan radio, membaca koran, menonton bioskop atau televisi, dan lainnya. Hal ini menunjukkan betapa pentingnya komunikasi dalam struktur kehidupan sosial manusia<sup>1</sup>

Adapun salah satu komunikasi yang efektif yaitu komunikasi persuasif. Ada beragam definisi komunikasi persuasif yang di mana para ahli memberikan berbagai definisi mengenai komunikasi persuasif. Kamus ilmu komunikasi mendefinisikan komunikasi persuasif sebagai suatu proses untuk mempengaruhi pendapat, sikap, dan tindakan seseorang dengan menggunakan manipulasi psikologis sehingga orang tersebut bertindak sesuai keinginan mereka sendiri<sup>2</sup>

Komunikasi persuasif adalah proses yang menggambarkan alur atau tahapan pesan persuasif yang di kirimkan oleh komunikator pesan persuasif (persuader) hingga sampai pada komunikan pesan persuasif (persuade) yang menerima, mengedit dan memahami pesan tersebut. Carl Hovland adalah salah satu teoritis yang menciptakan model komunikasi persuasif pertama. Dalam modelnya, komunikator menggunakan elemen perhatian, pemahaman, pembelajaran, penerimaan, dan penyimpanan untuk menyampaikan komunikasi persuasif. Komunikator kemudian mempelajari pesan tersebut dan mendapatkan acceptance (penerimaan/pengakuan), yang menghasilkan perubahan sikap<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Husin, Alfiansyah. "Komunikasi Persuasif (Dakwah Quraish Shihab Dalam Channel Youtube Najwa Shihab)." *Mukammil: Jurnal Kajian Keislaman* 1 (2022): 39-55.

<sup>2</sup> Ibid; halaman 2.

<sup>3</sup> Mirawati, Ira. "Pemanfaatan Teori Komunikasi Persuasif Pada Penelitian E-Commerce Di Era Digital." *Medium* 9, no. 1 (2021): 58-80.

Dalam lingkup kelompok, organisasi dan masyarakat, komunikasi persuasif sangat berperan dalam menggugah semangat seseorang Terutama dalam lingkup komunikasi kelompok yang di mana komunikasi dalam kelompok kecil dilakukan secara langsung dan tatap muka yang memudahkan perubahan sikap dan perilaku melalui pesan verbal dan nonverbal. Oleh karna itu digunakan secara strategis untuk mendukung tujuan kelompok<sup>4</sup>

Seiring dengan pertumbuhan populasi dan kemajuan berbagai teknologi serta industri, permasalahan pada lingkungan membuat tantangan besar bagi manusia. Pada gilirannya, peningkatan jumlah limbah domestik dan industri akan mengakibatkan peningkatan jumlah limbah yang dilepaskan ke lingkungan karena meningkatnya kebutuhan akan sumber energi, pangan, perumahan, dan kebutuhan dasar manusia lainnya. Selain itu, banyak kerusakan lingkungan dan bumi disebabkan oleh berlebengannya dalam menggunakan bahan bakar berbentuk fosil, penebangan hutan, pemborosaan energi, dan serta polusi. Pemanasan global, perubahan iklim, kebakaran hutan dan sebagainya adalah beberapa contohnya. Adapun untuk mengurangi hal tersebut salah satunya dengan melakukan kegiatan mengampanyekan isu lingkungan<sup>5</sup>

Tujuan suatu kampanye, menurut Littlejohn dan Foss, adalah untuk menyampaikan tujuan tertentu kepada jumlah orang yang relatif besar dalam waktu tertentu dan melalui berbagai metode komunikasi<sup>6</sup>. Dalam hal ini komunikasi dalam lingkungan dapat dicapai melalui penggunaan alat peraga kampanye atau media kampanye seperti poster, leaflet, spanduk, dan informasi langsung. Kampanye dalam bentuk lingkungan membantu menyebarkan pesan pelestarian alam dan mendorong orang untuk mengambil tanggung jawab bersama untuk menjag lingkungan<sup>7</sup>

Karena pentingnya interaksi antara komunitas penyelenggara kampanye gerakan sosial, Masyarakat dan lingkungan secara keseluruhan, komunitas penyelenggara kampanye gerakan sosial juga harus memahami faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat untuk ikut dalam aktivitas offline kampanye gerakan sosial di lingkungan mereka. Gerakan social dibagi menjadi empat yakitu ada jaringan yang kuat, interaksi yang dilakukan secara informal

---

<sup>4</sup> Hendri, Ezi. "Komunikasi persuasif: pendekatan dan strategi." *Bandung: PT Remaja Rosdakarya* (2019).

<sup>5</sup> Maliki, Dyah Nurul, and Susanti Susanti. "Komunikasi Persuasif Dalam Kampanye Anti-Kekerasan Seksual Oleh Komunitas Lentera Sintas Indonesia." *Jurnal Komunikasi Dan Bisnis* 7, no. 1 (2019).

<sup>6</sup> Littlejohn, Stephen W., and Karen A. Foss, eds. *Encyclopedia of communication theory*. Vol. 1. Sage, 2009.

<sup>7</sup> Ulfa, Ghina Shabrina, and Anna Fatchiya. "Efektivitas instagram "Earth Hour Bogor" sebagai media kampanye lingkungan." *Jurnal Komunikasi Pembangunan* 16, no. 1 (2018): 144-157.

dan tidak terstruktur, ada rasa solidaritas di antara anggota gerakan sosial, dan ada tindakan yang terus-menerus tetapi tidak terinstitusi dan mengikuti prosedur organisasi biasa<sup>8</sup>

Adapun Beberapa Komunitas Pegiat Lingkungan di Kota Pekanbaru yaitu Pondok Belantara Adventure Riau, RSF, Amana Riau, ELANG, Greenpeace, Jikalauhari, KABUT, WWF, RIAU HIJAU dan lain – lain. Dari sekian banyaknya komunitas peduli lingkungan yang ada di Pekanbaru ada pun komunitas yang menarik melakukan kegiatan kampanye isu lingkungan dengan melalui kesenian yaitu Pondok Belantara Adventure Riau. Sejak Maret 2014, Pondok Belantara Adventure Riau telah menjadi tempat berkumpulnya orang-orang dari berbagai latar belakang untuk melakukan berbagai kegiatan yang berkaitan dengan lingkungan, pendidikan, dan seni. Beberapa orang yang peduli akan pendidikan dan lingkungan di Riau membuat ide untuk membentuk wadah atau organisasi yang bergerak di bidang pendidikan, lingkungan, dan seni. Organisasi Pondok Belantara Adventure Riau pertama kali didirikan di sebuah pondok (tempat kumpul dan belajar) di Jalan Purwosari Pandau Makmur di desa Pandau Jaya, kecamatan Siak Hulu, Kabupaten Kampar, Riau. Pondok Belantara Adventure Riau telah berpartisipasi dalam berbagai program sosial, amal, pendidikan, seni, dan kampanye lingkungan, terutama di Kota Pekanbaru.

