

ANALISIS TEORI TINDAKAN KOMUNIKATIF JURGEN HABERMAS TERHADAP KOMUNITAS PEDULI CILIWUNG DI KOTA BOGOR

Aditya Ramadhan¹, Desi Hasbiyah², Maria Fitriah³

Universitas Djuanda

E-mail: adityaworkemail1@gmail.com¹

Abstrak

Maraknya isu pencemaran lingkungan mendapat tanggapan dari seluruh kalangan masyarakat, sehingga bermunculan berbagai macam gerakan masyarakat seperti komunitas pecinta lingkungan dan lembaga swadaya masyarakat (LSM) yang berfokus pada isu lingkungan hidup. Aktivis lingkungan memanfaatkan lahirnya gaya hidup ramah lingkungan untuk mengajak seluruh kalangan masyarakat untuk mengadopsi gaya hidup tersebut. Tindakan komunikasi Habermas adalah interaksi minimal dua orang atau lebih tentang satu kondisi tertentu untuk menghasilkan mutual understanding. Hal ini dapat diimplementasikan dalam sebuah gerakan sosial untuk mengetahui seberapa efektif kampanye suatu komunitas untuk mengajak dan membangun relasi antara satu dengan yang lainnya, agar pelestarian lingkungan dapat dilakukan secara bersama bukan hanya oleh satu gerakan saja melainkan atas kehendak kita sebagai manusia yang berakal tanpa adanya pengaruh atas tujuan tertentu. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Deskriptif kualitatif merupakan metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat postpositivisme digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah (sebagai lawannya adalah eksperimen). Berdasarkan hasil penelitian dapat dikatakan pengaruh yang signifikan mengenai permasalahan Komunitas Peduli Ciliwung terletak pada hubungan komunikasi yang terjalin antara partisipan dan masyarakat, karena masih menekankan tipe hubungan dunia subjektif, sehingga aksi hanya dilakukan dan diinisiasi oleh komunitas saja, tanpa menekankan kesadaran masyarakat untuk melakukan hal tersebut, karena masyarakat menganggap sudah ada yang bertanggung jawab mengenai kelestarian sungai Ciliwung.

Kata Kunci — Polusi lingkungan, gerakan komunitas, komunitas lingkungan, LSM, gaya hidup ramah lingkungan.

Abstract

The rise of environmental pollution issues has received a response from all circles of society, resulting in the emergence of various kinds of community movements such as environmentalist communities and non-governmental organizations (NGOs) that focus on environmental issues. The birth of an environmentally friendly lifestyle is widely used by environmental activists to invite all levels of society to adopt this lifestyle. Communication action according to Habermas is the interaction of at least two or more people to produce mutual understanding of a certain condition. This can be implemented in a social movement to find out how effective a community campaign is to invite and build relationships between one another, so that environmental conservation can be carried out together not only by one movement but by our will as reasonable humans without the influence of certain goals. The research method used in this research is a descriptive method with a qualitative approach, descriptive qualitative is a research method based on the philosophy of postpositivism which is used to research on natural object conditions (as opposed to experiments). Based on the results of the study, it can be said that a significant influence on the problems of the Ciliwung Care Community lies in the communication relationship that exists between the participants and the community, because it still emphasizes the type of subjective world relationship, so that actions are only carried out and initiated by the community, without emphasizing public awareness to do this, because the community considers that there is already someone responsible for the preservation of the

Ciliwung river.

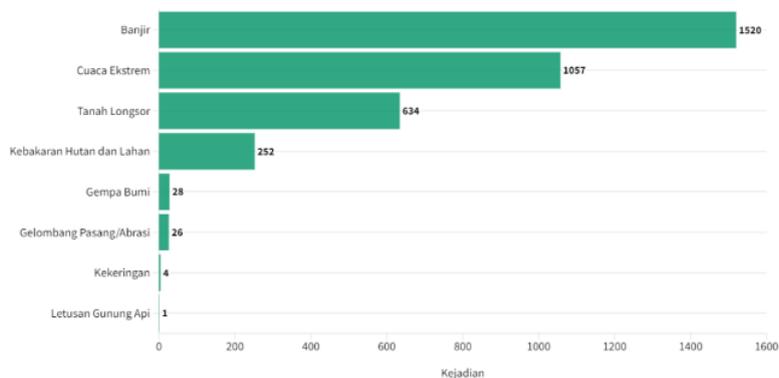
Keywords — *Environmental pollution, community movements, environmentalist communities, NGOs, environmentally friendly lifestyle.*

1. PENDAHULUAN

Permasalahan lingkungan hidup menjadi sebuah ancaman global ketika manusia dapat merasakan dampak dari bencana alam yang terjadi, baik dari gejala alam maupun aktivitas manusia itu sendiri. Pada situasi seperti ini manusia dihadapkan pada kerusakan lingkungan yang akan menghambat keberlangsungan hidup, sehingga lingkungan harus dipelajari guna meminimalisir dampak dari kerusakan lingkungan. Melansir dari lembaga yang bergerak dibidang lingkungan Green Peace Indonesia kerusakan lingkungan dan krisis iklim menjadi suatu hal yang sangat darurat di seluruh dunia termasuk di Indonesia (Mubin, 2021).

