

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Seiring kemajuan zaman, lingkungan hidup nampaknya akan menghadapi kerusakan yang semakin meluas di masa datang jika kita tidak segera melakukan tindakan tegas untuk menjaga dan melestarikan alam lingkungan kita sendiri. Pertumbuhan ekonomi sering tidak diikuti dengan sikap menjaga keseimbangan alam dan mengakibatkan merosotnya sumber daya alam dan lingkungan hidup. Kerusakan lingkungan yang diakibatkan oleh pertumbuhan industri merupakan sebuah dampak yang harus segera ditanggulangi untuk mencegah kemungkinan terburuk terjadi pada alam kita yang sudah semakin rusak ini.

Salah satu isu lingkungan yang mendapatkan dampak negatif dari pertumbuhan ekonomi adalah berkurangnya luas kawasan hutan. Hutan adalah ekosistem yang sangat kaya. Sebanyak delapan persen permukaan bumi ditutupi oleh keberadaan hutan. Keberadaan hutan sangat penting untuk menjaga kestabilan iklim global, dan pola cuaca agar bumi ini tetap menyokong kehidupan yang layak bagi umat manusia.¹

Pada tahun 2012, aktor perusak lingkungan hidup tertinggi adalah perusahaan terutama sektor tambang dan perkebunan, disusul pemerintah. Ketiga perusak terbesar, kombinasi perusahaan dan pemerintah, baru di posisi buntut: masyarakat.²

¹<http://www.greenpeace.org/seasia/id/blog/100-indonesia-untuk-melindungi-keindahan-huta/blog/39019/>

²<http://www.mongabay.co.id/2013/01/17/walhi-perusahaan-dan-pemerintah-aktor-utama-perusak-lingkungan-2012/>

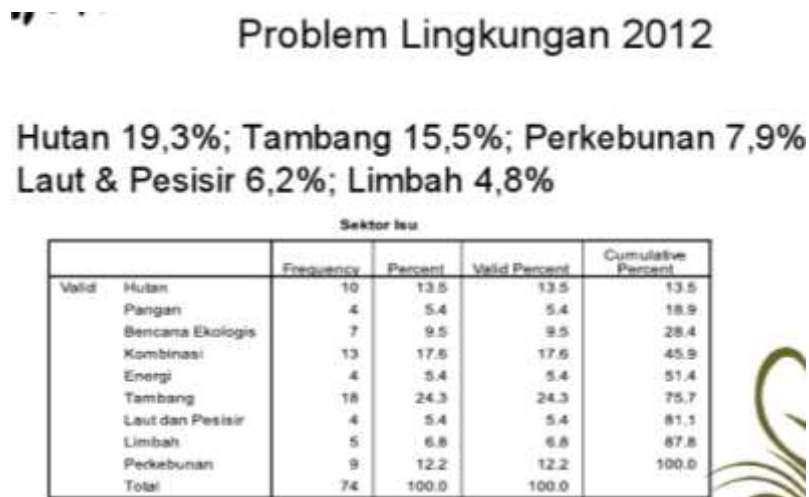
Gambar 1.1 Aktor Perusak/Pencemar Lingkungan Hidup



Sumber: Walhi dalam Mongabay.co.id

Indonesia merupakan negara dengan luas hutan tropis dan keanekaragaman hayati terbesar kedua di dunia setelah Brazil. Sekitar 72% hutan Indonesia sudah rusak parah atau bahkan hilang akibat perluasan industri dan pembalakan liar. Kementerian Kehutanan di tahun 2011 mengeluarkan data bahwa sekitar 1.2 juta hektar hutan Indonesia hilang setiap tahunnya.³

Gambar 1.2 Problem Lingkungan 2012



Sumber: Walhi dalam situs Mongabay.co.id

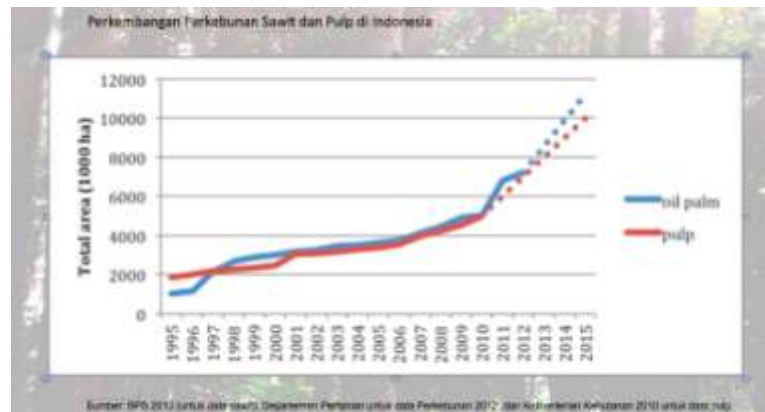
³<http://www.greenpeace.org/seasia/id/blog/100-indonesia-untuk-melindungi-keindahan-huta/blog/39019/>