Isu Lingkungan saat ini menjadi permasalahan yang menjadi perbincangan di Kota Pekanbaru salah satunya akibat hujan deras Pekanbaru terendam Banjir. Banjir dengan rata-rata ketinggian air 30 cm hingga 1 Meter<sup>9</sup>. Hal ini salah satunya dikarenakan oleh sampah. Oleh karena itu, Kota Pekanbaru seharusnya dibuat bersih, sehat, nyaman, dan asri, sehingga menjadi kota metropolitan yang madani yang mengutamakan pelestarian lingkungan hidup dengan menerapkan konsep Green City<sup>10</sup>

Upaya untuk mewujudkan Kota Hijau (Green City) sangat penting karena beberapa hal dipengaruhi oleh pertumbuhan kota yang cepat, yang mengakibatkan munculnya masalah di wilayah perkotaan seperti banjir, sampah, kemacetan, permukiman kumuh, kesenjangan sosial, dan berkurangnya ruang hijau terbuka. Ditjen Penataan Ruang Kementerian Pekerjaan Umum mendukung pembangunan kota hijau, yang merupakan gambaran dari kota berkelanjutan yang berbasis pada prinsip pembangunan berkelanjutan. Ini didasarkan pada

---

<sup>8</sup> Ibid; 3

<sup>9</sup> Aidilla, T. (2023). *Akibat Hujan Deras, Pekanbaru Terendam Banjir*. Republika.Co.Id.

<sup>10</sup> Maliki, Dyah Nurul, and Susanti Susanti. "Komunikasi Persuasif Dalam Kampanye Anti-Kekerasan Seksual Oleh Komunitas Lentera Sintas Indonesia." *Jurnal Komunikasi Dan Bisnis* 7, no. 1 (2019).

---

Pasal 29 Ayat 2 UU No. 26 Tahun 2007 tentang Penataan Ruang, yang menetapkan ketersediaan Ruang Terbuka Hijau (RTH) sebesar 30% dari luas kota<sup>11</sup>

Kota hijau, juga dikenal sebagai Green City, memiliki visi yang lebih luas dan ramah lingkungan. Mewujudkan kota hijau memiliki empat komponen yaitu dengan perencanaan dan perancangan kota hijau, pembangunan ruang terbuka hijau, pengurangan dan pengolahan sampah hijau, serta pengembangan sistem transportasi berkelanjutan<sup>12</sup>

Dengan demikian, orang-orang di Kota Pekanbaru harus diingatkan untuk mempertahankan kelestarian lingkungan hidup. Dalam hal ini, banjir, kebakaran hutan, dan pencemaran sungai adalah masalah lingkungan perkotaan yang meningkat seiring dengan pertumbuhan populasi dan aktivitas pembangunan. Masalah ini terkait dengan sampah; ini adalah fenomena sosial yang harus mendapat perhatian setiap orang karena manusia selalu memproduksi sampah<sup>13</sup>. Sampah di Kota Pekanbaru tidak dapat diselesaikan hanya dengan petugas kebersihan saja, masyarakat harus lebih sadar akan kebersihan lingkungan yang ada di sekitar mereka, sebenarnya tingkat pengetahuan dan persepsi masyarakat tentang berbagai aspek lingkungan memengaruhi perilaku mereka. Pembentukan keyakinan dimulai dengan pengetahuan, pada tahap berikutnya, keyakinan ini membentuk sikap dan perilaku, termasuk perilaku masyarakat terhadap lingkungannya. Oleh karena itu komunitas pondok belantara adventure Riau melakukan kampanye isu lingkungan pada Masyarakat agar lebih sadar akan lingkungan yang ada di sekitar mereka terutama pada masyarakat di kota Pekanbaru<sup>14</sup>

Pemasalahan isu lingkungan perlu di kampanye pada Masyarakat kota pekanbaru. Agar pemasalahan mengenai lingkungan berkurangan di wilayah pekanbaru. Hal ini menjadi tantangan bagi berbagai lapisan Masyarakat lebih tepatnya kepada komunitas pegiat lingkungan serta pemerintah. Salah satu komunitas pegiat lingkungan yang mengampanyekan isu tersebut adalah Komunitas pondok belantara Adventure Riau. Penelitian ini akan menjelaskan bagaimana komunikasi persuasive komunitas pondok

---

<sup>11</sup> Anugerah, M. Fajar, Sujianto Sujianto, and Adlin Adlin. "PELAKSANAAN KOORDINASI DALAM MEWUJUDKAN GREEN CITY." *Jurnal Kebijakan Publik* 7, no. 1.

<sup>12</sup> Ibit: halaman 4

<sup>13</sup> Marwuri, Trilis, and Nova Yohana. "Komunikasi persuasif komunitas earth hour dalam membentuk perilaku ramah lingkungan pada masyarakat di kota Pekanbaru (Studi pada aksi rampok sampah di car free day jalan diponegoro." *Pekanbaru: Universitas Riau, Indonesia* (2016).

<sup>14</sup> Yohana, Nova, and Trilis Marwuri. "Komunikasi Persuasif Komunitas Earth Hour dalam Membentuk Perilaku Ramah Lingkungan pada Masyarakat di Kota Pekanbaru (Studi pada Aksi Rampok Sampah di Car Free Day Jalan Diponegoro)." PhD diss., Riau University, 2016.

belantara Adventure Riau dalam mengampanyekan isu lingkungan pada Masyarakat kota pekanbaru.

### **METODE PENELITIAN**

Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif yang menghasilkan data deskriptif dari tulisan serta tingkah laku yang dapat di amati dalam sebuah observasi. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu wawancara, observasi serta dokumentasi. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara mendalam dengan informan. Peneliti memberikan beberapa pertanyaan kepada informan untuk mengetahui lebih lanjut tentang masalah dan untuk mengetahui lebih banyak tentang responden. Adapun yang menjadi sumber data primer dalam penelitian ini adalah Pegiat Lingkungan yang ada di Kota Pekanbaru, Komunitas Pondok Belantara *Adventure* Riau, dan Masyarakat Kota Pekanbaru. Dalam penelitian ini data sekunder, yaitu buku teori komunikasi persuasif, jurnal dan dokumentasi pendukung penelitian. Teknik pengumpulan data berikutnya adalah Observasi adalah metode pengumpulan data menggunakan teknik purposive sampling. Purposive Sampling ialah teknik pengumpulan sampel dengan pertimbangan tertentu. Subjek penelitian ini berjumlah 4 orang. Adapun yang menjadi kriteria informan dalam penelitian ini yaitu Keluarga Pondok belantara, Sahabat pondok belantara, Pegiat lingkungan yang ada di kota pekanbaru serta Masyarakat kota pekanbaru. Teknik triangulasi dalam penelitian ini adalah teknik triangulasi sumber data yaitu menggali kebenaran data atau informasi melalui berbagai sumber data yang berbeda dengan cara wawancara, observasi dan dokumentasi.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Komunitas Pondok Belantara Adventure Riau singkatan dari Pondok Pembelajaran Tanpa Rasis Adventure Riau. Komunitas ini berkedudukan di Jalan Purwosari RT01/RW02, Dusun I Pandau Makmur, Kec.Siak Hulu Kab.Kampar-Riau. Yang dimana merupakan tempat berkumpulnya Keluarga dan Sahabat Pondok Belantara Adventure Riau, untuk melakukan diskusi, belajar bersama, serta melakukan persiapan kegiatan yang akan dilakukan oleh Pondok Belantara Adventure Riau. Pada penelitian ini, peneliti menyajikan hasil penelitian dan melakukan pembahasan terkait hasil penelitian yang diperoleh. Penyajian dan pembahasan hasil penelitian berupa foto kegiatan mengenai Komunikasi Persuasif Komunitas Pondok Belantara *Adventure* Riau.

## Hasil Penelitian

Hasil penelitian berdasarkan data yang telah di dapatkan dengan mendeskripsikan serta memaparkan hasil penelitian mengenai Komunikasi Persuasif Komunitas Pondok Belantara *Adventure* Riau dalam mengampanyekan isu lingkungan pada Masyarakat kota Pekanbaru. Hasil Penelitian yang akan di jelaskan merupakan hasil penelitian berdasarkan data yang telah di peroleh melalui observasi secara langsung, wawancara bersama informan, serta dokumentasi selama proses penelitian.

