

KOMUNIKASI PERSUASIF ECONUSA DALAM PEMBERDAYAAN PEMUDA MELALUI PROGRAM ECODEFENDER - RAJA AMPAT

Muhammad Iradat¹⁾, Juminah²⁾, Rahmat Hidayat³⁾

^{1,2,3} Ilmu Komunikasi, Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong, Sorong, Indonesia.

E-mail Koresponden: muhammadiradat0@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi persuasif Econusa dalam pemberdayaan pemuda melalui Program EcoDefender di Kabupaten Raja Ampat. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan teori perubahan sikap Carl Hovland. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi persuasif EcoNusa dilakukan melalui komunikasi tatap muka, pendekatan partisipatif, penggunaan pesan yang kontekstual, serta pelibatan pemuda secara langsung dalam kegiatan lingkungan dan pariwisata. Strategi tersebut berhasil meningkatkan perhatian, pemahaman, penerimaan, serta perubahan sikap dan perilaku pemuda terhadap pelestarian lingkungan. Faktor pendukung komunikasi persuasif meliputi kedekatan sosial, keterlibatan aktor lokal, dan antusiasme pemuda, sedangkan faktor penghambat meliputi keterbatasan jaringan komunikasi, kondisi geografis, dan akses transportasi. Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi komunikasi persuasif EcoNusa melalui Program EcoDefender berjalan efektif dalam meningkatkan kesadaran dan partisipasi pemuda terhadap pelestarian lingkungan di Kampung Sawinggrai, Kabupaten Raja Ampat.

Kata kunci: Komunikasi Persuasif; Pemberdayaan Pemuda; EcoNusa; EcoDefender; Raja Ampat

Abstract

This research aims to analyze Econusa's persuasive communication strategies in empowering youth thru the EcoDefender Program in Raja Ampat Regency. The research uses a qualitative method with a descriptive approach. Data were obtained thru observation, interviews, and documentation, and then analyzed using Carl Hovland's attitude change theory. The research results show that EcoNusa's persuasive communication strategy is carried out thru face-to-face communication, a participatory approach, the use of contextual messages, and direct involvement of youth in environmental and tourism activities. The strategy successfully increased the attention, understanding, acceptance, as well as the attitude and behavior changes of the youth toward environmental preservation. Supporting factors of persuasive communication include social closeness, involvement of local actors, and youth enthusiasm, while inhibiting factors include limited communication networks, geographical conditions, and transportation access. This study concludes that EcoNusa's persuasive communication strategy thru the EcoDefender Program is effective in increasing youth awareness and participation in environmental preservation in Sawinggrai Village, Raja Ampat Regency.

Key words: Persuasive Communication; Youth Empowerment; EcoNusa; EcoDefender; Raja Ampat

Article History:

Received : 2026-06-08

Revised : 2026-06-17

Accepted : 2026-06-30

PENDAHULUAN

Kabupaten Raja Ampat merupakan salah satu wilayah pesisir yang memiliki nilai ekologis paling tinggi di dunia dan dikenal sebagai bagian dari kawasan Coral Triangle, yaitu wilayah dengan tingkat keanekaragaman hayati laut tertinggi secara global. Perairan Raja Ampat menjadi habitat bagi lebih dari 75% spesies karang dunia serta ribuan spesies ikan dan biota laut lainnya, sehingga menjadikannya sebagai pusat biodiversitas laut dunia (global marine biodiversity hotspot) (Veron et al., 2009; WWF Indonesia, 2018). Kondisi ini menjadikan Raja Ampat sebagai kawasan strategis tidak hanya dalam konteks konservasi lingkungan, tetapi juga sebagai ruang hidup utama bagi masyarakat adat pesisir yang menggantungkan kehidupan sosial, ekonomi, dan budayanya pada sumber daya laut.

Bagi masyarakat pesisir Papua, laut tidak hanya dipahami sebagai ruang ekologis, tetapi juga sebagai ruang sosial dan kultural yang memiliki makna simbolik dan spiritual. Laut

menjadi sumber identitas kolektif, sarana pemenuhan kebutuhan ekonomi, serta bagian dari sistem nilai dan kearifan lokal yang diwariskan secara turun-temurun. Dalam perspektif antropologi budaya, ruang alam seperti laut dipahami sebagai bagian dari sistem makna yang membentuk relasi sosial masyarakat (Geertz, 1973). Oleh karena itu, kerusakan ekosistem laut tidak hanya berdampak pada aspek ekologis, tetapi juga mengancam keberlangsungan sistem sosial dan budaya masyarakat pesisir.