Maraknya isu pencemaran lingkungan mendapat tanggapan dari seluruh kalangan masyarakat, sehingga bermunculan berbagai macam gerakan masyarakat seperti komunitas pecinta lingkungan dan lembaga swadaya masyarakat (LSM) yang berfokus pada isu lingkungan hidup. Aktivis lingkungan memanfaatkan lahirnya gaya hidup ramah lingkungan untuk mengajak seluruh kalangan masyarakat untuk mengadopsi gaya hidup tersebut. Melalui kampanye secara langsung maupun di media massa yang didalamnya berupa suatu aksi dan ajakan kepada masyarakat untuk beralih ke gaya hidup ramah lingkungan (Miyanti, 2016).

Sungai merupakan suatu ekosistem bagi berbagai macam biota yang ada dan juga menjadi sumber air bersih untuk masyarakat, namun dewasa ini sungai sudah menjadi ancaman bagi seluruh ekosistem dikarenakan fungsi ekologisnya sudah mengalami penurunan akibat pencemaran yang dihasilkan oleh manusia. Pada tahun 2022 Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB) mencatat bencana tertinggi yang terjadi di Indonesia yaitu bencana banjir sebanyak 1520 perkara. Angka kasus ini hampir dua kali lipat dari angka kasus di bawahnya yaitu cuaca ekstrem, yakni 1057 (Hidayaturahmi, Lubis, Adiwibowo, & K, 2023).



Berdasarkan kasus bencana banjir yang terjadi di Indonesia, wilayah Jabodetabek termasuk ke dalam zona yang sering terdampak banjir. Faktor alam masih menjadi penyebab bencana banjir selama dekade ke belakang, tetapi dewasa ini permasalahan banjir lebih disebabkan oleh aktivitas manusia, seperti pengelolaan kota yang kurang baik, sistem drainase yang buruk dan juga pembuangan sampah. Masyarakat di daerah Jabodetabek, khususnya Kota Bogor memiliki kedekatan dengan aliran sungai. Sebagian masyarakat perkotaan di Bogor masih mengandalkan air sungai untuk minum dan mandi. Menurut data Susenas tahun 2016, air sungai dimanfaatkan sebagai sumber air bersih rumah tangga terdapat sekitar 1.53 persen (BPS, 2017). Sungai Ciliwung menjadi salah satu sungai yang tercemar di

Indonesia. Tercatat pada data Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan pada akhir 2017 lalu bahwa terdapat sekitar 7.000 ton sampah setiap harinya yang dibuang ke sungai Ciliwung dari hulu ke hilir. Tidak hanya berada di bantaran sungai saja, namun sampah yang menumpuk juga terdapat di aliran Sungai maupun badan sungai (kotabogor.go.id, 2019). Dalam acara Ciliwung Care Day 2023 para mahasiswa IPB University berpartisipasi dengan membawa karung para mahasiswa turun ke sungai Ciliwung untuk membersihkan sampah yang berada di bantaran sungai Ciliwung, hasil dari sampah yang telah diangkut cukup mengejutkan yakni seberat 1 ton (Fauzy, 2023).

Komunitas Peduli Ciliwung (KPC) merupakan salah satu komunitas yang berdiri pada tahun 2009, yang memiliki visi untuk melestarikan sungai Ciliwung, dan memiliki misi untuk meneliti kualitas air, biota, heperetofauna dan sosial ekonomi masyarakat yang tinggal dibantaran sungai ciliwung. Aksi yang dilakukan oleh komunitas merupakan aksi mingguan dan terus melakukan kegiatan tersebut hingga saat ini. Tujuan diadakannya kegiatan ini dilandasi pada kesadaran komunal, untuk melestarikan fungsi ekologis dan sosial sungai Ciliwung. Pesan kampanye yang digaungkan pertama kali oleh Komunitas yang dilansir dari blog milik KPC yakni "Ciliwung Ruksak, Hirup Balangsak" (Ciliwung, 2010). Melansir dari akun instagram @tjiliwoeng, Komunitas Peduli Ciliwung di tahun 2021 hingga saat ini menggunakan slogan kampanye #ciliwungjanganmurung, #mulungciliwung dan #laskarkarung. Eksistensi kampanye sering kita jumpai dilakukan oleh suatu kelompok di muka umum, yang memiliki fokus dan tujuan yang berbeda – beda. Keberadaan kampanye bertujuan agar masyarakat dapat mengalami perubahan pada sikap dan perilakunya. Hal ini dapat menimbulkan rangsangan (stimulus) informasi kepada masyarakat yang disebarkan oleh pelaku kampanye. Kampanye disebut sebagai serangkaian tindakan komunikasi yang tersusun yang bertujuan menciptakan efek dan dampak tertentu pada sebagian besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan dalam kurun waktu yang tidak pasti (Venus, 2009).