Deforestasi adalah penebangan tutupan hutan dan konversi lahan secara permanen untuk berbagai manfaat lainnya.⁴ Menurut Laporan Dewan Nasional Perubahan Iklim tahun

2010, paling tidak industri pulp dan kertas bersama industri kelapa sawit akan menyumbang sekitar 50% dari estimasi deforestasi sebesar 28 juta hektar hingga tahun 2030.⁵

Laporan Greenpeace berjudul ‘*How the Palm Oil Industry is Cooking the Climate*’ menyatakan bahwa Indonesia sudah kehilangan 74 juta hektar hutan sejak 50 tahun terakhir untuk keperluan industri kehutanan, minyak kelapa sawit adalah salah satunya. Angka kehilangan hutan Indonesia hingga 2010, adalah sekitar 1.8 juta hektar per tahun.⁶

Gambar 1.3 Perkembangan Perkebunan Sawit dan Pulp di Indonesia



⁴<http://www.satgasreddplus.org/tentang-redd/kamus-redd>

⁵<http://www.greenpeace.org/seasia/id/blog/100-indonesia-untuk-melindungi-keindahan-huta/blog/39019/>

⁶<http://www.mongabay.co.id/2012/09/11/fenomena-sawit-musnahkan-hutan-tropis-ekspansi-modal-asing-melimpah/>

Gambar 1.4 Peningkatan Areal Kelapa Sawit per Provinsi

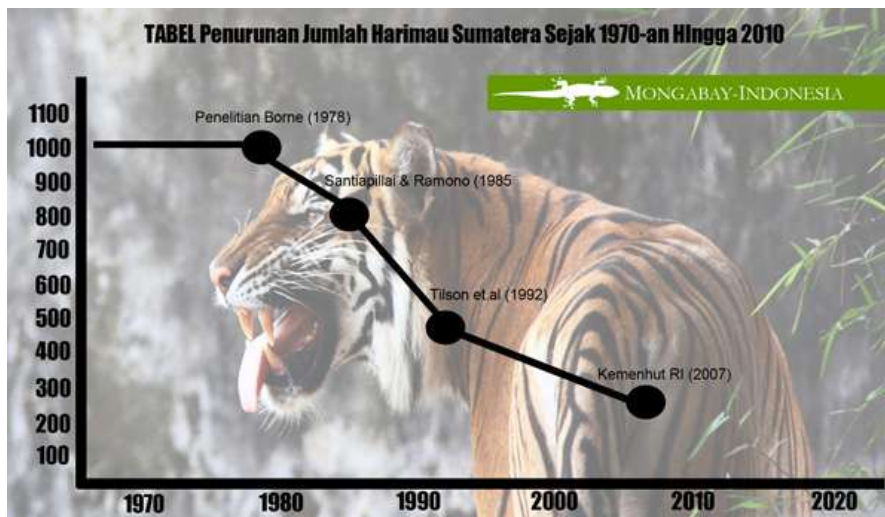
Peningkatan Areal Kelapa Sawit per Provinsi

Propinsi	2001 (ha)	2010 (ha)	Peningkatan (ha)	Peningkatan (%)
Riau	740,150	2,111,086	1,370,936	185
Sumatera Selatan	310,200	643,212	333,012	107
Jambi	296,100	612,096	315,996	107
Bengkulu	98,700	410,648	311,948	316
Sumatera Barat	162,150	347,534	185,384	114
Kalimantan Timur	70,500	231,570	161,070	228
Kalimantan Tengah	126,800	269,022	142,222	112
Kalimantan Barat	338,900	456,880	118,580	35
Sulawesi Barat	-	106,840	106,840	n/a
Lampung	59,925	160,434	100,509	168
Bangka Belitung	-	85,312	85,312	n/a
Aceh	239,600	300,106	60,506	25
Sumatera Utara	747,200	794,272	47,072	6
Lainnya	17,625	24,020	6,395	36
Sulawesi Tengah	28,800	34,892	6,092	21
Papua	56,400	52,872	(3,528)	(6)
Kalimantan Selatan	127,475	112,120	(25,355)	(18)
Sulawesi Selatan	95,075	21,588	(73,487)	(77)
Total	3,525,000	6,774,504	3,249,504	92