Langkah pendekatan adalah Langkah awal yang di lakukan oleh komunikator agar pesan yang di sampaikan berjalan dengan lancar, jika pendekatan di lakukan dengan tidak benar maka lawan bicara pasti juga tidak tertarik dengan kelanjutan pesan yang di berikan. Maka dari itu komunitas pondok belantara melakukan pendekatan dengan cara halus yaitu dengan melalui cara kesenian agar mudah di terima oleh Masyarakat yaitu dengan cara melakukan pertunjukan seni serta membuka taman lapak baca serta menggambar mengenai isu lingkungan yang terjadi agar di kampanyekan ke anak-anak, pendekatan yang paling baik juga pendekatan pada anak-anak. Serta tidak lupa menampilkan penampilan- penampilan seni lainnya seperti Musik, Teater, Puisi, Mural, Tari dan kegiatan yang berbasis kesenian lainnya.

Adapun kegiatan kampanye yang di lakukan komunitas pondok belantara pada akhir-akhir ini yaitu kegiatan kampanye yang bertemakan “ Mengawal Kematian Kapten R “, isu yang di angkat dalam kegiatan ini yaitu tentang kematian salah satu gajah yang berada di Taman Tesso Nilo, Pelalawan-Riau, Gajah yang Bernama Rahman ini di temukan lemas pada pagi 10 Januari 2024 dengan Gading sebelah kiri hilang. Dan pada sore harinya Rahman di temukan telah menghembuskan nafas terakhirnya, hal ini lah yang membuat komunitas pondok belantara melakukan kegiatan kampanye dengan berkolaborasi bersama pegiat lingkungan yang ada di kota pekanbaru untuk menyuarakan keadilan untuk Rahman dan gajah Sumatera lainnya dengan mendukung (1) Kepolisian Daerah Riau mengusut tuntas kasus pembunuhan gajah Rahman. (2) Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan meningkatkan pengamanan gajah-gajah di Kawasan eksitu dan di habitat alaminya dengan melakukan upaya nyata perlindungan gajah dan keanekaragaman hayati. (3) berbagai lapisan Masyarakat untuk peduli dan mendukung perlindungan satwa dilindungi dan ekosistemnya. Adapun kegiatan kampanye ini di lakukan pada 6 Februari 2024 dengan kegiatan kampanye yang di lakukan.

Kegiatan pertama yang dilakukan komunitas pondok belantara yaitu dengan mengadakan diskusi *public* mengenai isu lingkungan yang akan di kampanyekan, pada kegiatan ini diskusi *public* yang dilakukan komunitas pondok betemakan “ Pengabdian Kapten Rahman 2004 – 2024 Mati di racun dan gadingnya di curi dalam Kawasan Taman Nasional Tesso Nilo” diskusi ini pun di hadiri oleh para perwakilan dari pegiat yang bekerja di Taman Nasional Tesso Nillo, Pegiat Lingkungan Kota pekanbaru serta selaku moderator pada diskusi ini yaitu *coordinator* lapangan pondok belantara. Diskusi ini di lakukan agar para *audience* lebih mengetahui mengenai isu yang sedang di kampanyekan.



Gambar 1

Kegiatan Kesenian Puisi Kampanye Komunitas Pondok Belantara *Adventure* Riau

Kegiatan kesenian selanjutnya yaitu puisi yang di mana puisi yang di bawakan saling berhubungan dengan tema kegiatan yang di kampanyekan agar kampanye yang di lakukan berjalan dengan baik dan masuk secara halus oleh para *audience* sehingga *audience* juga bisa menikmati penampilan puisi yang sedang di tampilkan.



Gambar 2

Kegiatan Kesenian Musik Kampanye Komunitas Pondok Belantara *Adventure* Riau

Dalam kegiatan kampanye pondok belantara tidak lupa menampilkan pertunjukan musik pada akhir kegiatan yang bertujuan untuk menghibur *audience* sehingga kegiatan



kampanye yang di lakukan tidak terkesan datar maka dari itu pondok belantara selalu melakukan pertunjukan musik di setiap kegiatan kampanye yang di lakukan dan music yang di bawakan pun masih berkaitan dengan tema lingkungan.

Tidak hanya melalui kesenian, pondok belantara juga melakukan pendekatan pada anak-anak yaitu dengan membuka lapak baca dan menggambar pada saat melakukan kegiatan kampanye isu lingkungan, sehingga pondok belantara tidak hanya fokus kepada generasi milenial dan gen Z saja, akan tetapi pondok belantara juga melakukan pendekatan pada anak-anak, hal ini di dukung dengan adanya observasi serta wawancara dan dokumentasi sebagai berikut:



Gambar 3

Kegiatan Membuka Lapak Baca dan Menggambar Kampanye Komunitas Pondok Belantara  
*Adventure Riau*

Pada gambar di atas menunjukkan bahwa pendekatan pada anak-anak bertujuan untuk membawa orang tua mereka juga terlibat dalam kegiatan kampanye yang di lakukan pondok belantara, hal ini bertujuan agar pondok belantara tidak hanya berfokus pada generasi milenial dan gen Z, karna pendekatan yang baik juga ada pada anak-anak. Hal ini di dukung dengan adanya wawancara kepada Eko Handyoko Purnomo, sebagai berikut:

*“pondok belantara juga mencoba melakukan pendekatan dengan membuka lapak baca dan membuat sketsa gambar-gambar sesuai dengan isu yang sedang di kampanyekan untuk anak-anak”* (Wawancara Dengan Eko, 05 Maret 2024)

Hal ini di respon baik oleh pegiat lingkungan yang ada di kota Pekanbaru serta Masyarakat kota Pekanbaru dengan pendekatan yang di lakukan pondok belantara melalui kesenian serta lapak baca dan juga kekeluargaan yang kuat serta keseriusan pondok belantara dalam mengampanyekan isu lingkungan membuat mereka tertarik.

## Pembahasan

Melalui pendekatan-pendekatan secara halus dan keseriusan yang dilakukan pondok belantara dalam mengampanyekan isu lingkungan yang ada di kota Pekanbaru sehingga dapat menarik perhatian Masyarakat luas untuk tertarik dalam kegiatan yang dilakukan komunitas pondok belantara. Dalam hal ini komunitas pondok belantara juga mengalami hambatan atau kesulitan dalam melakukan kampanye lingkungan hal tersebut juga diantisipasi oleh komunitas pondok belantara yaitu pada wawancara peneliti pada Eko Handyoko Purnomo yaitu sebagai berikut:

*“Kalo solusi untuk menangani hambatan dalam melakukan kampanye yang dilakukan pondok belantara, yaa dengan cara mengajak semua pihak agar ikut terlibat secara kolektif, Sadar bahwa kerusakan lingkungan adalah tanggung jawab bersama seperti public figure, influencer, media sosial yang memiliki banyak followers untuk mempermudah tersebarnya informasi, jadi dalam hal ini kita juga sudah mengantisipasi akan hal tersebut”* (Wawancara dengan Eko, 05 Maret 2024)

Dalam hal tersebut pondok belantara sudah menyiapkan kemungkinan-kemungkinan yang terjadi pada saat melakukan kampanye lingkungan. Sehingga dalam hal ini mempermudah komunitas pondok belantara melakukan kampanye dengan pendekatan yang dilakukan secara halus sehingga tidak membuat yang menyaksikan kampanye tersebut merasa terganggu akan isu lingkungan yang di kampanyekan pondok belantara ini.

