

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. LATAR BELAKANG**

Seperti yang kita ketahui, kerusakan pada lingkungan merupakan kenyataan yang sudah tidak dapat dihindari lagi. Lingkungan yang seharusnya dijaga dan dirawat agar tetap berfungsi dengan baik, kenyataannya malah dirusak dan dicemari oleh manusia sendiri tanpa disadari dan malah dianggap sebagai hal yang wajar. Pencemaran akan terjadi apabila didalam lingkungan hidup manusia, baik yang bersifat fisik, biologis maupun sosial, terdapat suatu bahan yang merugikan eksistensi manusia. Hal itu disebabkan oleh karena bahan tersebut terdapat dalam konsentrasi yang besar, yang pada umumnya merupakan hasil dari aktivitas manusia sendiri.<sup>1</sup>

Kenyataan tersebut sangatlah memprihatinkan, karena kurangnya kesadaran tersebut semakin hari semakin bertambah tingkat pencemaran yang dilakukan oleh manusia terhadap lingkungan ini. Pencemaran udara (yang disebabkan oleh asap rokok, kendaraan bermotor, industri, dll), penebangan hutan secara liar, pembakaran hutan, penggunaan bahan bakar yang tidak ramah lingkungan, penggunaan energi listrik yang berlebihan, merupakan beberapa hal yang mempunyai kontribusi besar dalam kerusakan lingkungan yang dilakukan oleh manusia.

Kerusakan lingkungan yang terus menerus terjadi ternyata membawa dampak negatif bagi manusia itu sendiri. Salah satu dampak negatif yang dirasakan oleh manusia akibat kerusakan lingkungan adalah *global warming* atau yang lebih dikenal dengan pemanasan global, yaitu kejadian meningkatnya temperatur rata-rata atmosfer, laut dan daratan bumi, yang disebabkan oleh kegiatan manusia yang menghasilkan emisi gas rumah kaca dari industri, kendaraan bermotor, pembangkit listrik bahkan penggunaan listrik berlebihan.<sup>2</sup> Efek yang terjadi akibat dari *global warming* antara lain : perubahan iklim, kenaikan suhu yang ekstrim di beberapa daerah, mencairnya es di kutub yang mengakibatkan meningkatnya permukaan air laut, meningkatnya intensitas terjadinya badai, sulitnya mendapatkan air bersih, munculnya berbagai penyakit baru, dan juga hilangnya 1000 spesies dalam waktu yang relatif singkat.

Akhir-akhir ini *global warming* menjadi sorotan utama oleh berbagai masyarakat dunia. Tak kecuali juga oleh masyarakat Indonesia yang juga telah merasakan berbagai dampak dari pemanasan global. Yogyakarta termasuk salah satu kota yang telah merasakan dampak dari *global warming*. Salah satu dampak dari *global warming* yang paling terasa di Yogyakarta yaitu kenaikan suhu. Data dari Badan Meteorologi dan Geofisika (BMG) Jogjakarta menyebutkan suhu di kota Jogjakarta<sup>3</sup> mengalami kenaikan 1,7°C dari tahun sebelumnya. Kenaikan suhu yang cukup drastis tersebut disebabkan karena

---

<sup>2</sup> [http://id.wikipedia.org/wiki/pemanasan\\_global](http://id.wikipedia.org/wiki/pemanasan_global) /Tgl. 5 Januari 2008

<sup>3</sup> Penulis menggunakan kata Jogjakarta karena kalimat tersebut merupakan kutipan

kerusakan lingkungan.<sup>4</sup> Menurut Laporan Status Lingkungan Hidup Daerah Kota Yogyakarta Tahun 2007, kenaikan suhu tersebut dapat disebabkan oleh efek rumah kaca karena pengaruh dari gas CO<sub>2</sub> CH<sub>4</sub> dan CFC yang berasal dari kendaraan bermotor dan industri.

Menurut survey terbaru yang dilakukan oleh AC Nielsen pada rentang waktu Februari-Maret 2007 menunjukkan bahwa 72% masyarakat urban Indonesia belum pernah mendengar tentang apa itu pemanasan global.<sup>5</sup>

Kenyataan menggambarkan sosialisasi terhadap bahaya dari pemanasan global<sup>6</sup> dan bagaimana melakukan aktivitas-aktivitas untuk meminimalkan efek pemanasan global sangatlah kurang. Hal ini terlihat dari kurangnya aktivitas yang mencerminkan usaha untuk mengurangi dampak pemanasan global, sebagai akibatnya publik, baik individu maupun *corporate* kurang paham dengan permasalahan yang terjadi<sup>7</sup>

Untuk menyikapi masalah tersebut Dinas Lingkungan Hidup sebagai salah satu instansi pemerintah Kota Yogyakarta yang menangani masalah lingkungan melaksanakan program Langit Biru. Salah satu kegiatan dari program tersebut adalah sosialisasi kepada masyarakat di 14 kecamatan di kota Yogyakarta dan dibarengi dengan *action* seperti penghijauan, perawatan taman, melakukan uji emisi, uji udara ambien dan lain sebagainya sebagai tindakan nyata dari program tersebut.<sup>8</sup>

Program Langit Biru yang dilaksanakan oleh Dinas Lingkungan Hidup propinsi DIY sesuai dengan keputusan Menteri Negara Lingkungan Hidup nomor : KEP-15/MENLH/4/1996. Program tersebut dibuat dengan

---

<sup>4</sup> Radar Jogja, edisi Rabu, 28 November 2007

<sup>5</sup> Materi sosialisasi *global warming* dari Yayasan Lestari Indonesia.

<sup>6</sup> Penulis Menggunakan kata pemanasan global karena kalimat tersebut merupakan kutipan

<sup>7</sup> [http://bicaraglobalwarming.multiply.com/journal/item/4/Link\\_Artikel\\_Global\\_Warming/Tgl.10](http://bicaraglobalwarming.multiply.com/journal/item/4/Link_Artikel_Global_Warming/Tgl.10)

Februari 2008

<sup>8</sup> ...

pertimbangan untuk mencegah terjadinya pencemaran udara dan mewujudkan perilaku sadar lingkungan, perlu dilakukan upaya pengendaliannya dan bahwa sebagai salah satu upaya pengendalian pencemaran udara dari kegiatan sumber bergerak dan sumber tidak bergerak dilakukan dengan program langit biru. Dari pertimbangan diatas, maka Program Langit Biru dapat didefinisikan sebagai suatu program pemerintah yang bertujuan untuk mengendalikan dan mencegah pencemaran udara dan mewujudkan perilaku sadar lingkungan baik dari sumber yang tidak bergerak (industri) maupun sumber bergerak yaitu kendaraan bermotor.

