

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Kajian Pustaka

Kajian pustaka adalah proses mengumpulkan, menganalisis, dan meringkas informasi dari berbagai sumber dokumenter yang berkaitan dengan topik penelitian atau kajian akademik tertentu. Tujuan dari tinjauan kajian pustaka adalah untuk memahami latar belakang penelitian secara menyeluruh, mengidentifikasi kesenjangan pengetahuan yang ada, mengevaluasi pendekatan, metode, dan teori dari peneliti sebelumnya, dan mendapatkan pemahaman yang lebih dalam tentang topik yang diteliti.

2.1.1 Tinjauan Hasil Penelitian Terdahulu

Untuk menunjang dalam penyusunan skripsi ini diperlukan kajian terhadap penelitian sejenis sebelumnya seperti yang dapat dilihat pada matriks dan deskripsi dibawah ini.

2.1.1.1 Penelitian dalam Perspektif 1

Ikhsanul Kahfi (2022). Strategi Komunikasi Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Pasaman Barat Dalam Pengelolaan Sampah. Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Untuk penelitian yang pertama yaitu penelitian terdahulu ini melatar belakangi bagaimana Strategi Komunikasi pengelolaan sampah yang dilakukan oleh Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Pasaman Barat dan mensosialisasikan

pengelolaan sampah yang efektif kepada masyarakat Kabupaten Pasaman Barat, dalam penelitiannya, peneliti ini menggunakan metode penelitian pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif yang didukung pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan studi dokumentasi. Sumber data penelitian ini didapatkan melalui data penelitian lapangan dan studi kepustakaan. Adapun yang menjadi informan pada penelitian ini adalah 3 orang pegawai Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Pasaman Barat. Hasil observasi wawancara tersebut diklasifikasi dan dikategorisasikan berdasarkan aspek dimensi masalah selanjutnya dianalisa serta diinterpretasikan secara deskriptif. Tujuan dari penelitian ini adalah menunjukkan bahwa bagaimana Strategi Komunikasi yang dilakukan Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Pasaman barat dalam pengelolaan sampah yang bertujuan untuk hasil yang baik dan efektif. Hal ini dapat dilihat dari berbagai Upaya atau langkah-langkah yang telah dilakukan diantaranya; menerapkan sosialisasi secara langsung pada masyarakat, melalui pendekatan dengan aparat di Kabupaten Pasaman dan juga melalui perkumpulan organisasi peduli sampah.

2.1.1.2 Penelitian dalam Perspektif 2

Daffa Nabila Faisal (2020). Strategi Komunikasi Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Siak dalam Mengkampanyekan Pengurangan dan Penanganan Sampah. Program studi ilmu komunikasi Fakultas psikologi dan ilmu sosial budaya Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Untuk penelitian kedua yaitu melatar belakangi Bagaimana Strategi Komunikasi Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Siak dalam Mengkampanyekan Pengurangan dan Penanganan Sampah. Oleh karena itu, pemerintah daerah

Kabupaten Siak melakukan kampanye sebagai upaya untuk mengubah pola perilaku dan menyadarkan masyarakat akan pentingnya pengurangan dan penanganan sampah demi mewujudkan lingkungan yang bersih dan sehat. Selain itu, tentu diperlukan strategi komunikasi yang tepat sehingga pesan kampanye dapat mencapai sasaran yang dituju dengan melalui komunikasi yang efektif dan efisien pula. Maka, sebuah strategi tidak hanya sebagai penunjuk arah jalan saja, tetapi juga menunjukkan taktik operasionalnya dari mulai perencanaan, pelaksanaan hingga evaluasi. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk Mengetahui Strategi Komunikasi Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Siak dalam Mengkampanyekan Pengurangan dan Penanganan Sampah, kedua, untuk Mengidentifikasi Faktor Pendukung dan Penghambat Strategi Komunikasi Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Siak dalam Mengkampanyekan Pengurangan dan Penanganan Sampah yang mempengaruhi keberhasilan Kabupaten Siak dalam memperoleh penghargaan Adipura. Peneliti ini menggunakan metode kualitatif deskriptif untuk mengidentifikasi, menggambarkan dan menjelaskan strategi komunikasi Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Siak dalam mengkampanyekan pengurangan dan penanganan sampah dengan menghasilkan data berupa kata-kata atau gambar yang tidak menekankan pada angka. Data-data tersebut bisa berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, videotape, dokumen pribadi, dan dokumen resmi lainnya.

2.2.2.3 Penelitian Dalam Perspektif 3

Eka Setiawati (2022). Model Komunikasi Pengelolaan Sampah Dinas Lingkungan Hidup Dan Kebersihan Kota Pekanbaru. Program Studi Ilmu

Komunikasi Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru.