Adapun Aspek internal meliputi sikap, emosi, motif, pengaruh pengaman masa lalu, dan sebagainya. Pengertian dari istilah internal ini bersifat umum yaitu pemaknaannya biasa di tetapkan pada setiap bidang kehidupan. Jika kita berbicara tentang sebuah komunitas, maka orang-orang atau bagian dari setiap aspek yang ada dalam sebuah komunitas di namakan dengan aspek internal.

Dalam hal ini menyadarkan Masyarakat betapa pentingnya menjaga lingkungan yang ada di sekitar mereka sangat lah penting, dengan memberikan pemahaman-pemahaman tentang isu lingkungan yang terjadi, mencocokkan ide atau konsep sehingga Masyarakat turut andil dalam menjaga lingkungan di sekitar mereka agar mereka tau betapa pentingnya menjaga lingkungan. Adapun aspek internal dari komunitas pondok belantara yaitu suatu kegiatan yang dilakukan dari dalam komunitas tersebut adalah dengan, Membuka perpustakaan baca, Melakukan Kegiatan Mingguan, ikut serta kegiatan kamisan, serta

melakukan kegiatan tahunan. Adapun hal tersebut di jelaskan sebagai berikut:



Gambar

Membuka Perpustakaan Baca Oleh Komunitas Pondok Belantara *Adventure* Riau

Membuka perpustakaan baca yang di lakukan oleh pondok belantara bertujuan untuk mengajak siapa saja yang yang ingin membaca di perpustakaan pondok belantara ini yang bertepatan di Jalan Purwosari RT01/RW02, Dusun I Pandau Makmur, Kec. Siak Hulu Kab.Kampar-Riau yang berada di tempat komunitas itu sendiri.



Gambar 5

Melakukan Kegiatan Mingguan Oleh Komunitas Pondok Belantara *Adventure* Riau

Kegiatan mingguan yang di lakukan pondok belantara untuk mengampanyekan isu lingkungan biasanya berlokasi di titik-titik yang di anggap tepat untuk melakukan kampanye, salah satunya pada saat Car Free Day (CFD) karna di CFD tersebut adalah tempat di mana masyarakat melakukan kegiatan seperti olahraga, melakukan aktivitas sosial dan bersantai. hal ini lah di dimanfaatkan oleh komunitas pondok belantara untuk melakukan aktivitas kampanye isu lingkungan.



Gambar 6

Mengikuti Kegiatan Tahunan Oleh Komunitas Pondok Belantara *Adventure* Riau

Desembercamp merupakan kegiatan tahunan yang di lakukan oleh pondok belantara yang di mana bertujuan untuk menyuarakan isu Pendidikan dan lingkungan melalui kegiatan kesenian, kebudayaan, dan literasi dengan konsep Residensi, Workshop, Lokakarya yang bertemakan “Bermain, Belajar, Berbagi ke Rimbang Baling”. Kegiatan ini bertujuan untuk memiliki pengetahuan dan terlibat langsung dalam rangka memecahkan permasalahan lingkungan.

Dari penjelasan tersebut, pondok belantara telah melakukan berbagai macam kegiatan kampanye lingkungan, yang di mana hal tersebut bertujuan untuk meningkatkan kesadaran Masyarakat mengenai lingkungan yang ada di sekitar mereka, Seperti dalam hasil wawancara yang di lakukan peneliti kepada Eko Handyoko Purnomo selaku *Coordinator* Lapangan pondok belantara mengatakan bahwa sangat berat untuk merubah kebiasaan Masyarakat dengan menjaga lingkungan dan tidak membuat pencemaran lingkungan hal ini juga yang menjadi tantangan bagi pondok belantara untuk mengampanyekan isu lingkungan di kota Pekanbaru.

Dari wawancara yang di lakukan peneliti kepada informan yang selaku Masyarakat, sebenarnya Masyarakat juga sudah sadar akan sampah yang ada di kota Pekanbaru dan juga sudah mencoba mengurangi sampah dari sendiri dengan cara membawa botol minuman sendiri dan mengantongi sampah pribadi, hal ini di jelaskan dalam wawancara yang di lakukan peneliti sebagai berikut:

*“Yaa sebenarnya kita selaku masyarakat tau akan sampah atau lingkungan yang kurang baik di kota Pekanbaru, akan tetapi saya sendiri sebenarnya sudah mengurangi*

*sampah yang ada di kota Pekanbaru ini secara pribadi saya membawa tumbler kemana-mana untuk mengurangi sampah plastik yang ada di Pekanbaru ini dan juga mengantongi puntung rokok saya agar tidak bertambahnya sampah di Pekanbaru dan juga sering mengikuti kegiatan mengenai lingkungan akan tetapi karna kurangnya respon dari Lembaga atau instansi yang lain membuat kita selaku masyarakat yaa tidak bisa berbuat banyak” (Wawancara dengan Salman, 06 Maret 2024)*

Dari wawancara dengan informan di atas dapat di simpulkan bahwa kurangnya respon dari Lembaga-lembaga atau instansi yang bergerak di bidang lingkungan sehingga itu juga menimbulkan sikap tidak mau tau pada diri Masyarakat sehingga berkurangnya sikap peduli akan lingkungan di kota Pekanbaru.

Solusi Yang di lakukan komunitas Pondok belantara agar isu lingkungan yang di kampanyekan sampai secara luas pada Masyarakat Pekanbaru yaitu dengan cara melakukan kampanye lingkungan di titik-titik yang di anggap krusial agar kampanye yang di lakukan sampai ke Masyarakat atau khalayak ramai. Hal ini di sampaikan pada saat peneliti mewawancari informan pegiat lingkungan yaitu sebagai berikut:

*“Kalo bicara di mana saja, saya rasa di beberapa titik-titik yang krusial di kota Pekanbaru kayak di Car Free Day (CFD), rumah tuan kadi di sebelah Sungai siak, terus di tugu zapin di depan halaman kantor gubernur, di MTQ juga pernah, di taman budaya juga pernah, di cuk nyak dien juga pernah hutan kota juga, beberapa titik krusial lah yang ada di kota Pekanbaru, jadi kalo di titik-titik yang seperti itu mempermudah pondok belantara mengkampanyekan isu lingkungan tadi, karna ya di titik-titik tersebut ramai orang yang lalu lalang jadi tanpa tidak langsung orang-orang melihat kampanye yang di lakukan pondok belantara” (Wawancara dengan Dhani, 06 Maret 2024)*

Dalam hal ini memang sulit menyadarkan Masyarakat betapa pentingnya menjaga lingkungan yang ada di sekitar kita sehingga untuk menarik massa atau audience pada saat melakukan kampanye yaitu dengan mengkampanyekan isu lingkungan pada titik-titik yang di anggap ramai orang atau di keramaian sehingga secara tidak langsung mereka yang melewati lokasi kampanye tersebut terkena imbas dari kampanye yang di lakukan pondok belantara, hal tersebut agar menimbulkan kesadaran peduli lingkungan pada diri masing-masing agar bisa di terapkan untuk diri sendiri dalam kehidupan sehari-hari.