Disamping itu komunikasi merupakan unsur penting dalam menyampaikan pesan – pesan kampanye kepada masyarakat secara efektif. Kampanye dan komunikasi mempunyai hubungan yang sama mengenai dimensi pada individu masyarakat maupun kelompok dengan adanya suatu perubahan (Mubin, 2021). Teori Tindakan komunikatif Jurgen Habermas sangat menekankan komunikasi dalam kehidupan bermasyarakat merupakan hal yang penting. Menurutnya, relasi sosial yang ideal merupakan relasi yang dilakukan dan dibangun atas dasar rasionalitas intersubjektif (Rizqian, 2023). Hal ini bertujuan agar suatu objek dapat dilihat sebagai subjek komunikatif. Tindakan komunikasi Habermas merupakan interaksi minimal dua orang atau lebih tentang satu kondisi tertentu untuk menghasilkan mutual understanding. Hal ini dapat diimplementasikan dalam sebuah gerakan sosial untuk mengetahui seberapa efektif kampanye suatu komunitas untuk mengajak dan membangun relasi antara satu dengan yang lainnya, agar pelestarian lingkungan dapat dilakukan secara bersama bukan hanya oleh satu gerakan saja melainkan atas kehendak kita sebagai manusia yang berakal tanpa adanya pengaruh atas tujuan tertentu.

Oleh karena itu, pada penelitian ini pertanyaan yang diajukan yaitu “Bagaimana Tindakan Komunikatif Jurgen Habermas dalam mempengaruhi dan mengkritisi tipe hubungan Komunitas Peduli Ciliwung di Kota Bogor?”. Serta penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Tindakan Komunikatif Jurgen Habermas terhadap Komunitas Peduli Ciliwung di Kota Bogor. Maka dari itu penulis akan melaksanakan suatu penelitian dengan judul “Analisis Tindakan Komunikatif Jurgen Habermas Terhadap Komunitas Peduli Ciliwung di Kota Bogor”.

Kajian literatur

Filsafat Komunikasi Jurgen Habermas

Teori kritis timbul sebagai kritik terhadap fenomena kehidupan sosial, sistem kekuasaan, struktur sosial dalam masyarakat, dan untuk mendorong perubahan egaliter (Sholihah, 2021). Dari hasil penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa teori kritis merupakan teori atas kritiknya terhadap masyarakat untuk dapat berfikir secara historis, tidak menutup diri dari lingkungan sekitar dan tidak memisahkan antara teori dan praktek. Teori kritis dalam paradigma komunikasi. Menurut jurgen Habermas, teori kritis merupakan suatu metodologi yang berdiri didalam ketegangan dialektis antara ilmu pengetahuan (sosiologi) dan filsafat bukan hanya teori ilmiah (Sholihah, 2021). Teori kritis berusaha untuk melampaui realitas sosial sebagai fakta dari sosiologi untuk mendapatkan kondisi transendental yang dapat melebihi data empirisme. Jadi dapat dikatakan bahwa teori kritis dalam pradigma komunikasi Habermas adalah kritik atas sebuah ideologi (cara berpikir) untuk melampaui keadaan sosial yang nyata dalam konteks ilmu sosiologi, sehingga bisa mendapatkan kondisi transendental yang melampaui data pengalaman biasa dan penjelasan ilmiah.

Didalam jurnal (Tobing, 2017). menjelaskan tokoh pemikiran filsafat komunikasi Jurgen Habermas, sebagai suatu perjuangan dalam mengekspresikan pragmatis universal yang menjanjikan kebebasan, mereklamasi alasan dan jalur rekonstruktif menuju pencerahan. Tulisannya terdiri atas tiga bagian: yang pertama melacak asumsi inti dari komunikasi, yang kedua meninjau tingkatan argumentasi, dan yang terakhir diskusi terhadap kritik Habermas tentang kontroversi kontemporer dan teori yang disampaikan dalam sub bab jurnalnya yaitu, Tindakan Komunikatif, Argumen dan Klaim Validitas dan Rasionalitas Komunikasi. Serta didalam jurnal (Sholihah, 2021). menjelaskan teori kritis dalam pradigma komunikasi Jurgen Habermas dan menjelaskan teori Tindakan Komunikasi, dan yang terakhir jurnal yang ditulis oleh (Nuris, 2016). yang mencoba mereview secara ringkas pemikiran Jurgen Habermas dan memfokuskan pada bagian pendahuluan pemikiran Habermas yang terangkum dalam hasil penelitiannya tentang fenomena sosial dan kemudian dipublikasikan dengan judul *The Theory of Communicative Action: vol. 1. Reason and The Rasionalization of Society*.