Untuk penelitian ketiga melatar belakangi oleh permasalahan Sampah yang selalu menjadi masalah kota-kota besar di Indonesia tak terkecuali Kota Pekanbaru dan membahas model-model komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Lingkungan Hidup Kota Pekanbaru. Permasalahan volume sampah yang kian meningkat namun tempat pembuangan sampah akhir (TPA) yang terbatas tentunya menjadi suatu persoalan jika tidak ditangani dengan saksama. Untuk dapat melibatkan masyarakat sebagai partisipasi aktif dalam pengelolaan sampah dibutuhkan upaya penyadaran masyarakat. Salah satu upaya tersebut dilakukan melalui aktivitas komunikasi yang harus melibatkan semua pihak, baik pemerintah, komunitas, pelaku usaha serta masyarakat. Berbagai bentuk model komunikasi yang dilakukan Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan Kota Pekanbaru memakan waktu, tenaga, dan biaya yang tidak sedikit sehingga perlu model-model komunikasi yang lebih efektif untuk diterapkan. Komunikasi yang efektif diperlukan agar pesan pemerintah dalam kampanye kesadaran lingkungan dapat tersampaikan dengan baik dan tepat sasaran. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana model komunikasi pengelolaan sampah Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan Kota Pekanbaru, dan yang kedua yaitu bagaimana cara pengelolaan sampah yang efektif yang dilakukan oleh Dinas Lingkungan Hidup Kota Pekanbaru Dengan begitu penerapan pengelolaan sampah harus benar-benar dilakukan dengan baik dan benar agar tidak menimbulkan kesalahan atau permasalahan yang baru, ketiga, untuk mengetahui proses pergerakan penyampaian pesan yang dilakukan Dinas

Lingkungan Hidup Kota Pekanbaru dalam mengajak masyarakat untuk peduli lingkungan dan bagaimana cara mengelola sampah yang baik dan benar, keempat, untuk mengetahui hambatan yang menyebabkan pengelolaan serta pengolahan sampah di Kabupaten maupun kota Pekanbaru maupun hambatan proses komunikasi seperti hambatan fisik, hambatan mekanisme, hambatan semantik, dan lain-lain. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan serta menggali fenomena sosial yang ada. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Model Komunikasi Pengelolaan Sampah Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan kota Pekanbaru yaitu dengan analisis menggunakan pendekatan model Harold Lasswell, maka perlu ditarik kesimpulan Model Komunikasi Pengelolaan Sampah Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan Kota Pekanbaru mengarah pada Model Komunikasi Interaksional.

Tabel 2. 1 Tabel Matriks Penelitian Terdahulu

NO	Item	Peneliti I
1.	Nama, Tahun, Judul dan Nama Kota	Ikhsanul Kahfi (2022) tentang: Strategi Komunikasi Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Pasaman Barat Dalam Pengelolaan Sampah. Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2.	Tujuan Penelitian	Tujuan dari penelitian ini adalah menunjukkan bagaimana Strategi Komunikasi yang dilakukan Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Pasaman barat dalam pengelolaan sampah yang bertujuan untuk hasil yang baik dan efektif.
3.	Pendekatan Penelitian	Kualitatif
4.	Teori	Model Komunikasi Menurut Lasswell
5.	Hasil	Berdasarkan hasil yang diperoleh peneliti yaitu dengan menggumpulkan data melalui trigulasi data yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penelitian Strategi Komunikasi Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Pasaman Barat sebagaimana dalam buku Edi Suryadi dapat dilihat melalui analisis komponen-komponen komunikasi yang disampaikan oleh Lasswell yaitu Komunikator, Pesan, Media, Komunikan, dan efek. Pesan ditujukan kepada seluruh masyarakat Kabupaten Pasaman Barat terutama anak-anak dan ibu-ibu. Sejauh ini terdapat perubahan sikap dari masyarakat setelah dilakukannya sosialisasi.

6.	Persamaan dan Perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan	Persamaan penelitian Ikhsanul Kahfi dengan penelitian yang sedang saya teliti ialah membahas tentang bagaimana Strategi Komunikasi yang di lakukan untuk pengelolaan sampah yang efektif dan untuk mencapai target yang diinginkan, kedua, persamaan penelitian ini sama-sama menggunakan Teori Lasswell yaitu Komunikator, Pesan, Media, Komunikan, dan efek. perbedaanya dimana peneliti ini terletak pada tempat penelitian dan fokus penelitian dimana dalam penelitian Ikhsanul Khafi berfokus pada upaya yang dilakukan Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Pasaman Barat dalam pengelolaan sampah plastik. Sedangkan peneliti lebih berfokus bagaimana strategi komunikasi yang digunakan oleh perusahaan Cv. Priangan Central Plastindo dalam meningkatkan minat masyarakat memilah daur ulang sampah di Kabupaten Garut.
7.	Kritik	Susunan dalam penulisan penelitian berbeda dengan kaidah penulisan yang sedang peneliti lakukan, namun untuk isi dari penelitian sangat rinci dan mudah dipahami.