Pencemaran udara baik pencemaran primer yang berasal dari hasil pembakaran yang menghasilkan karbon monoksida ataupun pencemaran sekunder yang merupakan substansi pencemar yang terbentuk dari reaksi pencemar-pencemar primer diatmosfer bisa mengakibatkan *global warming*. Hal tersebut dikarenakan sifat alami udara yang dapat mengakibatkan dampak pencemaran udara bersifat langsung dan lokal, regional maupun global. Dengan mewujudkan perilaku sadar lingkungan diharapkan dapat meminimalkan efek dari *global warming*.

Sosialisasi merupakan upaya yang dilakukan oleh Dinas Lingkungan Hidup untuk menyampaikan program, memberikan informasi dan wawasan kepada masyarakat tentang tindakan-tindakan yang dapat merusak lingkungan yang pada akhirnya bisa mengakibatkan *global warming*. Dengan mengadakan

...sosialisasi tersebut diharapkan masyarakat bisa memahami dan mau

melakukan tindakan sadar lingkungan sehingga bisa meminimalkan efek *global warming*.

Mengingat masyarakat sekarang yang semakin kritis, sosialisasi dirancang sedemikian rupa dan menggunakan komunikasi dua arah agar sosialisasi yang dilaksanakan terkesan tidak menggurui dan antar pihak Dinas Lingkungan Hidup dan pihak masyarakat sama-sama bisa mengetahui apa harapan dari masing-masing pihak. Dalam pelaksanaannya, Sosialisasi dilakukan oleh tim yang telah dipilih dari Dinas Lingkungan Hidup dan bekerja sama dengan pemerintah setempat (pihak kecamatan), LSM, dan media.

Dinas Lingkungan Hidup sebagai salah satu instansi pemerintah Kota Yogyakarta yang mempunyai fungsi diantaranya yaitu untuk melaksanakan sebagian kewenangan dibidang pengendalian dampak lingkungan dan penanggulangan pencemaran. Oleh karena itu, dalam menghadapi isu *global warming* Dinas Lingkungan Hiduplah yang paling berperan dalam mensosialisasikan *global warming* kepada masyarakat agar masyarakat mengerti dan memahami apa itu *global warming*, bagaimana dampak yang ditimbulkan serta bagaimana cara meminimalkan efek dari *global warming*. Dengan adanya sosialisasi tersebut diharapkan masyarakat bisa bersama-sama meminimalkan efek dari pemanasan global.

## **B. RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka masalah yang menjadi fokus

” Bagaimana proses sosialisasi *global warming* yang dilakukan oleh Dinas Lingkungan Hidup kota Yogyakarta? ”

### C. TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk memahami gambaran sosialisasi *Global warming* yang dilaksanakan oleh Dinas Lingkungan Hidup kota Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui faktor pendukung dan faktor penghambat dalam sosialisasi yang dilaksanakan oleh Dinas Lingkungan Hidup kota Yogyakarta dalam menghadapi isu *Global Warming*.

### D. MANFAAT PENELITIAN

1. Sebagai sumbangan pemikiran untuk meningkatkan kemajuan dalam kegiatan sosialisasi bagi Dinas Lingkungan Hidup
2. Sebagai salah satu pengembangan cara berfikir ilmiah dan rasional dalam rangka mengkaji dan menyaserasikan antara teori-teori komunikasi dan kenyataan yang ada di lapangan

### E. KERANGKA TEORI

#### 1. Komunikasi Dalam Konteks Sosial

Sebelum membahas mengenai sosialisasi, alangkah lebih baik jika kita terlebih dahulu membahas tentang komunikasi. Sebagai mahluk sosial, dalam kehidupan sehari-hari manusia membutuhkan komunikasi

untuk berinteraksi dengan lingkungannya. Secara paradigmatis komunikasi dapat didefinisikan sebagai berikut:

Komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik langsung secara lisan, maupun tak langsung melalui media.<sup>9</sup>

Sedangkan secara terminologis, komunikasi berarti proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain.<sup>10</sup> Dalam proses ini orang lain dapat mengerti apa yang sebenarnya dipikirkan dan dirasakan lawan komunikasinya. Pada hakikatnya, komunikasi adalah proses pernyataan antar manusia yang mengandung pikiran dan perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai alat penyalurnya.<sup>11</sup> Oleh karena itu, komunikasi hanya bisa dilakukan oleh manusia. Tidak dapat dipungkiri, bahwa manusia sebagai masyarakat tidak dapat lepas dari apa yang dinamakan komunikasi.

Seperti yang dikatakan Pratikto, komunikasi dalam suatu masyarakat ataupun kelompok adalah proses yang terus-menerus, juga adalah proses sosial, proses peristiwa-peristiwa, dalam mana bejuta-juta lambang ataupun pengertian saling di operkan ataupun saling tukar-menukar.<sup>12</sup> Pada akhirnya proses komunikasi tersebut membawa masyarakat untuk melakukan interaksi sosial.

---

<sup>9</sup> qEffendy, Onong Uchjana. MA, Prof, Drs. *Dinamika Komunikasi*. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung. 1992. hal.5

<sup>10</sup> ibid, Effendy, Onong Uchjana .1992 hal. 4

<sup>11</sup> ibid, Effendy, Onong Uchjana .1992.hal 28

<sup>12</sup> Riyono, Pratikno,

Interaksi sosial merupakan hubungan-hubungan sosial yang dinamis yang menyangkut hubungan antara orang-orang perorangan, antara kelompok-kelompok manusia, maupun antara perorangan dengan kelompok manusia.<sup>13</sup> Suatu interaksi sosial akan terjadi apabila memenuhi dua syarat yaitu: adanya kontak sosial dan adanya komunikasi.<sup>14</sup> Interaksi ini bertujuan untuk menciptakan sebuah kerjasama yang baik didalam masyarakat, sehingga tidak mengherankan jika komunikasi tersebut sering dinamakan dengan komunikasi sosial.