Adapun pondok bentara sendiri juga membuat perpustakaan baca untuk Masyarakat yang bertepatan di lokasi pondok belantara yaitu di jalan purwosari, pandau. Dan juga pondok belantara melakukan kegiatan mingguan yaitu membuka lapak baca, menggambar, dan melakukan kampanye mengenai isu lingkungan serta juga melakukan kegiatan kamisan yang ada di Pekanbaru. Pondok belantara juga melakukan kegiatan tahunan berupa desembercam selama beberapa tahun terakhir, pondok belantara juga melakukan kegiatan kampanye lingkungan di hari-hari besar mengenai lingkungan, literasi serta seni seperti hari lingkungan hidup. Hal ini di jelaskan oleh wawancara peneliti dengan yogi selaku sahabat pondok belantara yaitu sebagai berikut:

*“Biasanya di Car Free Day (CFD), di hari hari besar lingkungan, hari-hari besar literasi, hari-hari besar kesenian jadi tidak ada waktu pasti tapi beberapa tahun belakangan semenjak pandemi, setiap tahunnya pondok belantara melakukan kegiatan Desembercamp” (Wawancara dengan Yogi, 07 Maret 2024)*

Dalam hal ini pondok belantara melakukan kegiatan kampanye mengenai isu lingkungan secara acak karna isu mengenai lingkungan bisa datang kapan saja, Akan tetapi pondok belantara juga memiliki kegiatan mingguan yang di lakukan di Car Free Day (CFD), Serta kegiatan kamisan yang di lakukan di hari kamis dan juga memiliki kegiatan tahunan yaitu desembercam.

Selain aspek internal ada juga Aspek eksternal terdiri atas objek, orang per orang, dan lingkungan secara fisik. Aspek eksternal dapat di artikan sebagai aspek yang berasal dari luar diri individu itu sendiri seperti lingkungan di sekitar termasuk juga orang orang yang berada di luar diri seperti orang-orang terdekat, faktor alam, ekonomi, sosial dan sebagainya. Aspek eksternal juga merupakan sebuah konsp yakni pandangan orang lain tentang diri sendiri termasuk apa saja yang ia rasakan tentang prilakunya, perasaan, dan isi pikirannya, dimana pikiran itu di wujudkan dalam sebuah tindakan akan memberikan pengaruh atau berdampak juga kepada orang lain.

Aspek eksternal yang di lakukan pondok belantara dalam mengajak orang-orang untuk peduli akan lingkungan bukan perkara yang muda akan tetapi seiring berjalannya waktu banyak cara untuk mengajak khalayak ramai untuk peduli akan lingkungan biasanya dengan cara mengajak dari orang ke orang dari mulut ke mulut akan tetapi seiring

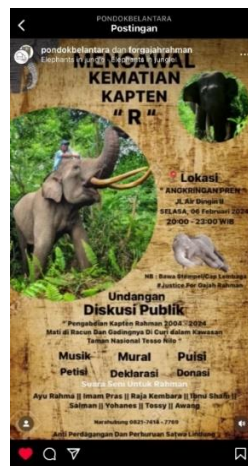
bertambahnya waktu juga bisa melalui media sosial untuk mengajak orang-orang peduli akan lingkungan. Dalam hal ini aspek eksternal yang dilakukan pondok belantara yaitu mengajak dari orang ke orang, menyebarkan flayer kegiatan ke media sosial dan menyebarkan alat peraga kampanye pada saat melakukan kegiatan. Hal ini dijelaskan sebagai berikut:



Gambar 7

Contoh Alat Peraga Kampanye Oleh Komunitas Pondok Belantara *Adventure* Riau

Menyebarkan alat peraga kampanye merupakan salah satu bentuk aktivistas yang dilakukan untuk memberikan informasi terkait kegiatan yang dilakukan serta berguna untuk mengajak Masyarakat melakukan kegiatan kampanye yang dilakukan, karna alat peraga kampanye juga berisi kata-kata ajakan untuk peduli akan lingkungan.



Gambar 8

Menyebarkan Flayer Kegiatan Oleh Komunitas Pondok Belantara *Adventure* Riau

Menyebarkan informasi melalui media sosial merupakan salah satu cara untuk mengampanyekan isu lingkungan, dengan ini khalayak ramai dapat melihat informasi terkait kegiatan yang dilakukan pondok belantara karna zaman sekarang hanya sebagian orang

yang tidak menggunakan media sosial, akan tapi kebanyakan orang telah menggunakan media sosial sehingga ini mempermudah komunitas pondok belantara dalam menyebarkan informasi terkait mengampanyekan isu lingkungan.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan strategi yang dilakukan pondok belantara berjalan dengan baik dan lancar sejauh ini yaitu dengan cara menyebarkan Flyer ke media sosial lalu di respon oleh teman-teman yang lain sehingga Kembali di share melalui media sosial masing-masing, selanjutnya melakukan kegiatan langsung turun kejalan di beberapa titik yang menurutnya mereka penting untuk dilakukan kampanye contohnya seperti di Car Free Day (CFD), Taman Budaya, Rumah tuan kadi, Sungai Siak, Sungai Sail dan Sungai-sungai kecil lainnya, di depan kantor gubernur, kantor DPRD serta di tugu zapin dan tugu perjuangan yang ada di kota Pekanbaru.

Adapun faktor pendukung yang membuat pesan *persuasive* dalam komunikasi persuasif di antaranya mendengarkan, pernyataan, keterbukaan, kepekaan dan umpan balik. Dalam komunitas pondok belantara Adapun faktor pendukung yang membuat pesan *persuasive* sampai pada Masyarakat di jelaskan dalam wawancara peneliti pada Dhani selaku pegiat lingkungan, yaitu sebagai berikut:

*“Kalo menurut aku sebagai pegiat lingkungan ya, Pondok belantara itu mengemas isu lebih kreatif karna pondok belantara bermain dengan isu jadi harus di kemas dengan kreatif itu yang pertama ya, yang kedua tu penguatan SDM yang ada di pondok belantara sendiri dengan melakukan pelatihan kader-kader pondok belantara itu menjadi faktor pendukung karna pondok bersentu langsung dengan masyarakat jadi komunikasinya tu harus terstruktur biar pesannya sampai kemasyarakat” (Wawancara dengan Dhani, 20 Maret 2024)*

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan faktor pendukung bagi Masyarakat di kota Pekanbaru dalam menerima pesan *persuasive* terkait isu lingkungan yang dilakukan oleh pondok belantara yaitu mengemas isu secara menarik dan kreatif, memberikan isu secara real atau nyata, merespon atau menangkap isu mengenai lingkungan secepat mungkin, pesan yang disampaikan terstruktur.

Adapun faktor penghambat yang membuat pesan *persuasive* dalam komunikasi persuasif di antaranya rintangan pada sumber, rintangan dalam penyampaian, rintangan pada penerima, rintangan dalam umpan balik dan perbedaan kepentingan. Dalam komunitas



pondok belantara Adapun faktor penghambat yang membuat pesan *persuasive* tidak sampai pada Masyarakat di jelaskan dalam wawancara peneliti pada Dhani selaku pegiat lingkungan, yaitu sebagai berikut:

*“Banyak faktor penghambat pondok menurut ku pribadi, dari yang tadi tu kurangnya pemahaman masyarakat terkait isu lingkungan, kurangnya SDM di pondok belantara itu terkait komunikasi langsung kemasyarakat. Kalo yang lain udah kayak ketepatan waktu, tenaga, kuantiti manusianya tu udah cukup kurasa tulaah kebalikan dari faktor pendukung tadi”* (Wawancara dengan Dhani, 20 Maret 2024)