Tabel 2. 2

NO	Item	Peneliti II
1.	Nama, Tahun, Judul dan Nama Kota	Daffa Nabila Faisal (2020) tentang: Strategi Komunikasi Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Siak Dalam Mengkampanyekan Pengurangan dan Penanganan Sampah. Program studi ilmu komunikasi Fakultas psikologi dan ilmu sosial budaya Universitas islam indonesia Yogyakarta.
2.	Tujuan Penelitian	Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk Mengetahui Strategi Komunikasi Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Siak dalam Mengkampanyekan Pengurangan dan Penanganan Sampah, kedua, untuk Mengidentifikasi Faktor Pendukung dan Penghambat Strategi Komunikasi Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Siak dalam Mengkampanyekan Pengurangan dan Penanganan Sampah.
3.	Pendekatan Penelitian	Kualitatif
4.	Teori	-
5.	Hasil	Hasil penelitian yang di peroleh peneliti diketahui bahwa dalam mengkampanyekan pengurangan dan penanganan sampah ini terdapat komunikator yang berasal dari dalam dan luar lingkup Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Siak. Pesan yang disampaikan bersifat informatif dan edukatif dengan mengandung kalimat persuasif. Dimana, pesan tersebut disampaikan melalui berbagai saluran komunikasi yaitu sosialisasi dan pelatihan, event

		peringatan hari peduli sampah nasional, aksi bersih-bersih pada <i>world cleanup day</i> , mendirikan stand pameran pada acara MTQ, serta kegiatan rutin seperti Door to Door dan gotong royong.
6.	Persamaan dan Perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan	Adapun persamaan penelitian ini yaitu meneliti tentang bagaimana Strategi Komunikasi yang efektif dalam mengkampanyekan pengurangan dan penanganan sampah. Perbedaan penelitian ini dengan peneliti yaitu terletak pada fokus penelitian dan lokasi penelitian. Dimana, penulis akan melakukan penelitian untuk mengetahui strategi komunikasi yang digunakan oleh perusahaan Cv. Priangan Central Plastindo dalam meningkatkan minat masyarakat memilah daur ulang sampah di Kabupaten Garut. Sedangkan penelitian ini untuk mengetahui strategi komunikasi Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Siak dalam mengkampanyekan pengurangan dan penanganan sampah.
7.	Kritik	Pada penelitian ini tidak dijelaskan teori yang digunakan. Hanya saja mencantumkan dimensi pada strategi komunikasi tanpa menyebutkan nama dari penemu konsep tersebut.

Tabel 2. 3

NO	Item	Peneliti III
1.	Nama, Tahun, Judul dan Nama Kota	Eka Setiawati (2022) tentang: Model Komunikasi Pengelolaan Sampah Dinas Lingkungan Hidup Dan Kebersihan <i>Kota Pekanbaru</i> . Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru.
2.	Tujuan Penelitian	Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana model komunikasi pengelolaan sampah Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan Kota Pekanbaru, dan yang kedua yaitu bagaimana cara pengelolaan sampah yang efektif yang dilakukan oleh Dinas Lingkungan Hidup Kota Pekanbaru, ketiga, untuk mengetahui proses pergerakan penyampaian pesan yang dilakukan Dinas Lingkungan Hidup Kota Pekanbaru dalam mengajak masyarakat untuk peduli lingkungan dan bagaimana cara mengelola sampah yang baik dan benar, keempat, untuk mengetahui hambatan yang menyebabkan pengelolaan serta pengolahan sampah di Kabupaten maupun kota Pekanbaru maupun hambatan proses komunikasi seperti hambatan fisik, hambatan mekanisme, hambatan semantik, dan lain-lain.
3.	Pendekatan Penelitian	Kualitatif dengan pendekatan deskriptif
4.	Teori	Model komunikasi Laswell
5.	Hasil	Berdasarkan hasil yang ditemukan peneliti dan pembahasan dapat disimpulkan Model Komunikasi Pemerintah Kota Pekanbaru dalam Pengelolaan Sampah yakni menunjukkan

		bahwa Dinas Lingkungan Hidup Kota Pekanbaru sebagai organisasi yang bertugas dalam pengelolaan sampah melakukan komunikasi di internal dan eksternal organisasi. Proses komunikasi tersebut terdiri dari proses komunikasi langsung maupun tidak langsung. Proses komunikasi antara Dinas Lingkungan Hidup dan masyarakat yang berada di external organisasi baru berdampak pada aspek kognitif atau pengetahuan saja khususnya pada komunikasi bermedia, sehingga kesadaran masyarakat tentang pentingnya pengelolaan sampah belum signifikan. Dari proses komunikasi tersebut, penelitian ini menemukan model komunikasi yang efektif untuk diterapkan pemerintah dalam pengelolaan sampah di Kota Pekanbaru baik di internal maupun external organisasi dengan mengadaptasi model komunikasi konvergensi.
6.	Persamaan dan Perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan	Persamaan penelitian ini yaitu sama-sama mengkaji tentang apa saja Strategi komunikasi yang digunakan terhadap pengelolaan sampah, persamaan kedua yaitu penelitian ini menggunakan Teori Harold Lasswell. Sedangkan Perbedaan penelitian ini terletak pada objek penelitian dimana penelitian ini di kota Pekanbaru sedangkan peneliti di kota Garut khususnya di Desa Cimuncang. Dimana, penulis akan melakukan penelitian untuk mengetahui strategi komunikasi yang digunakan oleh perusahaan Cv. Priangan Central Plastindo dalam meningkatkan minat masyarakat memilah daur ulang sampah di Kabupaten Garut.