Secara definitif, komunikasi sosial ialah proses interaksi dimana seseorang atau suatu lembaga menyampaikan amanah kepada pihak lain supaya pihak lain dapat menangkap maksud yang dikehendaki penyampai.<sup>15</sup>

Dalam komunikasi sosial, komunikator dan komunikan harus sama-sama memiliki kesadaran untuk melakukan perubahan. Sehingga dengan adanya kesadaran tersebut segala informasi yang mereka terima dalam proses tersebut dapat menambah pengetahuan dan keterampilan mereka sehingga menghasilkan sebuah integrasi didalam masyarakat. Keadaan tersebut dikarenakan, suatu komunikasi sosial akan berhasil bila kedua belah pihak yang terlibat dalam proses komunikasi ini menganggap ada manfaatnya untuk mengadakan kegiatan komunikasi tersebut.<sup>16</sup>

---

<sup>13</sup> Gillin dan Gillin dalam Soerjono S. *Sosiologi Suatu Pengantar*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta. 2005. hal.61

<sup>14</sup> *ibid.* Soerjono, S. hal.64

<sup>15</sup> Sutaryo, M.Si. *Sosiologi Komunikasi : Perspektif Teoritik*. Arti Bumi Intaran . Yogyakarta. 2005 hal.23

<sup>16</sup> Soerjono S. *Sosiologi Suatu Pengantar*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta. 2005. hal.61



Menurut Hendropuspito, pengertian komunikasi sosial itu mencakup unsur-unsur berikut :

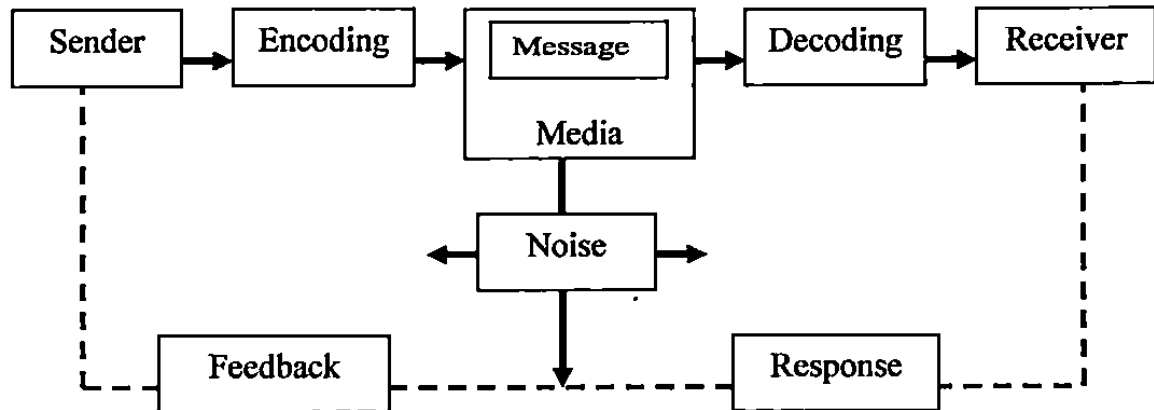
- a. Komunikator, yaitu pihak yang memulai komunikasi. Komunikator mungkin seseorang atau suatu institusi. Dalam proses komunikasi, komunikator unsur yang aktif, yang mengambil prakarsa.
- b. Amanat, yaitu hal yang disampaikan. Amanat dapat berupa perintah, kabar buah pikiran, pendapat, anjuran dan sebagainya.
- c. Media untuk penyampaian amanat, yaitu daya upaya yang dipakai untuk menyampaikan amanat kepada penerima. Dalam uraian selanjutnya dinamakan media komunikasi sosial. Media komunikasi sosial mengandung dua unsur, yaitu unsur pernyataan (ungkapan) amanat itu sendiri dan alat yang dipakai untuk menyampaikan amanat itu.
- d. Komunikan yaitu orang atau satuan orang yang menjadi sasaran komunikasi itu. Kepada merekalah amanat disampaikan, dari mereka diharapkan tanggapan dan dalam diri mereka proses komunikasi berakhir.
- e. Tanggapan (respon), inilah tujuan dari komunikasi sosial. Yang diharapkan adalah bahwa tanggapan komunikan sama dengan maksud komunikator. Dengan demikian komunikasi berhasil, efektifitas komunikasi tercapai.

Sedangkan menurut Harold Lasswell yang dikutip oleh Phillip Kotler dalam buku *Marketing Managemen* unsur-unsur dalam proses komunikasi yaitu:

- a. *Sender*: Komunikator yang menyampaikan pesan kepada seseorang atau sejumlah orang.
- b. *Encoding*: Penyandian, yakni proses pengalihan pikiran ke dalam bentuk lambang.
- c. *Message*: Pesan yang merupakan seperangkat lambang bermakna yang disampaikan oleh komunikator.
- d. *Media*: Saluran komunikasi tempat berlalunya pesan dari komunikator kepada komunikan.
- e. *Decoding*: Pengawasandian, yaitu proses dimana komunikan menetapkan makna pada lambang yang disampaikan oleh komunikator kepadanya.
- f. *Receiver*: Komunikan yang menerima pesan dari komunikator.
- g. *Response*: Tanggapan, seperangkat reaksi pada komunikan setelah diterpa pesan.
- h. *Feedback*: Umpan balik, maksudnya adalah tanggapan komunikan apabila tersampaikan atau disampaikan kepada komunikator.
- i. *Noise*: Gangguan tak terencana yang terjadi dalam proses komunikasi sebagai akibat diterimanya pesan lain oleh komunikan yang berbeda dengan pesan yang disampaikan oleh komunikator kepadanya.<sup>17</sup>

Dari penjelasan diatas, proses komunikasi tersebut dapat kita lihat pada gambar dibawah ini :

Gambar 1.1



Sumber: Effendy, Onong Uchjana, MA, Prof, Drs. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 1984. hlm. 18

Dari gambar tersebut terlihat jelas bahwa setiap komunikasi yang dilakukan, seseorang ataupun kelompok pasti memiliki tujuan tertentu. Oleh sebab itu, sebuah komunikasi bisa saja dilakukan hanya untuk menyampaikan sebuah informasi atau mengubah perilaku seseorang maupun masyarakat sehingga seseorang maupun masyarakat yang mengalami proses komunikasi diharapkan dapat mengalami perubahan sesuai dengan tujuan yang diinginkan.