Sumber: Profando, 2013, Kompilasi. Grafik: Mongabay-Indonesia

Selain itu, Indonesia juga terancam kehilangan puluhan bahkan ratusan spesies langka akibat alihfungsi hutan menjadi perkebunan sawit. Di Sumatera, angka harimau Sumatera kini tercatat tinggal 400 hingga 500 individu. Kerusakan habitat akibat deforestasi, merupakan penyebab utama menurunnya populasi Harimau Sumatera secara drastis di Indonesia.

Gambar 1.5 Penurunan Jumlah Harimau Sumatera sejak 1970-an hingga 2010



Sumber: Mongabay.co.id

Dari isu lingkungan diatas, salah satu cara agar kita dapat menyebarkan informasi, mengedukasi, dan dapat mengajak khalayak untuk bertindak lebih lanjut mengatasi isu lingkungan tersebut adalah salah satunya dengan kampanye. Sejak reformasi bergulir, masyarakat kita berubah menjadi relative demokratis. Mereka tampak lebih independen,

egaliter, terbuka, dan lebih cerdas dalam menanggapi berbagai informasi dan upaya persuasi yang ditujukan pada mereka. Karena perubahan seperti ini maka berbagai upaya yang ditujukan untuk menyadarkan, memberdayakan, atau secara umum memengaruhi masyarakat dengan cara-cara paksaan menjadi tidak relevan lagi. Nilai-nilai demokratis menolak adanya segala macam bentuk paksaan terhadap masyarakat baik yang dilakukan oleh institusi pemerintah, bisnis atau lembaga-lembaga sosial lainnya. Di sini kampanye muncul sebagai salah satu instrumen terpenting masyarakat demokratis. Kampanye mempengaruhi masyarakat secara persuasif yang dilandasi kesadaran dan kesukarelaan. Dengan cara demikian maka kampanye mampu menciptakan perubahan pada diri khalayak secara relatif permanen (Venus, 2009).

Menurut Rogers dan Storey (1987) (dalam Venus, 2009:7) kampanye sebagai serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu. Kampanye adalah kegiatan komunikasi yang dilakukan secara terlembaga. Penyelenggara kampanye umumnya bukanlah individu melainkan lembaga atau organisasi. Terlepas siapa pun penyelenggaranya, kampanye selalu memiliki tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.

Hampir semua kegiatan kampanye memiliki tujuan besar untuk mengubah perilaku seseorang untuk menjadi seperti yang dikehendaki dalam pesan kampanye. Terkadang perubahan perilaku menjadi tolok ukur dalam keberhasilan suatu kampanye. Hovland dan Weis berpendapat, bahwa perubahan sikap seseorang lebih besar pengaruhnya jika disebabkan oleh komunikator yang memiliki kredibilitas tinggi. Oleh karenanya komunikator memegang peranan penting dalam kampanye (dalam Setianti, 2007:8). Dalam penelitian Yanti Setianti yang berjudul “Kampanye dalam Merubah Sikap Khalayak” disimpulkan bahwa pelaksanaan kampanye sangat berpengaruh terhadap perubahan sikap dan perilaku khalayak. Maka dari itu pada penelitian ini penulis juga berkeinginan untuk membuktikan apakah kampanye “*Protect Paradise*” yang dilakukan oleh Greenpeace sudah bisa mempengaruhi sikap khalayaknya. Sikap disini adalah sikap pelestarian lingkungan. Perilaku peduli lingkungan merupakan bagian tindakan yang dihasilkan dari pemahaman mengenai lingkungan. Pemahaman tersebut akan tertanam dalam diri masyarakat yang berupa perilaku positif tentang lingkungan hidup (Winda Prima Dewi dalam Perilaku Peduli Lingkungan Ditinjau Dari Aspek Pemahaman Tentang Lingkungan).

Organisasi lingkungan yang fokus me-kampanyekan isu-isu lingkungan salah satunya tentang deforestasi hutan adalah Greenpeace. Greenpeace merupakan salah satu dari *International Non-Governmental Organizations* (INGO). INGO sendiri adalah organisasi-organisasi swasta yang terdiri dari individu-individu dari berbagai negara, yang menyebar dan melintasi batas-batas negara dengan tujuan untuk mempengaruhi kebijakan suatu negara atas isu-isu yang menjadi program mereka.