7.	Kritik	Kurang jelasnya membahas tentang Strategi komunikasi pada krangka konseptual dan cara penulisan berbeda dengan peneliti. Namun pada penelitian ini mudah dipahami
----	--------	---

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Kerangka Teoritis

2.2.1.1 Tinjauan Ilmu Komunikasi (*Grand Theory*)

Istilah komunikasi dalam bahasa inggris yaitu (*communication*) berasal dari *communis* yaitu (bahasa latin) yang berarti sama (*common*) kemudian berubah menjadi kata kerja *communicare*, yaitu menyebarkan atau memberitahukan. Jadi menurut asal katanya, komunikasi berarti menyebarkan atau memberitahukan informasi kepada pihak lain guna mendapatkan pengertian yang sama. (Zulkarnain, 2018). Dalam teori komunikasi juga penting untuk memahami bagaimana interaksi atau suatu komunikasi efektif antara lembaga atau suatu organisasi dan khalayak untuk mempengaruhi suatu individu, kelompok atau organisasi dan komunikasi yang efektif juga sangat penting untuk meningkatkan kejelasan suatu proses komunikasi. (Ns Suseno, 2024)

Komunikasi adalah sebuah proses penyampaian pesan antara komunikator dengan komunikan untuk mencapai suatu tujuan tertentu, menyampaikan informasi dan adanya hubungan timbal balik. Pada proses penyampaian sebaiknya harus berusaha menimbulkan kesamaan makna tentang apa yang dibicarakan. Kesamaan makna ini dapat terlihat ketika komunikan mengerti bahasa yang digunakan serta mengerti makna dari yang diperbincangkan. Dengan adanya kesamaan ini tentu akan mempermudah dalam menerima informasi dari orang yang sedang berkomunikasi (Rosad, 2020).

2.2.1.1.1 Fungsi dan Tujuan Komunikasi

Dalam proses komunikasi bertujuan untuk menyampaikan informasi dan mencari informasi kepada mereka, agar apa yang ingin kita sampaikan atau kita minta dapat dimengerti sehingga komunikasi yang kita lakukan dapat tercapai dan menghasilkan komunikasi yang efektif. Komunikasi yang efektif artinya, bila terjadi pengertian, menimbulkan kesenangan, pengaruh pada sikap, hubungan yang semakin baik, dan perubahan perilaku. Komunikasi yang efektif juga bisa diartikan terjadi bila ada kesamaan antara kerangka berpikir dalam bidang pengalaman antara komunikator dengan komunikan. (Itawarni, 2019). Menurut Gordon I. Zimmerman et al Tujuan komunikasi dibagi menjadi dua kategori. Pertama, kita berkomunikasi untuk menyelesaikan tugas-tugas yang penting bagi kebutuhan kita untuk memberi makan dan pakaian kepada diri-sendiri, memuaskan kepenasaran kita akan lingkungan, dan menikmati hidup. Kedua, kita berkomunikasi untuk menciptakan dan memupuk hubungan dengan orang lain.

2.2.1.1.2 Unsur – unsur Komunikasi

Unsur komunikasi dibagi menjadi tujuh, yaitu (*Source*) sumber atau komunikator, (*Message*) pesan, saluran atau media, penerima atau komunikan, akibat atau pengaruh, (*Feed Back*) umpan balik, serta lingkungan. Ketujuh unsur tersebut sering juga disebut elemen atau komponen komunikasi. Unsur - unsur ini sangat penting dalam menciptakan proses komunikasi sehingga dapat menghasilkan komunikasi yang baik dan efektif.

2.2.1.2 Tinjauan Public Relations (Middle Range Theory)

2.2.1.2.1 Public Relation

Public Relation adalah usaha yang direncanakan secara terus-menerus dengan sengaja, guna membangun dan mempertahankan pengertian timbal balik antara organisasi dan masyarakatnya. Pendapat ini menunjukkan bahwa public relation dianggap sebuah proses atau aktivitas yang bertujuan untuk menjalin komunikasi antara organisasi dan pihak luar organisasi. Secara umum public relation adalah proses interaksi dimana public relation menciptakan opini publik sebagai input yang menguntungkan kedua belah pihak, dan menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi publik, bertujuan menanamkan keinginan baik, kepercayaan saling adanya pengertian, dan citra yang baik dari publiknya.

2.2.1.2.2 Tujuan Public Relations

Tujuan *public relations* secara umum adalah untuk meningkatkan citra atau *image* positif dan baik di mata masyarakat terhadap suatu instansi atau organisasi. Menurut El Ishaq (2017) Tujuan sebenarnya dari public relations adalah membangun reputasi yang bagus. Hal tersebut meliputi, bagaimana perusahaan dapat menawarkan jaminan yang memuaskan bagi para pelanggan, bagaimana berkomunikasi secara efektif dengan audiensi, dan bagaimana menunjukkan tanggung jawab sosial pada tuntutan pekerjaan, komunitas lokal dan lingkungan.