Memahami pengertian komunikasi agar tercapai komunikasi yang efektif, Wilbur menguraikan *the condition of success in communication* yaitu kondisi yang harus dipenuhi jika menginginkan agar suatu pesan membangkitkan tanggapan yang kita kehendaki. Kondisi tersebut dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a. Pesan harus dirancang dan disampaikan sedemikian rupa, sehingga menarik perhatian komunikan.
- b. Pesan harus menyarankan suatu jalan untuk memperoleh kebutuhan tadi yang layak bagi situasi kelompok yang mana

- komunikasikan berada pada saat ia digerakkan untuk memberikan tanggapan yang dikehendaki.
- c. Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi komunikan dan menyarankan beberapa cara untuk memperoleh kebutuhan tersebut.
  - d. Pesan harus menggunakan lambang-lambang tertuju kepada pengalaman yang sama antara komunikator dan komunikan, sehingga sama-sama mengerti.<sup>18</sup>

Selain itu, untuk merancang pesan yang efektif, idealnya suatu pesan harus mampu memberikan perhatian (*attention*), menarik (*interest*), membangkitkan hasrat atau keinginan (*desire*) dan menghasilkan tindakan (*action*) yang kesemuanya dikenal dengan AIDA.<sup>19</sup>

Untuk melancarkan komunikasi agar tercapai tujuan yang diinginkan, seorang komunikator perlu memperhatikan faktor yang penting pada diri komunikator seperti berikut ini :

- a. Daya tarik sumber  
Seorang komunikator akan berhasil dalam komunikasi, akan mampu mengubah sikap, opini, dan perilaku komunikan melalui mekanisme daya tarik jika pihak komunikan merasa bahwa komunikator ikut dengannya. Dengan lain perkataan komunikan merasa ada kesamaan antara komunikator dengannya sehingga komunikan bersedia taat pada isi pesan yang dilancarkan oleh komunikator
- b. Kredibilitas sumber  
Faktor kedua yang bisa menyebabkan komunikasi berhasil ialah kepercayaan komunikan pada komunikator. Kepercayaan ini banyak bersangkutan dengan profesi atau keahlian yang dimiliki seorang komunikator.<sup>20</sup>

Seorang komunikator yang handal adalah komunikator yang memiliki kredibilitas tertentu. Tiga jenis kredibilitas yang perlu dimiliki oleh

<sup>18</sup> Effendy, Onong Uchjana, MA, Prof, Drs. *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*. PT Remaja Rosdakarya. Bandung. 1984. hal.37

<sup>19</sup> Lupiyoadi, Rambat. *Manajemen Pemasaran Jasa : Teori dan Praktek*. Salemba Empat. Jakarta. 2001. hal. 123

<sup>20</sup> *ibid*, Effendy, Onong Uchjana, MA, Prof, Drs.1984. hal. 38-39

komunikator<sup>21</sup>: pertama, *Ethos* adalah kemampuan komunikator untuk menunjukkan reputasi pribadinya, pada waktu dia berbicara, dia tampil secara jujur, cakap, berpengalaman pada tema yang disampaikan. Kedua, *Pathos* berhubungan dengan faktor emosi komunikator dan yang ketiga *Logos* berhubungan dengan tingkat pengetahuan komunikator terhadap tema yang dibicarakan, kemampuan memecahkan persoalan.

Aspek-aspek dari fungsi komunikasi sosial :

a. Memberi informasi

Informasi perlu disampaikan kepada masyarakat karena kenyataan menunjukkan bahwa :

- 1) Manusia hanya dapat maju dan berkembang apabila dia mengetahui nilai-nilai yang perlu dicapai.
- 2) Tidak semua orang memiliki pengetahuan yang sama mengenai nilai-nilai yang perlu dicapai, mengenai sasaran yang harus dipakai dan bahaya-bahaya yang harus disingkirkan.
- 3) Setiap orang mempunyai hak asasi untuk mendapat informasi yang berguna bagi kehidupannya.

b. Memberi bimbingan

Bimbingan yang disampaikan lewat pesan (amanat) yang sifatnya menuntun, menyetujui, menolak, mencela, menegur, mendukung atau menentang, mengajak atau menganjurkan, memberi petunjuk

mengenai prioritas tertentu diantara sekian banyak tindakan yang harus dilaksanakan.

c. Memberi hiburan

Komunikasi sosial merupakan jawaban yang tepat untuk memenuhi kebutuhan hiburan warga masyarakat.

Ditinjau dari jenisnya, komunikasi dapat diklasifikasikan menjadi beberapa jenis menurut sudut pandang tertentu. Berikut ini adalah jenis-jenis komunikasi sosial menurut pandangan Hendropuspito:

a. Komunikasi langsung dan tidak langsung

Komunikasi langsung (*direct communication*) : komunikator berhubungan langsung dengan komunikan.

Komunikasi tak langsung (*indirect communication*) : terjadi apabila dalam berkomunikasi dipakai satu atau lebih perantara untuk menghubungkan komunikator dengan komunikan.

b. Komunikasi satu arah dan komunikasi timbal balik

Komunikasi satu arah (*one way communication*) : terjadi apabila penyampaian amanat datang hanya dari satu jurusan, jadi tidak mungkin ada tanggapan langsung dari penerima.

Komunikasi timbal balik (*reciprocal communication*) : terjadi apabila

c. Komunikasi bebas dan Komunikasi fungsional

Komunikasi bebas (nonorganik) merupakan komunikasi dalam pergaulan sehari-hari, tidak terikat pada formalitas tertentu yang harus ditaati.

Komunikasi fungsional (*institutional*) : komunikasi yang terikat pada suatu aturan.

d. Komunikasi individual dan komunikasi massal

Komunikasi individual (*individual communication*) : bila antara komunikator dan komunikan saling mengenal dengan baik.