Tindakan Komunikatif Jurgen Habermas

Tindakan komunikatif Habermas adalah interaksi minimal dua orang atau lebih tentang satu kondisi tertentu untuk menghasilkan mutual understanding. Untuk mencapai kesepakatan bersama, Habermas memberikan pandangan mengenai teori tiga dunia yang menjelaskan mengenai tipe hubungan manusia yang akan penulis gunakan untuk menganalisis Tipe hubungan Komunitas Peduli Ciliwung di Kota Bogor. Ketiga dunia tersebut dijelaskan oleh Habermas yang terkandung didalam ujaran (utterance) dibuku *Teori Tindakan Komunikatif* (Habermas, 1984), yang berisi tentang:

1. Dunia obyektif (the objective world) merupakan totalitas atau keseluruhan dari semua entitas tentang manakah pernyataan yang benar dianggap tepat. Dunia obyektif ini terkait dengan sistem budaya yang membentuk pemikiran kita akan suatu konsep tertentu.
2. Dunia sosial (social world) merupakan keseluruhan dari hubungan interpersonal yang diatur secara terlegitimasi; dan
3. Dunia subyektif (subjective world) merupakan keseluruhan dari pengalaman partisipan (speaker) dimana ia memiliki hak istimewa atas pengalaman tersebut.

Dalam penjelasan Dr. Fahrudin Faiz, M.Ag tentang tipe hubungan manusia melalui teori 3 dunia Habermas, menjelaskan bahwa: tipe hubungan dunia objektif yakni bersifat subyek-objek, jadi seseorang yang memiliki tipe hubungan ini hanya melihat manusia lain sebagai objek yang dapat dimanfaatkan seperti benda atau realitas alam (obyektif). Tipe

hubungan dunia Sosial yakni bersifat subyek – subyek, jadi seseorang yang memiliki tipe hubungan ini dapat menghargai seseorang dalam berpikir dan berpendapat (intersubjektif). Yang terakhir tipe hubungan dunia Subyektif sifatnya subyek-itself (diri sendiri), jadi seseorang dengan tipe ini hanya melihat orang lain dari sudut pandang pengalaman pribadi, untuk lebih memahami orang lain (Subyektif). Tiga Cluster Keilmuan Dari Tiga Dunia dalam buku Habermas: *Knowledge and human interest*

Realitas Ilmu	Sifat Ilmu	Kepentingan Ilmu
Empiris - analitis	Obyektif	Tekhnis
Historis – hermeneutis	Subyektif	Intersubjektif
Sosial – kritis	Intersubjektif	Emansipatif

Komunikasi Partisipasi

Berdasarkan Freire, partisipasi asli (autentik) merupakan kebebasan aktual yang dihasilkan melalui sebuah pengalaman emansipatori. Freire (1995) dalam (Syarah, 2016). Tuftte dan Mefalopulos (2009) dalam (Syarah, 2016), menyatakan bahwa komunikasi partisipasi berpusat pada dialog, media didik, suara, dan aksi-refleksi. Dapat dikatakan dalam komunikasi partisipasi proses komunikasi berfokus terhadap perkembangan dialog yang terjalin antar para partisipasi, memperhatikan nada bicara, mempersiapkan media didik dan melakukan evaluasi setelah aksi yang sudah dilakukan, sehingga pesan pembangunan partisipatori melibatkan audiens sasaran dari berbagai proses yang diperlukan untuk membangun dan menyampaikan pesan dengan memanfaatkan baik sumber pengetahuan yang didapatkan sendiri maupun dari luar. Beberapa proses pesan Pembangunan, antara lain: (1) Mengidentifikasi dan menyeleksi audiens, (2) Melakukan penilaian yang dibutuhkan, (3) Membangun profil penerima, (4) Membuat garis besar pesan dan pilihan media, dan (5) Memilih saluran dan konteks untuk penyampaian pesan, Nair dan White (2004) dalam (Syarah, 2016).

Menurut Hermawan (2008: 32) dalam (Rosma, 2017) komunitas merupakan suatu kelompok orang yang saling peduli satu sama lain lebih dari yang seharusnya dalam sebuah komunitas, dimana antar anggota komunitas tersebut terjadi relasi pribadi yang erat dalam sebuah komunitas karena adanya kesamaan interest atau values. Sedangkan Wenger menyatakan bahwa komunitas merupakan sekumpulan orang yang saling berinteraksi secara terus menerus saling berbagi masalah, kegemaran, atau perhatian terhadap suatu topik dan memperdalam pengetahuan serta keahlian mereka. Wenger (2004: 4) dalam (Rosma, 2017) Indikator yang dipakai penulis dalam penelitian ini yaitu konsep “Melakukan penilaian yang di butuhkan” dan konsep “Mengidentifikasi dan menyeleksi audiens”. Maka dari itu teori arau konsep komunikasi partisipasi dapat dijadikan indikator pertanyaan dalam menganalisis Tindakan Komunikatif Jurgen Habermas terhadap partisipan kampanye lingkungan Komunitas Peduli Ciliwung di Kota Bogor.