2.2.1.2.3 Fungsi Public Relation

Menurut El Ishaq (2017), “Fungsi public relations adalah menitikberatkan pada penciptaan dampak yang menyenangkan pada public perusahaannya. Public

relations menjunjung kegiatan manajemen dan menjalin hubungan yang baik dan harmonis, baik kedalam (orang-orang didalam perusahaan) maupun keluar (pihak yang diberada diluar perusahaan). Dengan adanya hubungan baik tersebut, diharapkan komunikasi bisa terjalin dengan baik dan menghasilkan dampak timbal balik yang baik pula”. Hal ini sekedar memberikan gambaran tentang fungsi public relation yaitu pertama, kegiatan yang bertujuan memperoleh itikad baik, kepercayaan, saling adanya pengertian dan citra yang baik dari publik atau masyarakat pada umumnya. Kedua, memiliki sasaran untuk menciptakan opini publik yang bisa diterima dan menguntungkan semua pihak. Ketiga unsur penting dalam manajemen guna mencapai tujuan yang spesifik, sesuai harapan publik, tetapi merupakan kekhasan organisasi atau perusahaan. Sangat penting bagaimana organisasi memiliki warna, budaya, citra, suasana, yang kondusif dan menyenangkan, kinerja meningkat, dan produktivitas bisa dicapai secara optimal. Keempat, usaha menciptakan hubungan yang harmonis antara organisasi atau perusahaan dengan publiknya, sekaligus menciptakan opini publik sebagai efeknya, yang sangat berguna sebagai input bagi organisasi atau perusahaan yang bersangkutan.

2.2.1.3 Tinjauan Teori Komunikasi (Apply Theory)

2.2.1.3.1 Tinjauan Teori Strategi Komunikasi

Penelitian ini menggunakan teori Strategi Komunikasi menurut Harold D Lasswell. Teori ini menyatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah dengan menjawab pertanyaan sebagai berikut: (*Who Says What in Which Channel to Whom with What Effect?*) (Siapa mengatakan apa, melalui

saluran apa, kepada siapa dan berefek apa) Jadi dalam komunikasi ada beberapa dimensi, yaitu :

1. *Who* (siapa/sumber) dapat diartikan sebagai sumber atau komunikator yaitu, pelaku atau pihak yang mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi dan juga yang memulai suatu komunikasi, Pihak tersebut bisa seorang individu, kelompok, organisasi, maupun suatu Negara sebagai komunikator.
2. *Says what* (pesan) *Says* menjelaskan apa yang akan disampaikan atau dikomunikasikan kepada komunikan (penerima), dari komunikator (sumber) atau isi informasi.
3. *In which channel* (saluran/media) Suatu alat untuk menyampaikan pesan dari komunikator (sumber) kepada komunikan (penerima) baik secara langsung (tatap muka) maupun tidak langsung (melalu media cetak/elektronik).
4. *To whom* (siapa/penerima) Seseorang yang menerima bisa berupa suatu kelompok, individu, organisasi atau suatu Negara yang menerima pesan dari sumber. Hal tersebut dapat disebut tujuan (*destination*), pendengar (*listener*), khalayak (*audience*), komunikan, penafsir, penyandi balik (*decoder*).
5. *With what effect* (dampak/efek) Dampak atau efek yang terjadi pada komunikan (penerima) setelah menerima pesan dari sumber seperti perubahan sikap dan bertambahnya pengetahuan.

2.2.2 Kerangka Konseptual

2.2.2.1 Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi merupakan bagian dari perencanaan komunikasi dalam mencapai tujuan yang diinginkan. Perencanaan komunikasi membantu bagaimana sebuah pesan yang dibawakan konsisten dengan target sasaran. Perencanaan komunikasi sangat penting bagi kesuksesan suatu organisasi atau lembaga. Karena itu, perencanaan komunikasi juga menjadi hal yang sangat krusial dalam mencapai suatu tujuan. (Mujuanto, 2021) Salah satunya untuk meningkatkan minat masyarakat memilah sampah daurulang. Pengertian komunikasi yang dibuat oleh Harold D. Lasswell menyatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah dengan menjawab pertanyaan sebagai berikut: *Who Says What in Which Channel to Whom with What Effect?* Jadi dalam komunikasi ada beberapa elemen, yaitu Komunikator, komunikan, media, pesan, efek. Karena itu strategi yang dijalankan dalam perencanaan komunikasi harus diawali dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Menetapkan komunikator. Dalam berbagai kajian komunikasi, komunikator menjadi sumber dan kendali semua aktivitas komunikasi, karena itu jika suatu proses komunikasi tidak berhasil dengan baik, maka kesalahan utama bersumber dari komunikator, karena komunikator lah yang tidak memahami penyusunan pesan, memilih media yang tepat, dan mendekati khalayak yang menjadi target sasaran.