Namun, dalam beberapa dekade terakhir, ekosistem laut Raja Ampat menghadapi tekanan yang semakin kompleks akibat eksploitasi sumber daya alam, peningkatan aktivitas pariwisata massal, pencemaran laut, serta dampak perubahan iklim. Laporan global menunjukkan bahwa perubahan suhu laut dan tekanan antropogenik telah mempercepat proses pemutihan terumbu karang (coral bleaching) serta mengancam keberlanjutan ekosistem laut tropis (Hoegh-Guldberg et al., 2017). Di tingkat nasional, Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan mencatat bahwa wilayah pesisir Indonesia mengalami peningkatan tekanan ekologis akibat aktivitas ekonomi dan perubahan iklim (KLHK, 2020).

Dampak degradasi lingkungan pesisir tidak hanya bersifat ekologis, tetapi juga sosial-ekonomi. Penurunan kualitas terumbu karang berimplikasi pada berkurangnya hasil tangkapan ikan, menurunnya pendapatan nelayan, serta meningkatnya kerentanan sosial masyarakat pesisir. Dalam jangka panjang, kondisi ini akan paling dirasakan oleh generasi muda sebagai kelompok sosial yang akan menanggung dampak keberlanjutan lingkungan di masa depan. Oleh karena itu, keterlibatan pemuda dalam upaya pelestarian lingkungan menjadi sangat penting sebagai bagian dari strategi pembangunan berkelanjutan.

Secara demografis, pemuda memiliki posisi strategis dalam struktur penduduk Indonesia. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik, jumlah pemuda Indonesia (usia 16–30 tahun) mencapai lebih dari 60 juta jiwa atau sekitar 24% dari total populasi nasional (BPS, 2023). Di wilayah Papua dan Papua Barat, proporsi penduduk usia muda relatif lebih tinggi dibanding wilayah lain, sehingga pemuda menjadi kelompok sosial dominan dalam struktur masyarakat (BPS Papua Barat, 2022). Kondisi ini menunjukkan bahwa pemuda memiliki potensi besar sebagai agen perubahan sosial, termasuk dalam isu-isu lingkungan dan konservasi sumber daya alam.

Fenomena meningkatnya keterlibatan pemuda dalam isu lingkungan juga tercermin melalui berbagai gerakan sosial berbasis pemuda di tingkat nasional. Program Aksi Muda Jaga Iklim (AMJI) mencatat keterlibatan lebih dari 65.000 hingga 120.000 pemuda dalam aksi lingkungan di lebih dari 1.200 hingga 2.000 titik lokasi di seluruh Indonesia, dengan kegiatan seperti penanaman mangrove, kampanye pengurangan sampah plastik, edukasi lingkungan, serta aksi konservasi laut berbasis komunitas (KLHK, 2022). Selain itu, jaringan Penjaga Laut melaporkan keterlibatan sekitar 650 pemuda dari 166 komunitas di 27 provinsi dalam kegiatan pelestarian laut, seperti transplantasi terumbu karang, edukasi pesisir, dan kampanye konservasi berbasis media digital (EcoNusa, 2021).

Meskipun secara kuantitatif keterlibatan pemuda dalam gerakan lingkungan tergolong tinggi, fenomena di lapangan menunjukkan bahwa partisipasi pemuda masih cenderung bersifat sporadis dan belum terlembagakan secara berkelanjutan. Banyak kegiatan konservasi yang berlangsung dalam bentuk aksi seremonial tanpa pendampingan jangka panjang, sehingga belum sepenuhnya membentuk kesadaran ekologis yang mendalam dan berkelanjutan (Servaes, 2008; Melkote & Steeves, 2015). Kondisi ini menunjukkan bahwa persoalan utama bukan hanya terletak pada jumlah pemuda yang terlibat, tetapi pada bagaimana proses komunikasi dijalankan untuk membangun kesadaran, motivasi, dan komitmen jangka panjang.

Salah satu organisasi yang memiliki peran penting dalam penguatan kapasitas pemuda di Indonesia Timur adalah Yayasan Ekosistem Nusantara Berkelanjutan (EcoNusa). EcoNusa merupakan organisasi non-pemerintah yang fokus pada isu konservasi hutan dan laut, keadilan ekologis, serta pemberdayaan masyarakat lokal di wilayah Papua, Maluku, dan Nusa Tenggara. EcoNusa menjalankan empat pilar utama, yaitu advokasi kebijakan, pendidikan publik, pemberdayaan komunitas, serta kampanye komunikasi lingkungan (EcoNusa, 2020).