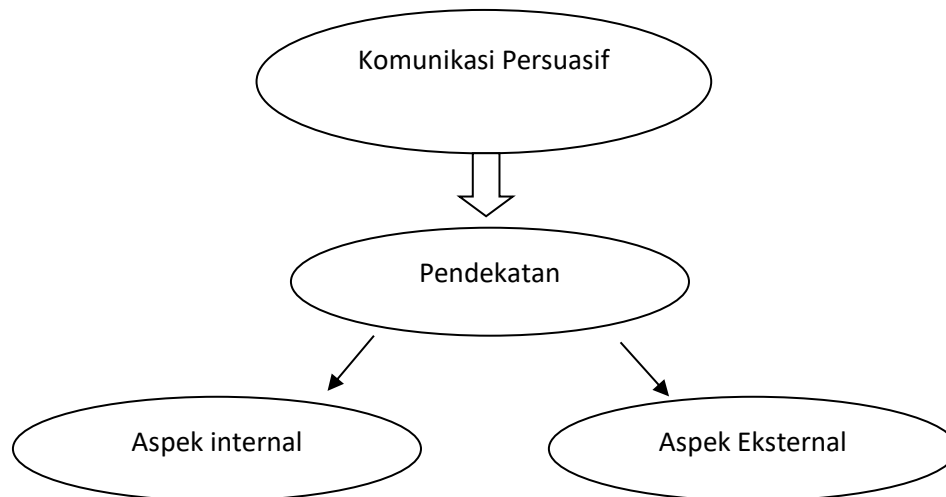
Dari penjelasan di atas dapat di simpulkan faktor penghambat bagi Masyarakat di kota Pekanbaru dalam menerima pesan *persuasive* terkait isu lingkungan yang di lakukan oleh pondok belantara yaitu kurangnya SDM pada pondok belantara, minimnya tentang pengetahuan mengenai isu lingkungan yang di sampaikan, kurangnya komunikasi terhadap pihak-pihak yang terkait dengan lingkungan, kurangnya literasi, kurang tulus dalam melakukan kegiatan, dan kurangnya kepedulian pemerintah yang bersangkutan mengenai lingkungan yang ada di kota Pekanbaru. omunikasi persuasif adalah upaya untuk mengubah sikap seseorang dengan memasukkan ide, pikiran, pendapat, dan bahkan fakta baru ke dalam pesan yang sedang dikomunikasikan<sup>15</sup>. Komunikasi persuasif bertujuan untuk membuat komunikasi memberikan umpan balik sesuai keinginan komunikator<sup>16</sup>. Dikaitkan dengan konteks isu lingkungan, komunikasi persuasif merupakan konsep penyampaian informasi yang dilakukan pegiat lingkungan, komunitas peduli lingkungan dan instansi yang bergerak di bidang lingkungan untuk mengubah tingkah laku anak didik menuju ke arah yang lebih baik<sup>17</sup>. Dalam hal ini menjelaskan bagaimana komunikasi persuasif yang di lakukan komunitas pondok belantara yaitu dengan cara melakukan pendekatan dengan aspek internal dan aspek eksternal. Dan setelah itu melakukan pemaparan faktor pendukung dan penghambat pesan *persuasive* sampai kepada Masyarakat. Untuk lebih jelas maka Langkah tersebut di jelaskan sebagai berikut:

---

<sup>15</sup> Dini, J. P. A. U. "Model Komunikasi Persuasif pada Pembelajaran Materi Praktek Shalat Fardhu pada Anak Usia Dini." *Jurnal Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini* 6, no. 6 (2022): 7223-7231.

<sup>16</sup> Prihanti, G. S. *Empati dan Komunikasi* (4th ed.). UMM Press, (2017).

<sup>17</sup> Natalina, D., & Gandana, G. *Komunikasi dalam PAUD* (4th ed.). Ksatria Siliwang, (2019).



Gambar 9

Langkah Penerapan Komunikasi Persuasif Komunitas Pondok Belantara *Adventure* Riau

Tahap pertama yang dilakukan komunitas pondok belantara dalam mengampanyekan isu lingkungan dengan cara pendekatan. Pendekatan adalah sebagai titik tolak atau sudut pandang kita terhadap sesuatu yang sedang dilakukan<sup>18</sup>. Adapun pendekatan yang dilakukan komunitas pondok belantara yaitu dengan membuat pertunjukan seni berupa musik, puisi, teater, mural, serta pertunjukan seni yang dianggap tidak bosan atau boring. Hal ini bertujuan untuk melakukan pendekatan pada Masyarakat terutama pada generasi milenial dan gen Z untuk ikut terlibat dalam kampanye yang dilakukan pondok belantara. Tidak hanya melakukan pertunjukan seni pondok belantara juga membuka lapak baca pada saat kegiatan kampanye isu lingkungan di berbagai tempat atau titik-titik yang krusial agar kampanye yang dilakukan berjalan dengan lancar. Pendekatan yang dilakukan melalui lapak baca dan menggambar dilakukan untuk melakukan pendekatan pada anak-anak sehingga orang tua dari anak tersebut juga terkena imbas persuasi yang melibatkan mereka dalam kampanye yang dilakukan oleh komunitas pondok belantara.

<sup>18</sup> Pohan, Albert Efendi. *Konsep pembelajaran daring berbasis pendekatan ilmiah*. Penerbit CV. Sarnu Untung, 2020.

Selanjutnya untuk memberitahukan pada Masyarakat luas atau publik yaitu dengan cara membenteng sepaduk pada saat melakukan kampanye mengenai ajakan-ajakan untuk peduli akan lingkungan serta mengabadikan momen-momen kampanye dengan foto atau video yang dilakukan agar bisa diabadikan ke media sosial sehingga kampanye yang dilakukan berkelanjutan melalui media sosial. Sehingga diharapkan semua kalangan Masyarakat terkena imbas dari kampanye yang dilakukan pondok belantara.

Aspek internal meliputi sikap, emosi, motif, pengaruh pengalaman masa lalu, dan sebagainya<sup>19</sup>. Pengertian dari istilah internal ini bersifat umum yaitu pemaknaannya biasa di tetapkan pada setiap bidang kehidupan. Jika kita berbicara tentang sebuah komunitas, maka orang-orang atau bagian dari setiap aspek yang ada dalam sebuah komunitas di namakan dengan aspek internal<sup>20</sup>. Dalam hal ini komunitas pondok belantara melakukan persuasi melalui kesadaran pada diri sendiri dengan menyentuh aspek internal berupa sikap yang diambil pada saat komunitas pondok belantara mengampanyekan isu lingkungan menyadarkan masyarakat untuk peduli akan lingkungan.

Menggerakkan emosi dengan cara menyadarkan Masyarakat untuk peduli akan lingkungan dengan kampanye ajakan membawa botol minum kemanapun berada sehingga membuat individu tersebut mengurangi pencemaran sampah plastik dan komunitas pondok belantara menyediakan kampanye berupa memberi asbak untuk perokok sehingga puntung rokok dari individu itu sendiri mengurangi bertambahnya sampah yang ada di kota Pekanbaru. Hal tersebut membuat agar Masyarakat sadar akan hal-hal kecil yang dilakukan bisa berdampak besar jika dilakukan dalam skala besar sehingga mulai timbul rasa peduli pada diri sendiri dan akan berkelanjutan peduli pada lingkungan yang ada di sekitarnya.