2. Menetapkan target sasaran dan analisis kebutuhan khalayak. Dalam studi komunikasi, khalayak atau disebut juga komunikan. Memahami masyarakat terutama yang akan menjadi target sasaran program komunikasi merupakan hal yang sangat penting, sebab semua aktivitas komunikasi diarahkan kepada mereka.
3. Menyusun pesan. Pesan adalah segala sesuatu yang disampaikan oleh seseorang dalam bentuk simbol yang dipersepsi dan diterima oleh komunikan dalam serangkaian makna.
4. Memilih media dan saluran komunikasi. Memilih media komunikasi harus mempertimbangkan karakteristik isi dan tujuan isi pesan yang ingin disampaikan. Untuk masyarakat luas, pesan sebaiknya disalurkan melalui media massa, misalnya surat kabar atau televisi, dan untuk kelompok tertentu digunakan saluran komunikasi kelompok.
5. Efek komunikasi. Semua program komunikasi yang dilakukan mempunyai tujuan, yakni mempengaruhi target sasaran. Pengaruh bisa terjadi dalam bentuk perubahan pengetahuan, sikap, dan perilaku. Pada tingkat pengetahuan, pengaruh bisa terjadi dalam bentuk perubahan persepsi dan perubahan pendapat. (Suryani, 2019)

2.2.2.1.1 Fungsi Strategi Komunikasi

Dengan pemahaman fungsi strategi komunikasi kita akan belajar tentang bagaimana cara memahami fungsi strategi komunikasi yang efektif, keberhasilan atau tidak sebuah komunikasi yang efektif banyak ditentukan oleh strategi komunikasi,

sehingga sebuah strategi bisa terlaksanakan dengan sangat baik hingga mencapai target yang telah dituju. Menurut (Effendy, 2017) strategi komunikasi memiliki fungsi ganda yaitu:

1. Menyebarluaskan pesan komunikasi yang bersifat informatif, persuasive, dan intruksi secara sistematis kepada sasaran untuk memperoleh hasil yang optimal.
2. Menjembatani fenomena, yaitu kondisi yang terjadi akibat kemudahan diperolehnya dan kemudahan dioperasikan media yang begitu ampuh, yang jika di biarkan merusak nilai – nilai yang dibangun.

2.2.2.1.2 Proses Strategi Komunikasi

Dalam strategi komunikasi perlu mempertimbangkan berbagai hal. Untuk mencapai suatu proses komunikasi yang efektif Cutlip dan Center menyatakan, komunikasi yang efektif hendaklah dilaksanakan melalui empat tahap. Pertama fact finding adalah tahap mencari dan mengumpulkan fakta dan data. Sebelum menentukan strategi apa yang akan diambil, penting mengetahui kondisi, fakta, dan juga data lapangan. Kedua adalah planning, setelah data terkumpul selanjutnya perlu direncanakan. Planning atau perencanaan dalam bahasa Indonesia merupakan proses penyusunan rancangan apa yang akan dilakukan dan bagaimana tahap tahap nya, yang disusun sesuai dengan data dan fakta yang telah didapat sebelumnya. Ketiga communicating, setelah planning disusun maka tahap selanjutnya adalah berkomunikasi, komunikasi biasa juga disebut tindakan. Setelah rencana tersusun dengan baik, maka kita perlu melakukan aksi. Dalam strategi komunikasi maka aksi yang dimaksud adalah mengkomunikasikan pesan sesuai dengan planning yang

telah dibentuk. Keempat evaluation, merupakan penilaian dan analisa yang dilakukan kembali untuk setiap kali hasil komunikasi tersebut. (Yusuf, 2019)

2.2.2.1.2 Tujuan Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi harus bisa menunjukkan bagaimana oprasionalnya secara taktis harus dilakukan dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda-beda sewaktu-waktu, bergantung pada situasi dan kondisi. Tujuan sentral strategi komunikasi menurut R Wayne Pace, Brent D Peterson, dan M Dallas Bunet dalam bukunya, *Techniquens for Effective Comunicattion*, yaitu terdiri atas tiga tujuan:

1. *To secure understanding*
2. *To establish acceptance*
3. *To motivate action*

Tujuan yang pertama adalah *to secure understanding*, memastikan bahwa komunikan mengerti pesan yang diterimanya. Jika komunikan sudah dapat mengerti dan menerima, maka penerimaannya itu harus dibina (*to establish acceptance*). Pada akhirnya kegiatan dimotivasikan (*to motivate action*).