Greenpeace hadir di Indonesia secara resmi pada 2006. Greenpeace di Indonesia melakukan kampanye untuk melindungi hutan alam Indonesia yang masih tersisa, mencegah memburuknya dampak perubahan iklim, mendorong pemanfaatan energi terbarukan yang bersih dan aman, serta melindungi badan-badan air dari pencemaran bahan beracun dan berbahaya (Profil Organisasi Greenpeace Indonesia).

Greenpeace Indonesia mempunyai 4 cabang regional; Jakarta, Bandung, Semarang, dan Yogyakarta. Cabang regional dari Greenpeace Indonesia tersebut sering disebut dengan Greenpeace Youth.

Tabel 1.1 Greenpeace Youth

Cabang Regional	Tanggal Terbentuk	Tingkat Keaktifan Kegiatan
Bandung	5 Agustus 2012	1
Semarang	22 April 2012	2
Jakarta	28 Oktober 2012	3
Yogyakarta	28 Oktober 2012	4

Sumber: Youth Coordinator

Dalam penelitian ini penulis akan mengambil objek Greenpeace Youth Bandung. Kegiatan-kegiatan yang telah dilakukan oleh Greenpeace Youth Bandung akan penulis lampirkan pada bagian lampiran.

Kampanye Greenpeace Bandung yang mengangkat tentang isu *deforestasi* hutan adalah *Protect Paradise*. *Protect Paradise* merupakan langkah untuk melindungi harimau Sumatera dan habitatnya dari laju *deforestasi* yang disebabkan oleh perusahaan-perusahaan yang tidak bijak dalam penggunaan lahan hutan dengan mengalihkan fungsi hutan untuk dijadikan perkebunan kelapa sawit. Salah satu strategi Greenpeace Youth Bandung dalam menjalankan kegiatan kampanye *Protect Paradise* adalah dengan cara datang ke sekolah-

sekolah dan memberi materi tentang isi kampanye kepada para siswa di sekolah tersebut yang mengikuti kegiatan kampanye *Protect Paradise*. Total sekolah yang dikunjungi oleh Greenpeace Youth Bandung adalah 6 (enam) sekolah, yaitu:

Tabel 1.2 Kegiatan Protect Paradise GPYouth Bandung

No.	Tanggal	Kegiatan
1.	30 November 2013	Visit School SMKN 4 Bandung
2.	9 Desember 2013	Visit School SD Merdeka 5 dan SD BPK Penabur
3.	10 Desember 2013	Visit School SDK BPPK dan SD Darul Hikam
4.	11 Desember 2013	Visit School SMAN 15 Bandung

Sumber: Greenpeace Youth Bandung

Dari ke enam sekolah diatas, peneliti hanya akan mengambil populasi dan sampel untuk penelitian dari SMKN 4 Bandung dan SMAN 15 Bandung karena mereka termasuk dalam kategori pemuda, sedangkan untuk siswa SD tidak memungkinkan untuk dijadikan populasi dan sampel penelitian karena batasan umur yang belum mencapai kategori pemuda.

Dalam kegiatan kampanye *Protect Paradise* di sekolah-sekolah tersebut, Greenpeace Youth Bandung menggunakan media slide presentasi dan kostum harimau sebagai sarana penyampai pesan dan penarik perhatian para khalayak kampanye. Isi pesan dari kampanye *Protect Paradise* tersebut meliputi tentang *deforestasi*/kerusakan hutan, dampak negatif pengalihan lahan hutan menjadi perkebunan kelapa sawit, dan tentang penurunan populasi harimau Sumatera.

Greenpeace Youth, seperti namanya, dalam aksinya selalu mengedepankan partisipasi anak muda dalam setiap kegiatan kampanyenya. “Seribu orang tua hanya dapat bermimpi, satu orang pemuda dapat mengubah dunia” (Dikutip dari Bung Karno, Penyambung Lidah Rakyat Indonesia). Pemuda sebagai agen perubahan (*agent of change*), peran penting dari seorang pemuda adalah pada kemampuannya melakukan perubahan.