Dengan melakukan kampanye di titik-titik krusial yaitu tempat yang di mana dapat menarik perhatian Masyarakat ramai contohnya pada saat Car Free Day (CFD) sehingga masyarakat yang sedang melakukan CFD secara tidak langsung menyaksikan kampanye yang dilakukan komunitas pondok belantara ini. Dalam hal ini pondok belantara juga melakukan kegiatan mingguan seperti di jelaskan di atas pondok belantara membuka lapak baca, menggambar serta melakukan kampanye di Car Free Day serta juga mengikuti kegiatan

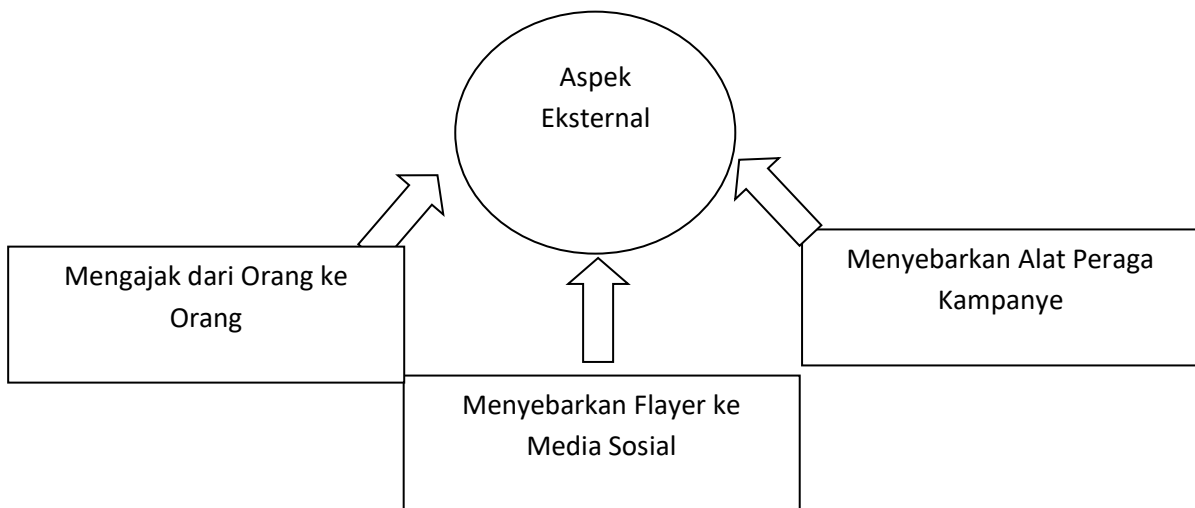
---

<sup>19</sup> Hendri, Ezi. "Komunikasi persuasif: pendekatan dan strategi." *Bandung: PT Remaja Rosdakarya* (2019).

<sup>20</sup> Bungsu, Rajo, and Kemas Imron Rosadi. "Faktor yang mempengaruhi berpikir sistem: aspek internal dan eksternal." *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi 2*, no. 2 (2020): 205-215.

kamisan dan juga pondok belantara dalam beberapa tahun terakhir melakukan kegiatan yaitu desembercam.

Tentu saja ini menjadi aspek internal pendukung di dalam pondok belantara itu sendiri karna telah memiliki kegiatan mingguan, kamis serta tahunan sehingga jika di lakukan secara rutin tentu saja kampanye yang di lakukan akan sampai kepada Masyarakat kota Pekanbaru. Hal inilah yang harus terus di lakukan oleh komunitas pondok belantara untuk meningkatkan kesadaran Masyarakat terkait lingkungan yang ada di kota pekanbaru.



Gambar 11.

Aspek Eksternal Komunikasi Persuasif Komunitas Pondok Belantara *Adventure* Riau

Aspek eksternal terdiri atas objek, orang per orang, dan lingkungan secara fisik<sup>21</sup>. Aspek eksternal dapat di artikan sebagai aspek yang berasal dari luar diri individu itu sendiri seperti lingkungan di sekitar termasuk juga orang orang yang berada di luar diri seperti orang-orang terdekat, faktor alam, ekonomi, sosial dan sebagainya<sup>22</sup>. Dalam hal ini kampanye yang di lakukan pondok belantara yaitu melalui orang ke orang atau mulut ke mulut dan di permudah melalui media sosial. dalam halnya pada saat ada kegiatan yang di lakukan komunitas pondok belantara secara tidak langsung sahabat- sahabat pondok merespon hal tersebut.

<sup>21</sup> Ibid; halaman 10

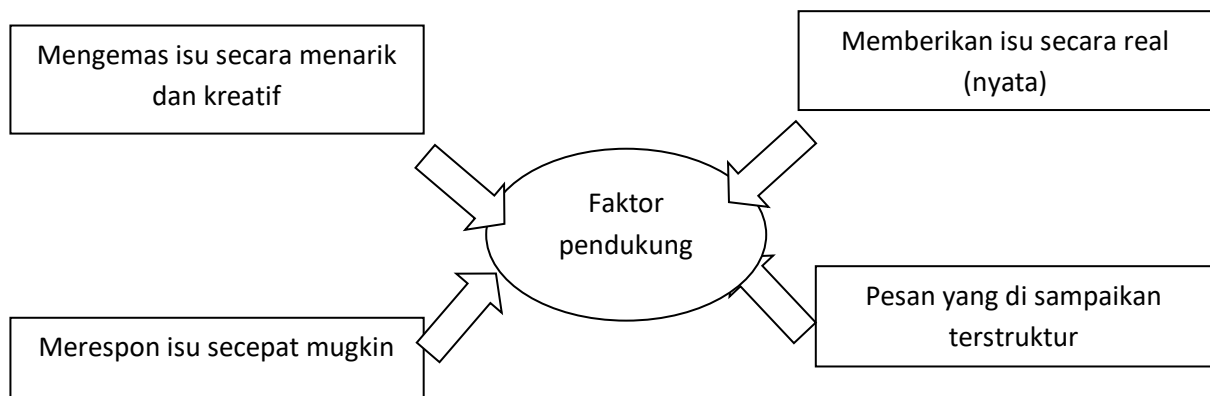
<sup>22</sup> Ibid; halaman 10

Tidak hanya sahabat komunitas pondok belantara saja pegiat-pegiat lingkungan seperti mahasiswa pencinta alam (MAPALA), pegiat lingkungan yang mengetahui kegiatan tersebut juga merespon hal ini sehingga kabar dari kegiatan yang akan di kampanyekan oleh pondok belantara sampai pada kawan-kawan pegiat lingkungan lainnya dengan cara mengajak secara langsung dengan menjelaskan kegiatan kampanye yang akan di lakukan.

Dan juga dengan ajakan secara tidak langsung biasa dengan melalui media sosial sehingga Masyarakat yang tertarik akan merespon hal tersebut sehingga dari penjelasan tersebut kampanye yang di lakukan komunitas pondok belantara menimbulkan efek domino yaitu efek yang berkelanjutan sehingga kampanye tersebut berkelanjutan dari orang ke orang dan tidak hanya di lakukan sekali saja dan juga agar pesan tersebut sampai ke Masyarakat.

Pondok belantara juga melakukan kampanye dengan memasang alat peraga kampanye berupa poster ajakan peduli mengenai lingkungan serta pondok belantara juga melakukan kampanye dengan membenteng spanduk di seputaran wilayah di lakukannya kampanye. Hal tersebut secara tidak langsung menimbulkan aspek eksternal yaitu mengajak orang lain untuk melakukan kegiatan secara sadar dan tanpa paksaan.