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode deskriptif kualitatif berakar pada filsafat postpositivisme pada kondisi objek yang alamiah (sebagai lawannya adalah eksperimen), dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci. Teknik pengumpulan data dilakukan secara trigulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih berfokus pada makna dari pada generalisasi (Sugiyono, 2016). Tujuan dari penelitian

deskriptif kualitatif adalah untuk menjelaskan, menggambarkan, dan memberikan pemahaman yang mendalam untuk seorang individu, suatu kelompok atau suatu organisasi mengenai penelitian dengan mempelajari semaksimal mungkin. Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa penelitian deskriptif kualitatif merupakan rangkaian kegiatan untuk memperoleh suatu data yang sesuai dengan fakta di lapangan dan bersifat apa adanya sehingga lebih menekankan makna dalam pencariannya.

Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang berfokus pada penggalian kedalaman data dari pada keluasan data. Metode penelitian yang berkembang dinamis melalui pertanyaan terbuka, di mana data wawancara, data dokumentasi, data observasi, dan data audio-visual diolah menggunakan analisis tekstual dan data bersifat emik (dari sudut pandang informan, gambar, dan melalui interpretasi tema dan pola (Creswell, 2019). Berdasarkan penelitian ahli, dapat disimpulkan bahwa penelitian kualitatif merupakan suatu metode ilmiah yang lebih mengedepankan bahasa dan pendalaman untuk mempertanyakan suatu permasalahan yang akan diuji. Penulis menggunakan metode kualitatif untuk menalisis komunikasi kampanye komunitas peduli ciliwung melalui pendekatan teori dan filsafat komunikasi Jurgen Habermas

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Komunitas Peduli Ciliwung Bogor merupakan suatu kelompok Masyarakat yang bergerak dalam aksi pelestarian lingkungan, terutama pelestarian lingkungan sungai Ciliwung di Kota Bogor. Komunitas yang berdiri di tahun 2009 ini ingin mengajak masyarakat untuk meningkatkan rasa kepeduliannya terhadap keberlangsungan sungai Ciliwung di Kota Bogor. Komunitas ini digagas oleh Hapsoro dan Hari Yanto atas dasar keperihatinannya terhadap kondisi sungai ciliwung yang semakin tercemar.

Tujuan Komunitas Peduli Ciliwung dalam membuat suatu aksi dan kampanye dilandasi oleh keinginan untuk mengembalikan kondisi sungai Ciliwung kembali seperti dahulu kala yang dimana saat itu sungai masih memiliki ekosistem yang baik, air yang jernih, dan terbebas dari sampah rumah tangga maupun industri, sehingga air sungai dapat dijadikan sebagai sumber air bersih untuk keperluan hidup.

Daerah Aliran Sungai Ciliwung, mencakup areal seluas 38.610,25 ha, membentang di wilayah Propinsi Jawa Barat (Kota Bogor, Kabupaten Bogor, Kota Depok, Jakarta dan Banten). Daerah Bogor menjadi DAS Ciliwung Hulu mempunyai luas area sebesar 15.225,12 Ha. Berada di wilayah administrasi Kota Bogor dan Kabupaten Bogor. DAS Ciliwung Hulu tepatnya berada di wilayah Taman Nasional Gunung Gede Pangrango (TNGP). Secara geografis letaknya berada pada 106046'00'' BT – 107000'00'' BT dan 6037'50''LS – 6046'00'' LS. Batas administrasi Daerah Aliran Ciliwung Hulu ini adalah:

- Sebelah Utara : Kecamatan Babakan Mandang
- Sebelah Barat : Kecamatan Ciawi
- Sebelah Timur : Kecamatan Cipanas
- Sebelah Selatan : Kecamatan Ciawi



Logo Komunitas Peduli Ciliwung Kota Bogor

Tindakan Komunikatif Komunitas Peduli Ciliwung di Kota Bogor

Tindakan Komunikatif Habermas adalah interaksi minimal dua orang atau lebih tentang satu kondisi tertentu untuk menghasilkan mutual understanding. Untuk mencapai mutual understanding atau kesepakatan bersama Habermas memberikan teori atau pandangan mengenai hal tersebut. Teori 3 dunia dijadikan Habermas dalam menciptakan suatu pemahaman bersama yang berisi tentang dunia objektif, dunia sosial dan dunia subjektif.

Mengidentifikasi dan Menyeleksi Audiens

Mengidentifikasi dan menyeleksi audiens sangat penting digunakan untuk menentukan target audiens, sehingga pesan kampanye dapat disampaikan dengan tepat kepada sekelompok orang yang kemungkinan sering mencemari sungai Ciliwung.

“Untuk identifikasi audiens buat kampanye, KPC membuat perencanaan terlebih dahulu sebelum turun kelapangan. Biasanya kita sebelum melakukan kampanye, saya pribadi membuat pengumuman di media sosial ataupun di grup whatsapp nah setelah itu kita identifikasi wilayah dan audiens mana yang akan kita tuju” (S J. , 2024).