2.2.2.2 Pengertian Sampah

Sampah adalah buangan yang dihasilkan dari suatu proses produksi baik domestik (rumah tangga) maupun industri. Dalam Undang-undang No 18 Tahun 2008 tentang Pengelolaan Sampah, disebutkan bahwa sampah adalah sisa kegiatan sehari hari manusia atau proses alam yang berbentuk padat atau semi padat berupa zat organik atau anorganik bersifat dapat terurai atau tidak dapat terurai yang dianggap sudah tidak berguna lagi dan dibuang ke lingkungan. Jadi Sampah pada

prinsipnya adalah suatu bahan yang terbuang atau dibuang dari sumber aktivitas manusia maupun alam yang belum memiliki nilai ekonomis. (Ikhsanul, 2022)

Pada umumnya sampah terbagi menjadi 2 jenis, sampah organik dan sampah anorganik. Sampah organik merupakan sampah yang berasal dari makhluk hidup, seperti daun, bangkai, dan lainnya, pada dasarnya sampah organik merupakan sampah yang mudah terurai, sehingga tidak menimbulkan masalah yang terlalu serius dalam lingkungan, sedangkan sampah anorganik merupakan sampah yang sulit terurai seperti plastik, kaleng, dan lainnya.³⁸ Sampah anorganik sering menjadi masalah dalam masyarakat. Sifatnya yang susah diuraikan, mengakibatkan terjadinya penumpukan penumpukan di lingkungan sekitar. Kerap kali penumpukan yang terjadi tidak pada tempatnya mengakibatkan terjadinya bencana alam. Selain sampah organik dan anorganik, masih terdapat sampah yang memiliki sifat khusus, yaitu sampah medik. Sampah medik biasanya harus ditangani secara khusus sehingga penyakit yang dibawa oleh sampah medik tidak tertular ke manusia. Jika dijelaskan secara rinci sampah dapat dibagi menjadi 4 jenis berdasarkan sumber dayanya: (Defitri, 2022)

1. Sampah Manusia (*Human waste*)

Jenis sampah ini bersumber dari manusia secara langsung atau disebut juga human waste. Contohnya seperti cairan urin dan feses.

Sampah jenis ini mengandung zat yang tidak baik dan dapat mencemari lingkungan juga membahayakan kesehatan jika dibuang sembarangan. Oleh karena itu, sanitasi yang baik adalah kunci mengelola sampah ini dengan tepat.

2. Sampah industri (*Industrial waste*)

Sampah industri adalah bahan sisa dari kegiatan industri atau manufaktur. Contohnya dapat berupa sisa pangan hasil olahan atau yang terlanjur rusak sebelum sampai ke konsumen, sampah industri kimia dan bahan bangunan berupa cairan kimia, oli, pelumas, minyak, dan lainnya, serta sampah elektronik.

3. Sampah konsumsi (*Refuse*)

Diartikan sebagai sampah sisa konsumsi manusia. Wujud yang umum ditemui adalah sampah rumah tangga seperti sisa makanan, kemasan plastik atau barang-barang pemakaian rumah tangga.

4. Sampah alam (*Natural waste*)

Kegiatan alami lingkungan juga dapat hasilkan sampah, berupa daun-daunan yang gugur, ranting yang patah, buah yang terlalu matang dan jatuh ke tanah dan berbagai contoh lainnya. Umumnya, sampah tersebut akan menjadikan pemandangan terkesan kotor dan tidak rapi tetapi akan terurai secara alami dalam waktu tertentu

2.2.2.2.1 Latar Belakang Munculnya Permasalahan Sampah

Hal yang melatarbelakangi munculnya permasalahan sampah adalah fakta bahwa sampah selalu menjadi permasalahan wilayah-wilayah di Indonesia tak terkecuali Kabupaten Garut khususnya di Desa Cimuncang. Kurangnya kepedulian masyarakat di Desa Cimuncang akan sampah yang dihasilkan, lalu kurangnya partisipasi aktif dalam memilah sampah yang dapat didaur ulang dan tidak dapat didaur ulang dari masyarakat sehingga menyebabkan penumpukan sampah dan

pencemaran lingkungan. Besarnya timbunan sampah yang tidak dapat ditangani akan menyebabkan berbagai permasalahan baik langsung maupun tidak langsung bagi masyarakat Desa Cimuncang.

Untuk dapat melibatkan masyarakat sebagai partisipasi aktif dalam pengelolaan sampah dibutuhkan upaya penyadaran masyarakat. Upaya komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan Cv. Priangan Central Plastindo yaitu melakukan program CSR program tersebut di berinama “Gerakan memilah sampah rumah tangga “dengan cara sosialisasi, Berbagai bentuk komunikasi yang dilakukan perusahaan memakan waktu, tenaga, dan biaya sehingga perlu strategi komunikasi yang lebih efektif untuk diterapkan kepada masyarakat. Komunikasi yang efektif diperlukan agar strategi komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan dalam program yang disampaikan kepada masyarakat Desa Cimuncang dapat tersampaikan dengan baik dan tepat sasaran.

2.2.2.2.2 Cara Penanganan Sampah

Ada berbagai cara pengelolaan sampah yang dapat dilakukan, dalam pengelolaan sampah secara efektif dapat mengurangi terjadinya penumpukan sampah di Kabupaten Garut khususnya di Desa Cimuncang. Cara pengelolaan sampah yang efektif diantaranya:

1. Memisahkan Sampah Sesuai Jenisnya

Cara pertama yang dapat dilakukan untuk pengelolaan sampah, dapat dimulai dengan memisahkan sampah menjadi 2 bagian, yakni organik dan anorganik. Kamu bisa mulai menyediakan 2 buah tempat sampah di rumah dan beri tanda untuk mempermudahnya. Cara seperti ini akan

mempermudah kamu dalam memisahkan sampah rumah tangga yang dihasilkan setiap harinya.