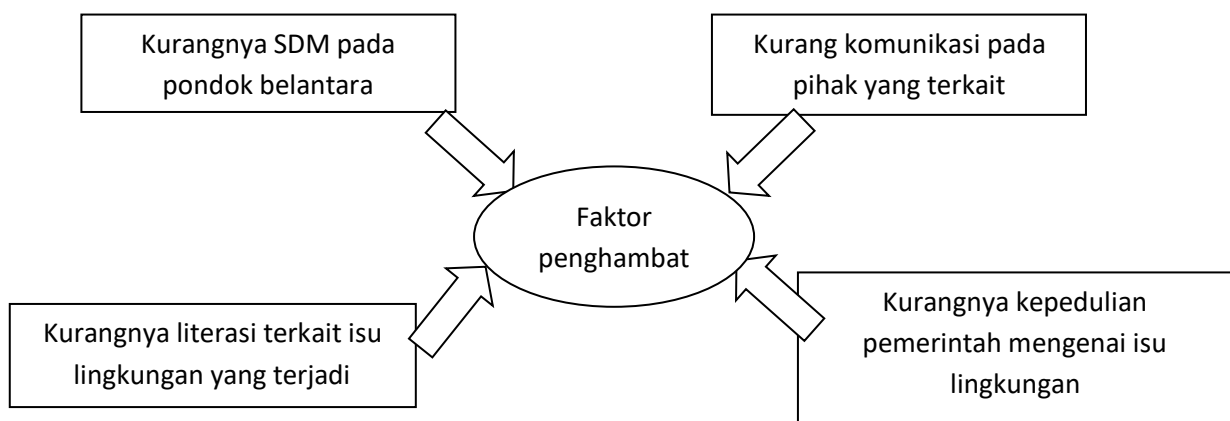
Adapun faktor pendukung yang membuat pesan *persuasive* dalam komunikasi persuasif di antaranya mendengarkan, pernyataan, keterbukaan, kepekaan dan umpan balik. Dalam komunitas pondok belantara Adapun faktor pendukung yang membuat pesan *persuasive* sampai pada Masyarakat yaitu mengemas isu secara menarik dan kreatif, memberikan isu secara real atau nyata, merespon atau menangkap isu mengenai lingkungan secepat mungkin, pesan yang di sampaikan terstruktur. Untuk lebih jelas maka faktor pendukung tersebut di jelaskan sebagai berikut:



Gambar 12

Faktor Pendukung Komunikasi Persuasif Komunitas Pondok Belantara *Adventure* Riau

Adapun faktor penghambat yang membuat pesan *persuasive* dalam komunikasi persuasif di antaranya rintangan pada sumber, rintangan dalam penyampaian, rintangan pada penerima, rintangan dalam umpan balik dan perbedaan kepentingan. Dalam hal ini faktor penghambat bagi Masyarakat di kota Pekanbaru dalam menerima pesan *persuasive* terkait isu lingkungan yang di lakukan oleh pondok belantara yaitu kurangnya SDM pada pondok belantara, minimnya tentang pengetahuan mengenai isu lingkungan yang di sampaikan, kurangnya komunikasi terhadap pihak-pihak yang terkait dengan lingkungan, kurangnya literasi, kurang tulus dalam melakukan kegiatan, dan kurangnya kepedulian pemerintah yang bersangkutan mengenai lingkungan yang ada di kota Pekanbaru. Untuk lebih jelas maka faktor penghambat tersebut di jelaskan sebagai berikut:



Gambar 13

Faktor Penghambat Komunikasi Persuasif Komunitas Pondok Belantara *Adventure* Riau

Indikator gaya kepemimpinan maskulin yang ditemukan dalam penelitian ini adalah adanya kompromi, ekspresif dengan mengungkapkan pendapat masing-masing secara terbuka, mampu mengendalikan emosi dan menyesuaikan dengan keadaan.

## **PENUTUP**

### **Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa langkah persuasif yang dilakukan komunitas pondok belantara dalam mengampanyekan isu lingkungan yaitu dengan melakukan pendekatan kepada Masyarakat yaitu dengan cara melakukan pertunjukan seni seperti musik, puisi, mural, teater, tari dan pertunjukan seni lainnya agar kampanye yang dilakukan masuk secara halus, hal ini bertujuan untuk mengajak Masyarakat untuk ikut dalam mengampanyekan isu lingkungan terutama kepada generasi milenial dan gen Z. Tidak hanya itu pondok belantara juga membuka lapak baca dan menggambar untuk Masyarakat terutama anak-anak agar terlibat dalam kampanye yang dilakukan sehingga secara tidak langsung orang tua dari anak tersebut ikut terlibat dalam kampanye yang dilakukan. Selanjutnya pondok belantara juga melakukan komunikasi persuasif melalui aspek internal dan eksternal agar kampanye yang dilakukan berjalan dengan lancar. Terdapat faktor pendukung dan penghambat bagi masyarakat di kota Pekanbaru dalam menerima pesan *persuasive* terkait isu lingkungan oleh komunitas pondok belantara, faktor pendukung dalam hal ini adalah mengemas isu secara menarik dan kreatif, memberikan isu secara real atau nyata, merespon atau menangkap isu mengenai lingkungan secepat mungkin, pesan yang disampaikan terstruktur. Sedangkan faktor penghambat dalam hal ini adalah kurangnya SDM pada pondok belantara, minimnya tentang pengetahuan mengenai isu lingkungan yang disampaikan, kurangnya komunikasi terhadap pihak-pihak yang terkait dengan lingkungan, kurangnya literasi, kurang tulus dalam melakukan kegiatan, dan kurangnya kepedulian pemerintah yang bersangkutan mengenai lingkungan yang ada di kota Pekanbaru.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Aidilla, T. (2023). *Akibat Hujan Deras, Pekanbaru Terendam Banjir*. Republika.Co.Id.
- Anugerah, M. Fajar, Sujianto Sujianto, and Adlin Adlin. "PELAKSANAAN KOORDINASI DALAM MEWUJUDKAN GREEN CITY." *Jurnal Kebijakan Publik* 7, no. 1.
- Bungsu, Rajo, and Kemas Imron Rosadi. "Faktor yang mempengaruhi berpikir sistem: aspek internal dan eksternal." *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi* 2, no. 2 (2020): 205-215.
- Dini, J. P. A. U. "Model Komunikasi Persuasif pada Pembelajaran Materi Praktek Shalat Fardhu pada Anak Usia Dini." *Jurnal Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini* 6, no. 6 (2022): 7223-7231.
- Hendri, Ezi. "Komunikasi persuasif: pendekatan dan strategi." *Bandung: PT Remaja Rosdakarya* (2019).
- Husin, Alfiansyah. "Komunikasi Persuasif (Dakwah Quraish Shihab Dalam Channel Youtube Najwa Shihab)." *Mukammil: Jurnal Kajian Keislaman* 1 (2022): 39-55.
- Littlejohn, Stephen W., and Karen A. Foss, eds. *Encyclopedia of communication theory*. Vol. 1. Sage, 2009.
- Marwuri, Trilis, and Nova Yohana. "Komunikasi persuasif komunitas earth hour dalam membentuk perilaku ramah lingkungan pada masyarakat di kota Pekanbaru (Studi pada aksi rampok sampah di car free day jalan diponegoro." *Pekanbaru: Universitas Riau, Indonesia* (2016).
- Mirawati, I. *Pemanfaatan Teori Komunikasi Persuasif Pada Penelitian E-Commerce Di Era Digital*. (2021).
- Natalina, D., & Gandana, G. *Komunikasi dalam PAUD* (4th ed.). Ksatria Siliwang, (2019).
- Pohan, Albert Efendi. *Konsep pembelajaran daring berbasis pendekatan ilmiah*. Penerbit CV. Sarnu Untung, 2020.
- Prihanti, G. S. *Empati dan Komunikasi* (4th ed.). UMM Press, (2017).
- Maliki, Dyah Nurul, and Susanti Susanti. "Komunikasi Persuasif Dalam Kampanye Anti-Kekerasan Seksual Oleh Komunitas Lentera Sintas Indonesia." *Jurnal Komunikasi Dan Bisnis* 7, no. 1 (2019).
- Ulfa, Ghina Shabrina, and Anna Fatchiya. "Efektivitas instagram "Earth Hour Bogor" sebagai media kampanye lingkungan." *Jurnal Komunikasi Pembangunan* 16, no. 1 (2018): 144-157.