Komunikasi massal (*mass communications*) : komunikasi yang ditujukan kepada umum dan komunikan tidak dikenal dengan baik oleh komunikan.<sup>22</sup>

Komunikasi tidak berlangsung dalam suatu ruang hampa-sosial, melainkan dalam suatu konteks atau situasi tertentu, secara luas konteks disini berarti semua faktor diluar orang-orang yang berkomunikasi, yang terdiri dari beberapa aspek antara lain:

a. Aspek bersifat fisik, seperti iklim, cuaca, suhu udara, bentuk ruangan, warna dinding, penataan tempat duduk, jumlah peserta komunikasi dan alat yang tersedia untuk menyampaikan pesan.

b. Aspek psikologis, seperti sikap, kecenderungan, prasangka, dan emosi

- c. Aspek Sosial, seperti norma kelompok, nilai sosial, dan karakteristik budaya
- d. Aspek waktu, yakni kapan berkomunikasi (hari apa, jam berapa, pagi, siang, sore, malam).<sup>23</sup>

## 2 Sosialisasi Sebagai Bagian Dari Komunikasi Sosial

Dalam kehidupan sehari-hari kita sering sekali mendengar istilah sosialisasi. Sebagai individu, baik secara sengaja atau tidak kita juga mengalami apa yang dinamakan sosialisasi. Lalu apa sebenarnya yang dimaksud dengan sosialisasi? Secara umum, istilah sosialisasi memang lebih sering digunakan dalam lingkup sosiologi, dimana sosialisasi sering dipahami sebagai proses belajar yang dilakukan oleh individu untuk menyesuaikan dengan lingkungannya.

Seperti yang di definisikan oleh Wrigth :

Sosialisasi adalah proses ketika individu mendapatkan kebudayaan kelompoknya dan menginternalisasikan (sampai tingkat tertentu) norma-norma sosialnya, sehingga membimbing orang itu untuk memperhitungkan harapan-harapan orang lain.<sup>24</sup>

Internalisasi dalam bahasa Inggris *internalized*, berarti *to incorporate in oneself*. Jadi internalisasi berarti proses menanamkan dan menumbuhkembangkan suatu nilai atau budaya menjadi bagian diri (*self*) orang yang bersangkutan.<sup>25</sup> Penanaman dan penumbuhkembangan nilai

---

<sup>23</sup> Mulyana, Deddy. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. PT.Remaja Rosdakarya. Bandung. 2001. hal.69

<sup>24</sup> Wrigth, R.Charles. *Sosiologi Komunikasi Massa*. CV Remadja karya. Bandung.1985.hal .182

<sup>25</sup> Nida, Elizabeth. *Basic Concepts in PE*. Pustaka Jaya. Jakarta. 1997. hal.82



tersebut dilakukan melalui berbagai didaktik-metodik pendidikan dan pengajaran seperti, pendidikan, pengarahan, indoktrinasi, *brainwashing* dan lain sebagainya.

Hal yang penting untuk ditegaskan adalah bahwa sosialisasi tidak pernah total dan merupakan proses yang berulang-ulang, yaitu proses dari masa kanak-kanak sampai usia tua. Tanggung jawab sosialisasi biasanya diletakkan pada tangan orang-orang atau lembaga tertentu, tergantung pada daerah normatif yang terlibat. Sejumlah besar sosialisasi dilakukan dengan sengaja, tetapi sosialisasi juga terjadi secara tak disadari ketika individu mengambil petunjuk mengenai norma-norma sosial tanpa pengajaran khusus mengenai hal itu.<sup>26</sup>

Pengertian lain dari Sosialisasi adalah sebuah mekanisme penyampaian informasi kebijakan kepada publik.<sup>27</sup> Selain itu, sosialisasi bisa juga diartikan sebagai kegiatan mengkomunikasikan keberadaan dan konsep-konsep, ketentuan, nilai dan norma, metodologi, serta pelaksanaan program, sehingga terjadi pemahaman kritis pada masyarakat sasaran dan dapat mengarah pada perubahan sikap dan perilaku.<sup>28</sup>

Beberapa pikiran dasar komunikasi sehubungan dengan proses pembangunan<sup>29</sup>:

- a. Komunikasi bertujuan mencapai komunikasi yang serasi
- b. Komunikasi merupakan mekanisme sosialisasi
- c. Sebagai akibatnya perlu diperhatikan adanya :
  - Pemantauan tentang lingkup referensi komunikan

---

<sup>26</sup> opcit, Wrigh. 1985.hal

<sup>27</sup> <http://rms46-vlsm-org/00-17html /tgl.29 Januari 2008>

<sup>28</sup> <http://www.p2kp.org/wartadetil.asp?mid=1843&catid=2& / tgl.30 januari 2008>

- Adanya pengetahuan tentang pengalaman komunikan, terutama tentang materi yang akan dikomunikasikan
- Adanya usaha untuk memasuki jalan pikiran dan kemampuan komunikator "untuk menempatkan diri dalam situasi komunikan", halmana dikenal dengan empati.

Jika kita menghubungkan antara pengertian dan pemahaman mengenai komunikasi dan sosialisasi yang telah dibahas diatas, maka dapat disimpulkan bahwa sosialisasi berkaitan dengan komunikasi sosial dimana komunikasi merupakan bagian dari sosialisasi. Seperti yang diungkapkan oleh Phil, komunikasi merupakan mekanisme sosialisasi. Selain itu Phil juga mengungkapkan komunikasi sosial adalah sekaligus proses sosialisasi.<sup>30</sup> Mekanisme dalam hal ini bisa diartikan sebagai alat atau sarana, komunikasi merupakan elemen penting dalam pelaksanaan sosialisasi.

Agar tujuan komunikasi dapat tercapai, komunikasi dapat dilakukan dengan cara bertatap muka dan melalui media.<sup>31</sup> Namun dalam kenyataannya terbukti bahwa orang-orang yang langsung menerima informasi dari media terbatas sekali. Hal tersebut sesuai dengan Teori Hubungan Sosial.

Menurut Teori Hubungan Sosial, dalam menerima pesan-pesan komunikasi yang disampaikan oleh media, orang lebih banyak memperoleh pesan itu melalui hubungan atau kontak dengan orang lain dari pada menerima langsung dari media massa.<sup>32</sup>

---

<sup>30</sup> ibid, Susanto, S, Astrid, Phil, Dr.1980. hal 1-2

<sup>31</sup> opcit. Effendy, Onong Uchjana. 1992. hal. 32

Berdasarkan teori tersebut, maka arus informasi akan berjalan dua tahap. Pertama, informasi berkembang melalui media kepada individu-individu yang relatif "cukup informasi" (*Well Informed*), yang pada umumnya memperoleh informasi langsung. Kedua, informasi tersebut kemudian berkembang dari mereka yang cukup informasi melalui saluran komunikasi antarpribadi kepada individu-individu yang kurang memiliki hubungan langsung dengan media serta ketergantungan mereka akan informasi pada orang lain besar sekali. Proses komunikasi semacam ini dikenal dengan proses komunikasi dua tahap.