Dalam upaya pemberdayaan generasi muda, EcoNusa menginisiasi Program EcoDefender sebagai gerakan pemuda lingkungan yang bertujuan membangun kesadaran ekologis, kapasitas kepemimpinan, serta kemampuan advokasi pemuda terhadap isu

lingkungan. Program ini diwujudkan melalui berbagai kegiatan seperti EcoDefender Camp, School of Eco-Diplomacy, pelatihan advokasi lingkungan, kampanye publik, serta aksi lapangan berbasis komunitas (EcoNusa, 2021).

LITERATURE REVIEW

Teori komunikasi persuasif yang dikembangkan oleh Carl Hovland menjelaskan bahwa komunikasi tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga sebagai proses yang dapat memengaruhi, membentuk, dan mengubah sikap maupun perilaku seseorang. Hovland memandang persuasi sebagai suatu proses psikologis yang berlangsung secara bertahap, di mana seorang komunikator menyampaikan pesan kepada komunikan dengan tujuan memperoleh perubahan sikap yang diharapkan. Keberhasilan komunikasi persuasif tidak hanya ditentukan oleh isi pesan, tetapi juga oleh bagaimana pesan tersebut diterima, dipahami, dipelajari, dan diingat oleh penerima pesan.

Dalam Model Hovland-Yale, proses persuasi dimulai dari penyampaian pesan oleh komunikator melalui berbagai saluran komunikasi, baik secara langsung maupun menggunakan media. Setelah menerima pesan, komunikan tidak serta-merta mengubah sikapnya, melainkan melewati beberapa tahapan yang saling berkaitan. Tahapan tersebut meliputi perhatian (*attention*), pemahaman (*comprehension*), pembelajaran (*learning*), penerimaan (*acceptance*), dan penyimpanan (*retention*). Kelima tahap tersebut menjadi dasar dalam menjelaskan bagaimana pesan persuasif mampu menghasilkan perubahan sikap. Tahap pertama adalah *attention*, yaitu ketika komunikan memberikan perhatian terhadap pesan yang diterimanya. Perhatian menjadi syarat awal keberhasilan persuasi karena seseorang cenderung hanya memproses informasi yang dianggap penting, menarik, atau relevan dengan kebutuhannya. Apabila pesan gagal menarik perhatian, maka proses persuasi tidak akan berlanjut ke tahap berikutnya.

Tahap kedua adalah *comprehension*, yaitu proses memahami makna pesan yang disampaikan. Pada tahap ini, komunikan menafsirkan isi pesan berdasarkan pengetahuan, pengalaman, dan kondisi psikologis yang dimilikinya. Pemahaman yang baik akan membantu komunikan mengetahui tujuan serta manfaat dari pesan yang diterima sehingga peluang terjadinya perubahan sikap menjadi lebih besar.

Selanjutnya adalah *learning*, yaitu proses ketika komunikan mempelajari isi pesan secara lebih mendalam. Pada tahap ini individu mulai menghubungkan informasi baru dengan pengetahuan yang telah dimiliki sehingga pesan menjadi lebih mudah dipahami dan diyakini. Setelah proses pembelajaran berlangsung, komunikan memasuki tahap *acceptance*, yaitu menerima isi pesan sebagai sesuatu yang benar atau layak untuk diikuti. Penerimaan ini menunjukkan bahwa pesan telah berhasil memengaruhi cara berpikir individu. Tahap terakhir adalah *retention*, yaitu penyimpanan informasi dalam ingatan sehingga pesan dapat dipertahankan dalam jangka waktu tertentu dan menjadi dasar bagi munculnya perilaku yang sesuai dengan tujuan persuasi. Menurut Hovland, keberhasilan komunikasi persuasif pada akhirnya ditunjukkan melalui perubahan sikap. Perubahan tersebut merupakan respons terhadap pesan yang telah diproses melalui seluruh tahapan sebelumnya. Sikap sendiri merupakan kecenderungan individu dalam memberikan penilaian, perasaan, maupun tindakan terhadap suatu objek. Oleh karena itu, sikap bersifat dinamis dan dapat berubah akibat pengalaman, informasi baru, maupun komunikasi yang efektif.