Dalam mengidentifikasi audiens partisipan terlebih dahulu membuat suatu perencanaan sebelum dimulainya aksi kelapangan, identifikasi audiens disini memiliki maksud dan tujuan untuk menyampaikan pesan kampanye kepada masyarakat. Dengan mengidentifikasi audiens seluruh partisipan melakukan sebuah perencanaan dan mendiskusikannya sebelum dimulainya aksi kelapangan, serta membuat suatu pengumuman di media sosial ataupun di grup whatsapp, dan setelah itu partisipan lanjut menargetkan wilayah mana yang akan menjadi target audiens mereka.

“Untuk identifikasi audiens kampanye biasanya aa sih lebih ngikut komunitas aja, kalau ada ajakan buat bersih-bersih yah aa ikut. Sekarang sih bisanya aa nunggu laporan dari warga yang buang sampah sembarangan ke Ciliwung” (M R. , 2024).

Dalam proses pendiskusian mengenai target audiens, para anggota lebih mengikuti arahan serta pandangan dari sosok yang lebih berpengalaman, sehingga komunikasi yang terjalin hanya berlangsung satu arah.

“Seluruh anggota yang terlibat dalam aktivitas tersebut dan biasanya diarahkan langsung oleh Pak Parno atau ide pribadi yang ingin diusungkan” (Y S. ,2024).

Seluruh partisipan yang ikut serta dalam aksi dan kampanye yang dilakukan oleh komunitas diarahkan langsung oleh seseorang yang memiliki hak istimewa mengenai hal tersebut (ketua), pandangan ini disetujui oleh beberapa partisipan lain yang telah di wawancarai oleh penulis.

Melakukan Penilaian Yang Dibutuhkan

Melakukan penilaian yang dibutuhkan yaitu suatu upaya untuk mengevaluasi suatu aksi yang telah dilakukan oleh komunitas guna untuk memajukan program selanjutnya.

“Mengevaluasi itu sangat penting untuk suatu program yang telah dilakukan, untuk melihat apakah pesan yang telah kami sampaikan dapat diterima dengan baik atau tidak, serta pengevaluasian berguna untuk mengembangkan aksi selanjutnya” (S J. , 2024).

Dalam melakukan penilaian yang dibutuhkan, Komunitas Peduli Ciliwung (KPC) gunakan untuk memberikan penilaian terhadap aksi yang telah dilakukan. Penilaiannya berfokus kepada pesan komunikasi yang telah disampaikan, serta dalam mengukur efektivitas komunikasi yang mereka sampaikan hanya menekankan aspek “baik” atau “tidak”. Selain itu argumen atas evaluasi yang ditonjolkan hanya untuk saling memahami kinerja yang sudah dibuat, namun tidak ada suatu pernyataan yang menunjukkan perancangan akan suatu program baru yang lebih baik.

“Evaluasi dan diskusi sangat penting untuk pengembangan aksi yang akan kita lakukan

berikutnya” (M R. , 2024).

Membangun Profile Penerima

Membangun profile penerima yaitu suatu representasi kelompok sasaran tertentu untuk menentukan kebijakan dan program, hal ini dapat menangkap motivasi seseorang, hambatan dan “esensi” dari siapa mereka. Hal tersebut dapat penulis kembangkan melalui wawancara berikut ini, apa yang dilakukan KPC dalam membangun profile penerima, bisa dilihat dari jawaban berikut ini:

“Untuk permasalahan membangun profile penerima kita pahami dulu kelompok masyarakat yang menjadi sasaran kampanye, lalu kita buat program yang sesuai dengan representasi budaya masyarakat setempat, maka dari itu saya menggunakan kampanye #mulungciliwung yang merepresentasikan warga sunda yang berada di Kota Bogor” (S J. , 2024).

Dari hasil penuturan Bapak SJ menjelaskan bahwa, dalam membangun profile penerima KPC melakukan pendekatan representatif budaya sunda dalam merancang suatu kampanye lingkungan dan menghasilkan #mulungciliwung sebagai suatu kampanye yang disepakati. Kampanye tersebut digunakan oleh KPC dari tahun 2019 s/d saat ini, yang dapat kita lihat di akun Instagram @tjiliwoeng.



Pesan yang disampaikan dari kampanye tersebut yakni untuk mengajak masyarakat membersihkan sampah di sungai Ciliwung. Dalam merancang suatu kampanye dan menginformasikannya ke publik masih dilakukan oleh Bapak SJ yang dimana beliau ini masih aktif dalam merancang dan mengkomunikasikan hal tersebut kepada khalayak, melalui media sosial dan juga di media pemberitaan online. Hal ini disepakati oleh anggota lain, seperti yang diutarakan Akang YS, yang menjelaskan bahwa:

Saya kurang paham akan hal ini, bisa di tanyakan langsung ke pak Parno. Saya akan memberikan sedikit pemahaman tentang hal tersebut, kita lihat saja representasi masyarakat yang berada di bantaran sungai lalu kita pahami apa saja hambatan dan motivasi mereka” (Y S. , 2024).