2. Melakukan *Zero Waste*

Zero waste ini adalah dengan menggunakan barang-barang yang tidak habis pakai. Salah satunya seperti mengganti plastik dengan tas belanja kain, mengganti styrofoam dengan kotak bekal, dan memakai botol untuk mengurangi pemakaian air minum dalam kemasan. Pada intinya masyarakat bisa mulai mengurangi pemakaian plastik dengan benda-benda yang dapat digunakan secara berulang. Walaupun cukup sulit menyadarkan masyarakat namun, perubahan yang kamu lakukan dapat memberikan dampak yang berarti bagi bumi dan alam.

3. Membuat Pupuk dari Sampah Organik

Pengelolaan sampah selanjutnya juga dapat dilakukan pada sampah organik. Melakukan daur ulang dengan menjadikannya sebagai pupuk kompos pada tanaman. Dengan menyumbangkan sampah organik pada penjual tanaman atau pihak yang terlibat. Sehingga, mendapatkan keuntungan satu sama lain dan ikut berkontribusi dalam pengelolaan sampah.

4. Membersihkan Tempat Sampah Setiap Hari

Membersihkan tempat sampah baik di dalam rumah maupun diluar rumah sangat penting untuk dijaga kebersihannya. Oleh sebab itu, masyarakat perlu menjaganya dengan selalu membuang sampah setiap hari dan memastikan tempatnya bersih agar tidak menimbulkan aroma

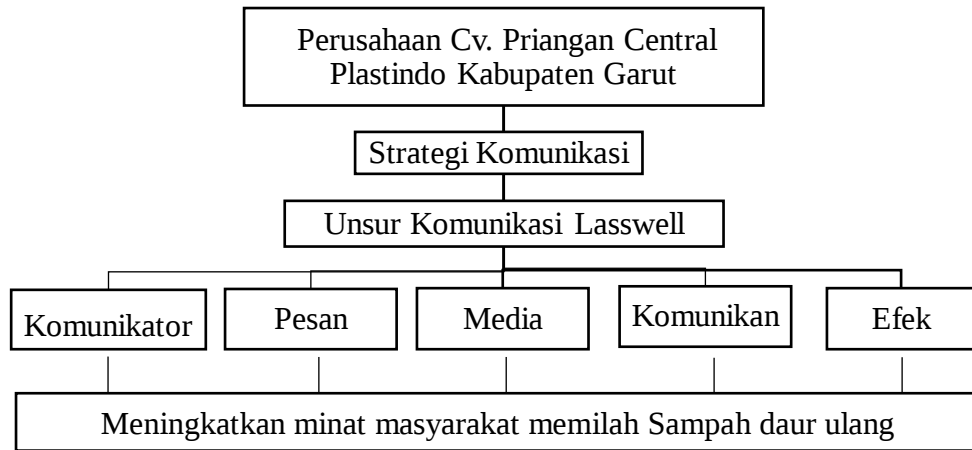
tidak sedap. Masyarakat juga bisa mengatasi tempat sampah dengan plastik yang ramah lingkungan sehingga kebersihannya tetap terjaga setiap saat.

5. Melakukan Daur Ulang Pada Sampah Anorganik

Sama seperti konsep 3R (*reuse, reduce, dan recycle*). *Reuse* yang berarti menggunakan kembali produk yang sudah terpakai. Tahap ini mengajak masyarakat untuk menggunakan kembali produk yang sudah terpakai. Dengan menggunakannya maka sampah yang timbul dari produk-produk dapat berkurang. *Reduce* sendiri memiliki arti mengurangi sampah. Maksud dari langkah ini adalah mengurangi penggunaan produk yang nantinya berpotensi menjadi sampah. Tahap terakhir dari konsep 3R adalah *recycle* yang berarti mendaur ulang. Produk bekas atau daur ulang sendiri sebenarnya lebih fleksibel, bahkan kerap memiliki nilai ekonomis. Pemanfaatan sampah yang tidak terpakai hingga memiliki nilai tanpa mencemari lingkungan mampu mengurangi penyebaran sampah plastik secara drastis. (Yoga, 2021)

Pada penjelasan konsep *recycle* ini dapat saling menguntungkan bagi masyarakat yang terlibat maupun perusahaan yang bergerak didaur ulang sampah plastik karena secara tidak langsung lingkungan masyarakat menjadi bersih dan masyarakat juga mendapatkan pendapatan dari menjual sampah plastik kepada perusahaan, dan perusahaan juga mendapat keuntungan yang sama.

2.2.3 Bagan Kerangka Pemikiran



Bagan 2. 1

Sumber: Edi Suryadi, Strategi Komunikasi, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2018)