Perubahan sikap menurut Hovland dapat dipahami melalui tiga dimensi utama. Dimensi kognitif berkaitan dengan perubahan pengetahuan, keyakinan, atau cara pandang seseorang setelah menerima pesan. Dimensi afektif berhubungan dengan perubahan perasaan atau emosi, seperti munculnya rasa suka, simpati, kepedulian, atau penolakan terhadap suatu objek. Sementara itu, dimensi konatif menunjukkan adanya kecenderungan untuk bertindak atau berperilaku sesuai dengan sikap yang telah terbentuk. Ketiga dimensi tersebut saling berkaitan karena perubahan pengetahuan biasanya akan memengaruhi perasaan, yang kemudian mendorong munculnya niat maupun tindakan nyata.

Selain menjelaskan tahapan penerimaan pesan, Hovland juga mengemukakan bahwa efektivitas komunikasi dipengaruhi oleh beberapa variabel, yaitu sumber pesan atau

komunikator, karakteristik pesan, media atau saluran komunikasi, serta karakteristik penerima pesan. Faktor-faktor tersebut menentukan apakah komunikasi akan memberikan perhatian, memahami, menerima, dan menyimpan pesan yang diterimanya. Dengan demikian, komunikator perlu menyesuaikan isi pesan, cara penyampaian, dan media yang digunakan dengan kondisi serta kebutuhan audiens agar tujuan persuasi dapat tercapai secara optimal. Secara keseluruhan, teori komunikasi persuasif Carl Hovland menegaskan bahwa perubahan sikap merupakan hasil dari proses komunikasi yang berlangsung secara bertahap dan sistematis. Semakin efektif setiap tahapan dilalui oleh komunikasi, semakin besar pula peluang terjadinya perubahan pengetahuan, perasaan, dan perilaku sesuai dengan tujuan komunikasi persuasif.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena bertujuan memahami makna, proses, serta strategi komunikasi dalam konteks sosial tertentu secara mendalam (Creswell & Poth, 2018; Tracy, 2018). Melalui pendekatan ini, peneliti dapat mengeksplorasi secara komprehensif bagaimana EcoNusa membangun dan menjalankan strategi komunikasi persuasif dalam pemberdayaan pemuda melalui Program EcoDefender di Kabupaten Raja Ampat.

Waktu dan Tempat Penelitian

1. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan oleh peneliti dalam rentang waktu setelah proposal ini dibuat dengan rentang waktu 1 bulan.

2. Tempat Penelitian

Tempat penelitian yang dituju oleh peneliti dalam pengumpulan data dilaksanakan di Kampung Sawingrai, Kabupaten Raja Ampat, Papua Barat Daya.

Target/Subjek Penelitian

Target penelitian ini adalah pada komunikasi persuasif EcoNusa dalam memberdayakan pemuda melalui program EcoDefender. Fokus tersebut diarahkan pada beberapa aspek utama yaitu Strategi Komunikasi Persuasif EcoNusa, Peran EcoNusa sebagai Organisasi, Konteks budaya lokal, dan Bentuk pemberdayaan pemuda.

Data, Instrumen, dan Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data yaitu:

1. Wawancara

Wawancara dilakukan secara langsung kepada informan yang dipilih secara purposive, yaitu pihak Econusa sebagai koordinator program dan Pemuda peserta program EcoDefender di Kampung Sawingrai.

2. Observasi

Observasi dilakukan dengan cara mengamati secara langsung aktivitas Program EcoDefender, interaksi komunikasi antara EcoNusa dan pemuda, serta bentuk partisipasi pemuda dalam kegiatan konservasi. Observasi ini bersifat non-partisipatif, di mana peneliti tidak terlibat langsung dalam kegiatan, tetapi hanya mengamati.

3. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan data berupa foto, video, dan laporan kegiatan.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data kualitatif model Miles dan Huberman adalah metode interaktif yang dilakukan secara terus-menerus hingga tuntas (data jenuh). Prosesnya terdiri dari tiga alur utama yang saling berkaitan: reduksi data (merangkum, memilih, fokus), penyajian data (matriks, grafik, jaringan), dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif dengan menggunakan tahapan berikut:

1. Reduksi Data

Reduksi data dilakukan dengan cara menyeleksi, menyederhanakan, dan memfokuskan data mentah hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi sesuai dengan fokus

penelitian. Data yang tidak relevan akan dieliminasi, sedangkan data penting akan dikategorikan.