Tanpa adanya komunikasi maka tidak akan terlaksana kegiatan sosialisasi, mengapa demikian? pesan atau informasi yang akan disampaikan dalam kegiatan sosialisasi akan sampai atau akan dipahami khalayak atau masyarakat lewat komunikasi. Bagaimana mengemas pesan yang akan disampaikan, saluran yang digunakan sampai pada bagaimana pesan yang disampaikan bisa sampai pada sasaran dan membawa efek pada sasaran sesuai dengan tujuan dari sosialisasi yang dilakukan, semua itu berhubungan dengan proses komunikasi.

Proses komunikasi yang dimaksud tidak hanya melalui proses secara primer, dimana komunikasi terjadi tanpa menggunakan alat, yaitu secara langsung dengan menggunakan bahasa, gerakan yang diberi arti khusus, aba-aba dan lain sebagainya. Tetapi juga melalui proses sekunder, yang menggunakan alat untuk melipatgandakan jumlah penerima pesan. Dalam pelaksanaan sosialisasi kedua proses komunikasi tersebut akan digunakan

karena efisiensi dan efektivitas komunikasi bermedia hanya menyebarkan pesan-pesan yang bersifat informatif, sedangkan dalam menyampaikan pesan yang bersifat persuasif lebih efektif dan efisien dengan menggunakan komunikasi tatap muka. Komunikasi persuasif adalah suatu komunikasi yang dilakukan dengan cara-cara persuasif, yakni mengandung ajakan / imbauan, bukan paksaan.<sup>33</sup>

Menurut Ronald L. Applbaum dan Karl W.E Anatol, persuasi adalah proses komunikasi yang kompleks ketika individu atau kelompok mengungkapkan pesan (sengaja atau tidak sengaja) melalui cara-cara verbal dan nonverbal untuk memperoleh respon tertentu dari individu atau kelompok lain.<sup>34</sup>

Lewat persuasi seseorang akan memperoleh karya-karya yang lebih baik tentang bagaimana manusia mengikuti rangsangan, bagaimana mereka menata lingkungan, dan bagaimana pikiran dan perasaan mereka berinteraksi. Pada dasarnya penyusunan pesan yang bersifat persuasif memiliki tujuan untuk mengubah persepsi, sikap dan pendapat khalayak. Untuk itu diperlukan beberapa cara yang dapat digunakan dalam penyusunan pesan yang memakai teknik persuasi. Cara-cara tersebut antara lain:

- a. *Fear appeal*, ialah metode penyusunan atau penyampaian pesan dengan menimbulkan rasa ketakutan kepada khalayak.

---

<sup>33</sup> Rachmadi. F. *Public Relations Dalam Teori dan Praktek*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.1992. hal.45

<sup>34</sup> *Public Relations: A Text and Cases*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.1992. hal.11

- b. *Emotional appeal*, ialah cara penyusunan atau penyampaian pesan dengan berusaha menggugah emosional khalayak.
- c. *Reward appeal*, ialah cara penyusunan atau penyampaian pesan dengan menawarkan janji-janji kepada khalayak.
- d. *Motivational appeal*, ialah teknik penyusunan pesan yang dibuat bukan karena janji-janji, tetapi disusun untuk menumbuhkan internal psikologis khalayak sehingga mereka dapat mengikuti pesan-pesan itu.
- e. *Humorous appeal*, ialah teknik penyusunan pesan yang disertai dengan humor, sehingga dalam penerimaan pesan khalayak tidak merasa jenuh.<sup>35</sup>

Agar pesan yang disampaikan dapat diterima oleh target sasaran, pembicaraan persuasif memiliki beberapa prinsip. Prinsip-prinsip tersebut adalah:

- a. prinsip pemaparan selektif, mengatakan bahwa pendengar akan secara aktif mencari informasi yang mendukung opini, kepercayaan, nilai dan perilaku mereka
- b. prinsip partisipasi khalayak, mengatakan bahwa persuasi akan berhasil paling baik apabila khalayak berpartisipasi secara aktif
- c. prinsip inokulasi, mengatakan bahwa suatu sikap akan lebih resisten terhadap perubahan apabila pendengar telah menyiapkan kontra

---

<sup>35</sup> Cangara, Hafied, Msc, Prof, Dr. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT.Raja Grafindo Persada. Jakarta.2004. hal.123-124



sosial atau sosial marketing pada intinya adalah upaya mengubah pandangan dan perilaku masyarakat melalui perubahan sosial.<sup>36</sup>

Adapun strategi yang bisa digunakan dalam pemasaran sosial antara lain menggunakan bauran promosi (*mix promotion*), seperti yang dinyatakan oleh Kotler dan Roberto, bahwa suatu komunikasi pemasaran sosial menggunakan :

a. *Personal Communications*

Adalah suatu bentuk komunikasi langsung (tatap muka) antara komunikator dengan komunikan sebagai target untuk memperkenalkan dan membentuk pemahaman suatu produk sosial sehingga masyarakat bersedia menggunakan produk-produk sosial.

b. *Mass Communications*

Merupakan pendekatan menggunakan media komunikasi (media massa) untuk menyampaikan informasi kepada khalayak ramai dalam satu waktu.

Bentuk *mass communications* :

- 1) Periklanan : satu bentuk komunikasi tidak langsung, yang didasari pada informasi tentang keunggulan produk yang disusun sedemikian rupa. Sehingga menimbulkan rasa senang yang akan mengubah pikiran seseorang untuk menggunakan produk.

2) Publisitas : bentuk penyajian dan penyebaran ide, barang dan jasa secara non personal, yang mana orang atau organisasi diuntungkan dengan tidak membayar untuk itu.

c. *Promotion Incentives*

Merupakan bentuk persuasi langsung melalui penggunaan berbagai insentif yang berfungsi untuk menjangkau khalayak, agar mendorong khalayak terangsang untuk menggunakan produk sosial yang ditawarkan.

d. *Selective Communication*

Yaitu menentukan bentuk komunikasi, dengan memilih bentuk komunikasi yang tepat dengan program pemasaran sosial yang akan dilaksanakan.