Membuat Garis Besar Pesan dan Pilihan Media

Membuat garis besar pesan dan pilihan media dapat digunakan untuk merancang suatu pesan komunikasi yang akan disampaikan kepada khalayak dan berguna untuk menetapkan pilihan media untuk menyampaikan pesan kampanye mereka.

“Yang dilakukan Komunitas Peduli Ciliwung dalam membuat garis besar pesan biasanya hasil dari pengalaman yang selama ini kita dapatkan di sungai dan jenis-jenis sampah yang beredar di sungai, setelah itu kita melakukan seruan atau ajakan kepada warga mengenai permasalahan tersebut” (S J. , 2024).

Hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa, KPC membuat garis besar pesan berdasarkan pengalaman yang selama ini mereka lakukan disungai, Dengan memilah serta memilih sampah di sungai Ciliwung dan pengalaman partisipan dalam membersihkan sungai. Pesan-pesan kampanye yang disampaikan KPC berupa seruan atau ajakan kepada masyarakat

untuk ikut serta dalam membersihkan serta melestarikan sungai Ciliwung. Hal ini disetujui oleh partisipan lain, yang menyatakan bahwa:

“Sesuai yang dijelaskan pak Parno, kita biasanya melihat keadaan sungai dan kita buat garis besar pesan media dari permasalahan tersebut”. (Y S. , 2024).

Dapat dipastikan kampanye lingkungan yang diusung oleh KPC menekankan masyarakat untuk tidak membuang sampah sembarangan ke sungai Ciliwung. hal tersebut melahirkan kampanye #mulungciliwung dan #laskarkarung.

Memilih Saluran dan Konteks Untuk Penyampaian Pesan

Memilih saluran dan konteks untuk penyampaian pesan sangat penting digunakan untuk menjamin bahwa pesan yang disampaikan dapat menjangkau khalayak luas.

“Dalam Konteks saluran untuk penyampaian pesan yang dimaksud mungkin seperti media massa dan media tradisional, kami menggunakan media tersebut dalam menyampaikan pesan kampanye, apa yang kami lakukan yah menyiapkan pesannya terlebih dahulu setelah itu kita pilih saluran-saluran media untuk menyampaikan pesan kampanye dan perihal konteks penyampaian pesan kita menggunakan latar belakang permasalahan sungai yang dimana ajakan kami yaitu berupa seruan untuk memungut sampah, reboisasi sungai, ajakan untuk melestarikan kelestarian sungai dan memilah milih sampah untuk di daur ulang” (S J. , 2024).

Dengan ini dapat diketahui, KPC memilih saluran komunikasi media massa dan media tradisional, tentunya hal ini digunakan untuk menjangkau khalayak tertentu. Selain itu dalam menentukan konteks untuk penyampaian pesan KPC menggunakan latar belakang permasalahan sungai Ciliwung. Hal itu memungkinkan komunitas untuk menentukan konteks penyampaian pesan kampanye. Hal serupa dijelaskan oleh Akang YS, yang menyatakan bahwa:

“Memilih saluran seperti media cetak atau media digital dilakukan pemilihan terlebih dahulu, setelah itu kita pahami apa yang kurang dari kelestraian sungai ciliwung baru kita suarakan hal tersebut kepada khalayak” Akang (Y S. , 2024).

Hasil dari wawancara tersebut mengungkapkan bahwasannya KPC dalam memilih saluran komunikasi di sesuaikan dengan aktivitas atau aksi yang akan dilaksanakan, seperti kampanye #mulungciliwung konteks pesan yang sering digaungkan oleh komunitas yakni untuk mengajak masyarakat memungut sampah yang berada di sungai Ciliwung. Hal ini sesuai dengan pernyataan yang dijelaskan oleh Akang MR, yang menyatakan bahwa:

“Dalam memilih saluran dalam penyampaian pesan kita pahami dulu apa yang akan kita lakukan, setelah itu kita pilih saluran yang akan digunakan dan dalam konteks penyampaian pesan kita menggunakan #MulungCiliwung dengan isi pesan sebagai ajakan kepada masyarakat untuk lebih memelihara sungai Ciliwung” (M R. , 2024).

Dalam teori tindakan komunikatif, Habermas memberikan suatu pandangan terhadap tipe hubungan manusia. Dalam kasus partisipan kampanye lingkungan Komunitas Peduli Ciliwung (KPC), dapat kita lihat tipe hubungan yang terjalin antar para anggota masih bersifat Dunia Subjektif, tipe hubungan yang masih menekankan keseluruhan dari pengalaman partisipan (speaker) dimana ia memiliki hak istimewa atas pengalaman tersebut. Sehingga proses komunikasi yang terjalin hanya berlangsung satu arah, tanpa menelusuri dan mempertanyakan ulang argumen partisipan yang menjadi acuan komunitas dalam melakukan suatu pergerakan. Dalam hal ini, jika komunitas menelusuri ulang suatu argumen yang telah menjadi suatu ketetapan, akan menimbulkan suatu komunikasi yang bernama “diskursus”, dan komunikasi diskursus Habermas menurut Prof. Dr, Fransisco Budi Hadirman merupakan

komunikasi tingkat lanjut yang menguji kesahihan serta kebenaran dalam suatu argumen.

1. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa filsafat komunikasi Jurgen Habermas sangat menekankan komunikasi dalam kehidupan sehari-hari, melalui teori-teorinya, komunikasi yang terjalin dapat menghasilkan hubungan serta pencapaian komunikasi yang lebih baik dan mengajarkan sikap kritis terhadap suatu argumentasi. Hal ini dapat mengkritik dan mempengaruhi Komunitas Peduli Ciliwung dalam membentuk suatu pemahaman baru dalam mengajak masyarakat dalam meningkatkan kepedulian terhadap isu lingkungan hidup.

Dapat dikatakan pengaruh yang signifikan mengenai permasalahan Komunitas Peduli Ciliwung terletak pada hubungan komunikasi yang terjalin antara partisipan dan partisipan maupun antara partisipan dan masyarakat, karena masih menekankan tipe hubungan dunia subjektif, sehingga aksi hanya dilakukan dan diinisiasi oleh komunitas saja, tanpa menekankan kesadaran anggota dan juga masyarakat untuk melakukan hal tersebut, sehingga masyarakat menganggap sudah ada yang bertanggung jawab mengenai kelestarian sungai Ciliwung. Maka dari itu Habermas menawarkan suatu pandangan mengenai pendekatan atas kampanye yang dilakukan oleh KPC, dengan menggunakan teori "Tindakan Komunikatif" khususnya tipe hubungan dunia sosial diharapkan tipe hubungan tersebut dapat diterapkan dalam suatu kampanye komunitas, agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik dan memungkinkan dapat meningkatkan partisipasi serta kesadaran masyarakat untuk melestarikan sungai Ciliwung.

2. DAFTAR PUSTAKA

- BPS, B. (2017). *Statistika Lingkungan Indonesia*. Retrieved from Retrieved from BPS. Jakarta: <http://www.BPS.go.id>
- Creswell, J. W. (2019). *Research Design Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Fauzy, N. (2023). *Rangkaian Ciliwung Care Day IPB, Gelar Pungut Sampah Ciliwung Hingga Tanam Pohon*. Retrieved from [tribunewsbogor.com](http://www.bogor.tribunews.com): <http://www.bogor.tribunews.com>
- Habermas, J. (1984). *The Theory of Communicative Action*. Boston: Beacon Press.
- Hidayaturahmi, Lubis, D. P., Adiwibowo, S., & K, H. (2023). *Komunitas Ciliwung Depok dalam Ciliwung Lestari: Sebuah Tinjauan dari Perspektif Komunikasi Pembangunan*. GOOD GOVERNANCE.
- Miyanti. (2016). *Pengaruh Dimensi Pesan Kampanye Inisiasi Publik Earth Hours Terhadap Sikap Hemat Energi Listrik Di Kalangan Pelajar SMA Kota Bandung*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Mubin, M. A. (2021). *Pengaruh Pesan Kampanye Komunitas Earth Hour Surabaya Terhadap Perubahan Perilaku Ramah Lingkungan Anak Muda di Kota Surabaya*. The Commercium.
- Nuris, A. (2016). *Tindakan Komunikatif: Sekilas Tentang Pemikiran Jurgen Habermas*. al-Balagh: Jurnal Dakwah dan Komunikasi.
- Rizqian, D. R. (2023). *Pemberdayaan Masyarakat Dalam Perspektif Teori Tindakan Komunikatif Jurgen Habermas*. El-Hamra: Kependidikan dan Kemasyarakatan, 14-15.
- Rosma, F. D. (2017). *Fenomena Komunikasi Komunitas Kelas Inspirasi (Studi Fenomenologi Social Movement Pada Anggota Komunitas Kelas Inspirasi Pekanbaru)*.

JOM FISIP UNRI.

- Sholihah, A. (2021). Teori Kritis Dalam Pradigma Komunikasi J urgen Habermas. Jurnal Manthiq.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D Cetakan 24. Bandung: Alfabeta.
- Syarah, M. M. (2016). Pendekatan Komunikasi Partisipatoris Dalam Penanggulangan Penyakit Dikalangan Masyarakat Miskin. Jurnal Komunikasi.
- Tobing, M. M. (2017). PEMIKIRAN TOKOH FILSAFAT KOMUNIKASI "Jurgen Habermas dan Ruang Publik di Indonesia. Universitas Kristen Indonesia.
- Venus, A. (2009). Manajemen Kampanye: Panduan Teoritis dan Praktis Dalam mengefektifkan Kampanye Komunikasi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media