2. Penyajian Data

Data yang telah direduksi kemudian disajikan dalam bentuk narasi deskriptif, tabel, atau matriks agar mudah dipahami. Penyajian data bertujuan untuk melihat pola, hubungan antar kategori, serta makna dari fenomena yang diteliti.

3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Tahap terakhir adalah menarik kesimpulan berdasarkan temuan penelitian. Kesimpulan bersifat sementara dan akan diverifikasi secara terus-menerus dengan data di lapangan agar memiliki tingkat validitas yang tinggi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Komunikasi Persuasif EcoNusa dalam Pemberdayaan Pemuda di Kampung Sawinggrai.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan di Kampung Sawinggrai, kondisi lingkungan kampung menunjukkan potensi sumber daya alam yang sangat baik, terutama pada ekosistem laut yang menjadi sumber utama kehidupan masyarakat.

Tabel 1. Gambaran Sosial Kampung Sawinggrai

No.	Aspek	Keterangan
1	Jumlah Penduduk	276 orang, Terdiri dari masyarakat lokal dengan dominasi usia produktif (pemuda)
2	Usia	25-35
3	Laki-laki	135 Orang
4	Perempuan	141 Orang
5	Kondisi Geografis	Wilayah pesisir dengan potensi laut yang tinggi dan ekosistem terumbu karang
6	Mata Pencarian	Perikanan dan pariwisata berbasis alam
7	Kondisi Lingkungan	Lingkungan relatif terjaga dengan kesadaran masyarakat terhadap konservasi
8	Kondisi Sosial Masyarakat	Interaksi sosial kuat, menjunjung tinggi nilai Adat dan Agama serta rasa kebersamaan dan gotong royong yang kuat

Sumber: Data Diolah Kembali, 2026

Berdasarkan data dari hasil observasi, jumlah penduduk pada Kampung Sawinggrai, Distrik Meos Mansar, Kabupaten Raja Ampat adalah 276 Orang, yang terdiri dari Laki-laki 135 Orang dan Perempuan 141 Orang. Sebagian besar masyarakat menggantungkan hidup pada sektor perikanan dan pariwisata, sehingga hubungan antara masyarakat dan lingkungan pesisir sangat erat. Selain itu, struktur sosial masyarakat masih kuat, di mana interaksi antarwarga berlangsung secara intens dan nilai kebersamaan masih terjaga. Pemuda di kampung ini juga terlihat aktif dalam berbagai kegiatan sosial, meskipun keterlibatan mereka dalam kegiatan konservasi sebelumnya masih terbatas dan cenderung bergantung pada inisiatif dari pihak luar. Kondisi ini menjadi dasar penting bagi EcoNusa dalam merancang pendekatan komunikasi yang sesuai dengan karakteristik masyarakat setempat.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, proses komunikasi persuasif yang dilakukan oleh EcoNusa dalam pemberdayaan pemuda di Kampung Sawinggrai dapat dianalisis menggunakan teori perubahan sikap dari Carl Hovland. Teori ini menjelaskan bahwa keberhasilan komunikasi persuasif ditentukan oleh beberapa tahapan, yaitu perhatian (attention), pemahaman (comprehension), penerimaan (acceptance), dan perubahan sikap atau perilaku (retention). Keempat tahapan ini terlihat secara nyata dalam proses komunikasi yang dilakukan melalui Program EcoDefender, di mana pemuda tidak hanya menerima pesan, tetapi juga memahami, menyetujui, dan mengimplementasikannya dalam bentuk tindakan nyata. Model ini juga diperkuat oleh kajian komunikasi persuasif modern yang menekankan bahwa perubahan sikap terjadi melalui proses bertahap yang

melibatkan perhatian, pemrosesan pesan, dan internalisasi makna oleh komunikan (Perloff, 2017; O'Keefe, 2016).

1. Tahap Perhatian (Attention)

Pada tahap awal, EcoNusa berhasil menarik perhatian pemuda melalui strategi komunikasi langsung di lapangan yang dilakukan secara tatap muka. Pendekatan ini dilakukan dengan cara terjun langsung ke Kampung Sawinggrai sekitar satu minggu sebelum pelaksanaan kegiatan. Kegiatan tersebut tidak hanya berupa penyampaian informasi, tetapi juga interaksi langsung yang melibatkan pemuda dalam diskusi dan kegiatan awal. Dalam kajian komunikasi persuasif, perhatian (attention) merupakan tahap awal yang sangat menentukan keberhasilan komunikasi, karena tanpa adanya perhatian, pesan tidak akan diproses lebih lanjut oleh komunikan (Richard M. Perloff, 2017).