Pada dasarnya, strategi tersebut digunakan untuk mencapai suatu tujuan. Tujuan dari pemasaran sosial yaitu :

- a. Untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat umum
- b. Untuk mengurangi dampak kerusakan kualitas lingkungan hidup
- c. Perlindungan dan keamanan masyarakat konsumen.

Tujuan Pemasaran sosial tersebut akan berhasil jika mendapat dukungan penuh dari seluruh komponen pemerintah, pelaku bisnis, organisasi/lembaga kemasyarakatan dan masyarakat umum. Untuk menunjang tercapainya tujuan dari pemasaran sosial, pihak pemasaran sosial paling tidak harus di lengkapi dengan 3-P (Three P), yaitu:

- a. *Personel*, pihak-pihak yang terlibat penjualan atau pengiriman produk sosial kepada target adanter tersebut mempunyai



- ketrampilan (*skill*) yang baik dalam berkomunikasi dan penguasaan pengetahuan mengenai produk (*product knowledge*) yang akan disampaikan.
- b. *Presentation*, kemampuan melakukan presentasi (tatap muka) secara teknis, komunikatif, atraktif dan kreatif dalam menyampaikan produk sosial untuk membangkitkan minat dari pihak target adopter
  - c. *Process*, langkah-langkah yang dibutuhkan target adopter untuk memperoleh atau memanfaatkan produk yang ditawarkan tersebut dengan cara lebih mudah.<sup>37</sup>

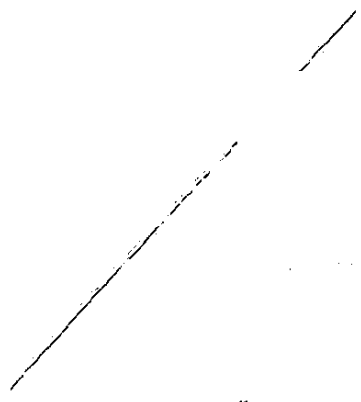
#### 4 *Global Warming*

Akhir-akhir ini *global warming* sedang menjadi isu hangat dikalangan masyarakat secara global, termasuk juga oleh masyarakat Indonesia. Pada tanggal 5 Juni 2007 diperingati sebagai Hari Lingkungan Hidup sedunia, namun sampai saat ini kesadaran dari berbagai pihak terhadap kelestarian lingkungan masih kurang. Kerusakan lingkungan yang terjadi sudah tidak dapat dipungkiri lagi, lingkungan yang seharusnya dijaga dan dirawat agar dapat berfungsi dengan baik kenyataannya malah dirusak dan dicemari oleh manusia dengan asap rokok, kendaraan, industri, penebangan dan pembakaran hutan secara liar, penggunaan energi listrik yang berlebihan dan lain sebagainya.

Salah satu dampak dari kerusakan lingkungan yang kita rasakan adalah *global warming*. Seperti yang diungkapkan oleh Irsan, Terjadinya pemanasan bumi yang di sebut dengan *global warming* merupakan masalah lain dari lingkungan hidup yang cukup mendatangkan

---

<sup>37</sup> Ruslan, Rosady. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi: Konsep dan Aplikasi*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta. 2003



1

THE UNIVERSITY OF CHICAGO

PHILOSOPHY DEPARTMENT

PHILOSOPHY 101

LECTURE NOTES

BY [Name]

DATE

TOPIC

1. Introduction

2. The Philosophy of Language

3. The Philosophy of Mind

4. The Philosophy of Action

5. The Philosophy of Law

6. The Philosophy of Politics

7. The Philosophy of Economics

8. The Philosophy of Science

9. The Philosophy of Religion

10. The Philosophy of Art

11. The Philosophy of Education

keprihatinan banyak pihak. Persoalannya justru disebabkan oleh perilaku manusia.<sup>38</sup>

*Global warming* adalah kejadian meningkatnya temperatur rata-rata atmosfer, laut dan daratan bumi, yang disebabkan oleh kegiatan manusia yang menghasilkan emisi gas rumah kaca dari industri, kendaraan bermotor, pembangkit listrik bahkan penggunaan listrik berlebihan.<sup>39</sup>

Secara umum, terjadinya *global warming* disebabkan oleh dua hal:

- a. Pembakaran bahan fosil dalam industri, mobil, pembangkit listrik, dan sebagainya.
- b. Emisi berbagai gas dari kegiatan industri termasuk juga penggunaan dan pembuatan CFC. CFC inilah yang merusak lapisan ozon sehingga memungkinkan sinar ultraviolet yang membahayakan menembus bumi.<sup>40</sup>

Dampak dari *global warming* yang paling terasa adalah perubahan iklim dan bencana alam yang sering terjadi. Berdasarkan laporan penelitian dari UNEP (Program Lingkungan PBB) tentang perubahan iklim di Asia Tenggara menunjukkan bahwa peningkatan CO<sub>2</sub> dua kali lipat akan menimbulkan peningkatan suhu sebesar 3,0-4,2°C di Indonesia.<sup>41</sup> Meningkatnya suhu ini, ternyata telah menimbulkan makin banyaknya wabah penyakit endemik “lama dan baru” yang merata dan

---

<sup>38</sup> Irsan, Abdul. *Indonesia Di Tengah Pusaran Globalisasi*. Grafindo Khazanah Ilmu. Jakarta Selatan. 2007. hal.169

<sup>39</sup> [http://id.wikipedia.org/wiki/pemanasan\\_global](http://id.wikipedia.org/wiki/pemanasan_global) /Tgl. 5 Januari 2008

<sup>39</sup> R. L. G. H. B. ... Global Warming Oleh Indonesia, Kencana, Bandung, Jakarta 1002

terus bermunculan; seperti leptospirosis, demam berdarah, diare, malaria. Padahal penyakit-penyakit seperti malaria, demam berdarah dan diare adalah penyakit lama yang seharusnya sudah lewat dan mampu ditangani dan kini telah mengakibatkan ribuan orang terinfeksi dan meninggal.<sup>42</sup>