Pengertian Pemuda menurut Undang – Undang No. 40 tahun 2009 adalah warga negara Indonesia yang memasuki periode penting pertumbuhan dan perkembangan yang

berusia 16 (enam belas) sampai 30 (tiga puluh) tahun; dan Kepemudaan adalah berbagai hal yang berkaitan dengan potensi, tanggung jawab, hak, karakter, kapasitas, aktualisasi diri, dan cita-cita pemuda.⁷

Atas dasar inilah penulis tertarik untuk mengambil topik mengenai kampanye Greenpeace Bandung “*Protect Paradise*” dan sudahkah kampanye tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pemuda di Bandung dengan mengambil judul “Pengaruh Kampanye *Protect Paradise* Greenpeace terhadap Sikap Pelestarian Lingkungan Pemuda Bandung di SMAN 15 Bandung dan SMKN 4 Bandung”.

⁷http://www.lkpm.org/2013/01/peranan-dalam-prespektif-kepemudaan_3201.html

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan dalam latar belakang penelitian, maka penulis merumuskan permasalahan:

Seberapa besar pengaruh kampanye Protect Paradise Greenpeace terhadap sikap pelestarian lingkungan pemuda di SMAN 15 Bandung dan SMKN 4 Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian dilakukan dengan tujuan untuk mengungkap masalah yang telah diidentifikasi sebelumnya, yaitu mengetahui seberapa besar pengaruh kampanye *Protect Paradise* Greenpeace terhadap sikap pelestarian lingkungan pemuda di SMAN 15 Bandung dan SMKN 4 Bandung.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat ditinjau dari dua aspek sebagai berikut:

1.4.1 Aspek Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang dapat bermanfaat bagi ilmu komunikasi secara umum dan bagi peneliti selanjutnya secara khusus.

1.4.2 Aspek Praktis

Kegunaan praktis dari penelitian ini adalah memberikan informasi mengenai komunikasi kampanye yang dapat mempengaruhi sikap pemuda.

1.5 Tahapan Penelitian

1) Observasi

Mencari pokok permasalahan yang akan diangkat menjadi topik dalam penelitian. Setelah topik penelitian ditemukan lalu selanjutnya menentukan judul penelitian.

2) Merumuskan & Mengidentifikasi Masalah

Judul penelitian yang telah ditentukan lalu diturunkan menjadi rumusan masalah dan kemudian diturunkan kembali menjadi pertanyaan-pertanyaan ilmiah dalam identifikasi masalah. Hal ini menjadi fokus dan batasan dari penelitian.

3) Menentukan Populasi dan Sampel

Penentuan populasi dan sampel disesuaikan dengan masalah yang diangkat sebagai topik penelitian karena sampel atau responden disini adalah sumber utama dari data yang akan diolah dalam penelitian ini.

4) Pengumpulan Data

Data penelitian didapatkan dari survei yaitu dengan menyebarkan kuisioner kepada responden. Selain itu data juga didapatkan dari penelitian terdahulu dan data-data dari perusahaan yang dapat membantu kelengkapan penelitian ini.

5) Menganalisis Data

Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis dengan cara dihitung menggunakan rumus-rumus statistik yang tentunya harus berkaitan dengan topik penelitian.

6) Menyajikan & Membahas Data

Dari hasil data yang telah dihitung secara sistematis kemudian disajikan dan dibahas secara detail ditambah dengan pengaplikasian teori-teori yang dapat memperkuat pembahasan masalah dalam penelitian.

7) Kesimpulan dan Saran

Menyimpulkan seluruh proses penelitian dari awal hingga akhir lalu memberikan saran berupa alternative-alternative yang ditawarkan kepada perusahaan menyangkut masalah yang diangkat dalam penelitian, dengan harapan dapat bermanfaat bagi perusahaan, peneliti dan juga pembaca.

1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini akan dilakukan di SMAN 15 Bandung dan SMKN 4 Bandung dan diberikan kepada para pemuda yang mengikuti kegiatan kampanye Greenpeace "*Protect Paradise*". Pelaksanaan waktu penelitian dimulai sejak bulan September 2013 sampai dengan bulan April 2014.

Tabel 1.3 Waktu Penelitian

No.	Tahapan Penelitian	2013-2014				
		Sept	Okt	Nov	Jan	April
1.	Observasi					
2.	Merumuskan dan Mengidentifikasi Masalah					
3.	Menentukan Populasi dan Sampel					
4.	Pengumpulan Data					
5.	Menganalisis Data					
6.	Menyajikan dan Membahas Data					
7.	Kesimpulan dan Saran					

Sumber: Olahan Peneliti