Selain laporan dari UNEP, kenaikan suhu di Yogyakarta sebagai salah satu kota di Indonesia juga dikuatkan oleh informasi dari BMG, Data dari Badan Meteorologi dan Geofisika (BMG) Yogyakarta menyebutkan suhu di kota Jogjakarta<sup>43</sup> mengalami kenaikan 1,7 derajat celcius dari tahun sebelumnya. Kenaikan suhu yang cukup drastis tersebut disebabkan karena kerusakan lingkungan.<sup>44</sup>

Menurut Tyar Kenaikan suhu memang tidak setiap waktu terjadi. Tapi, hal ini seharusnya menjadi peringatan bagi kepala daerah dan juga masyarakat. Sebab kenaikan suhu sebesar 1,7 Celcius di kota Jogjakarta merupakan pertanda kerusakan lingkungan yang sudah parah. ” Kenaikan suhu tersebut disebabkan efek pemanasan global yang sudah sampai ke kota Yogyakarta. Ada baiknya dilakukan peningkatan penghijauan untuk mengurangi polusi dan efek pemanasan global ”.<sup>45</sup>

Masalah pemanasan bumi masih terus dijadikan bahan penelitian yang mendalam oleh para ahli, dan diantara mereka tercapai kesepakatan bahwa sudah ada pembuktian mengenai *global warming* yang mempunyai akibat diplanet bumi yang antara lain disebabkan oleh ulah manusia. Yang perlu dipikirkan bahwa akibat yang sudah terjadi terhadap planet bumi tidak mungkin diperbaiki kembali, sehingga yang harus dilakukan adalah

---

<sup>42</sup> [http://www.walhi.or.id/kampanye/energi/iklim/070605\\_pmnsnglobl\\_hrlingk2007\\_sp/](http://www.walhi.or.id/kampanye/energi/iklim/070605_pmnsnglobl_hrlingk2007_sp/) Tgl 20 Januari 2008

<sup>43</sup> Penulis menggunakan kata Jogjakarta karena kalimat tersebut merupakan kutipan

<sup>44</sup> Radar Jogja, edisi Rabu, 28 November 2007

pengecahan selanjutnya terhadap penyebab adanya pemanasan bumi tersebut.<sup>46</sup>

Untuk itu, agar dikota-kota besar khususnya kota Yogyakarta tidak terlalu banyak tercemar oleh asap yang berasal dari kendaraan dan industri diperlukan kesadaran dari pengguna atau masyarakat. Karena Polusi akibat asap kendaraan bermotor dapat menyebabkan pemancaran gas karbon dioksida ke atmosfer. Pemancaran gas karbon dioksida secara terus menerus ke atmosfer akan mempengaruhi ketebalan lapisan ozon yang melapisi bumi sehingga bisa berakibat memanasnya suhu bumi. Meningkatnya suhu bumi dapat mengakibatkan bencana alam seperti banjir, angin topan dan lain sebagainya.

## **F. METODOLOGI PENELITIAN**

### **1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah studi kasus deskriptif. Studi kasus adalah suatu inkuiri empiris yang menyelidiki fenomena di dalam konteks kehidupan nyata, bilamana batas-batas antara fenomena dan konteks tidak nampak dengan tegas dan dimana multisumber bukti dimanfaatkan.<sup>47</sup>

### **2. Teknik Pengumpulan Data**

Dalam studi kasus, terdapat beberapa cara yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data.

Dalam penelitian ini akan menggunakan teknik antara lain:

a. Wawancara.

Wawancara adalah bentuk komunikasi antara dua orang, melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari seseorang lainnya dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan, berdasarkan tujuan tertentu.<sup>48</sup> Dalam penelitian ini, wawancara yang digunakan yaitu wawancara mendalam. Wawancara mendalam mirip dengan percakapan informal.<sup>49</sup> Hal ini dikarenakan pada jenis wawancara ini dilakukan seperti pembicaraan biasa dalam kehidupan sehari-hari.

b. Dokumentasi

Merupakan teknik pengumpulan data guna menghasilkan data sekunder yang diperoleh melalui buku-buku, surat kabar, laporan literatur dan sumber-sumber informasi lain yang ada relevansinya dengan masalah yang diteliti.

3. Informan

Informan adalah orang dalam pada latar penelitian dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian.<sup>50</sup>

Informan yang digunakan dalam wawancara ini yaitu informan yang memiliki banyak pengalaman dan wewenang dalam menjalankan sosialisasi yang dilakukan oleh Dinas Lingkungan Hidup. Informan tersebut dapat memberikan informasi yang diperlukan dalam penelitian.

---

<sup>48</sup> Mulyana, Deddy, M.A. *Metode Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung .2005. hal. 180

<sup>49</sup> Ibid, Mulyana, Deddy, M.A.2005 hal.181

<sup>50</sup> Mulyana, Deddy, M.A. *Metode Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung. 2000 hal.90

Oleh karena itu informan yang dipilih dalam penelitian ini adalah staf Dinas Lingkungan Hidup tepatnya perwakilan dari bagian Pengelolaan Lingkungan, perwakilan dari pelaksana sosialisasi dan perwakilan dari tokoh masyarakat yang mengikuti sosialisasi.

#### 4. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisa kualitatif dengan mengumpulkan data sesuai dengan teknik-teknik pengumpulan data yang digunakan. Setelah itu, data-data tersebut dibaca, dipelajari, dan ditelaah secara seksama yang kemudian diambil sesuai dengan kebutuhan peneliti. Selanjutnya, data-data tersebut direduksi dengan cara dilakukannya pemilahan, pengkategorian, penyederhanaan, dan pemusatan data yang sesuai dengan permasalahan penelitian. Kemudian dilakukan penggambaran peristiwa atau keadaan yang sesuai dengan data yang telah direduksi dalam bentuk deskriptif naratif setelah itu peneliti membuat kesimpulan dengan membandingkan kenyataan dilapangan dan teori-teori yang telah disusun sebelumnya.

#### 5. Uji Validitas Data

Agar data yang diperoleh memiliki nilai keabsahan yang dapat dipercaya validitasnya maka dibutuhkan suatu teknik. Dalam pelaksanaannya, penelitian ini menggunakan triangulasi yaitu tehnik pemeriksan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar

data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu.<sup>51</sup>

Pengecekan dalam penelitian ini menggunakan pengecekan melalui pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan sumber data lainnya, melalui cek silang antara pernyataan narasumber primer dengan narasumber sekunder atau data kepustakaan.