Antusiasme pemuda yang tinggi terhadap Program EcoDefender menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan mampu menarik perhatian secara efektif. Keterlibatan pemuda sejak tahap awal menjadi indikator bahwa pesan yang disampaikan berhasil menjangkau sasaran komunikasi. Selain itu, pendekatan yang bersifat partisipatif dan kontekstual juga memperkuat ketertarikan pemuda terhadap program yang dijalankan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa komunikasi tatap muka dan pendekatan partisipatif memiliki efektivitas tinggi dalam menarik perhatian audiens karena memungkinkan keterlibatan emosional dan interaksi langsung (Nan, Dahlstrom, Richards, & Rangarajan, 2015; O'Keefe, 2016).

2. Tahap Pemahaman (Comprehension)

Pada tahap pemahaman, hasil penelitian menunjukkan bahwa pemuda di Kampung Sawinggrai telah memiliki tingkat pemahaman yang baik terhadap pesan-pesan yang disampaikan. Hal ini tidak terlepas dari pengalaman sebelumnya, di mana pemuda telah mengikuti berbagai pelatihan dari pemerintah terkait lingkungan serta praktik langsung di lapangan. Dalam kajian komunikasi persuasif, tahap pemahaman (comprehension) merupakan proses ketika komunikan mulai mengolah dan menafsirkan pesan berdasarkan pengetahuan dan pengalaman yang telah dimiliki sebelumnya (Richard M. Perloff, 2017).

Ketika Program EcoDefender dilaksanakan, pesan yang disampaikan oleh EcoNusa menjadi lebih mudah dipahami karena memiliki keterkaitan dengan pengetahuan yang telah dimiliki sebelumnya. Hal ini sejalan dengan konsep bahwa efektivitas pemahaman pesan sangat dipengaruhi oleh kesesuaian antara pesan dengan pengalaman dan kerangka kognitif komunikan (Daniel J. O'Keefe, 2016). Selain itu, metode komunikasi yang dilakukan secara langsung serta adanya pelatihan tambahan seperti kerajinan, memasak, dan berkebun turut memperkuat pemahaman pemuda. Pendekatan berbasis pengalaman (experiential learning) terbukti mampu meningkatkan pemahaman karena individu belajar melalui keterlibatan langsung dalam aktivitas (Kolb & Kolb, 2017). Dengan demikian, proses komunikasi tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga aplikatif dan kontekstual.

3. Tahap Penerimaan (Acceptance)

Pada tahap penerimaan, pemuda menunjukkan sikap yang sangat positif terhadap Program EcoDefender. Hal ini terlihat dari kesediaan mereka untuk mengikuti seluruh rangkaian kegiatan serta menjalankan instruksi yang diberikan oleh pihak EcoNusa. Selain itu, adanya kerja sama yang baik antar pemuda serta sikap saling menghargai menunjukkan bahwa pesan yang disampaikan tidak hanya diterima secara individu, tetapi juga secara sosial dalam kelompok. Dalam kajian komunikasi persuasif, tahap penerimaan (acceptance) merupakan fase ketika komunikan mulai menyetujui dan menginternalisasi pesan yang diterima, yang dipengaruhi oleh kredibilitas sumber dan relevansi pesan dengan nilai yang dimiliki (Richard M. Perloff, 2017).

Penerimaan yang baik ini juga dipengaruhi oleh strategi komunikasi yang melibatkan berbagai pihak, seperti organisasi lokal, masyarakat setempat, serta lembaga keagamaan. Keterlibatan pihak-pihak tersebut memperkuat kepercayaan pemuda terhadap program yang dijalankan, sehingga mereka lebih terbuka dalam menerima dan mendukung kegiatan yang dilakukan. Hal ini sejalan dengan temuan bahwa penerimaan pesan persuasif sangat dipengaruhi oleh norma sosial dan dukungan kelompok, di mana individu cenderung menerima pesan yang selaras dengan lingkungan sosialnya (Daniel J. O'Keefe, 2016). Selain itu, pendekatan berbasis komunitas terbukti meningkatkan penerimaan karena adanya legitimasi sosial dan rasa memiliki terhadap program (Kwasnicka, Dombrowski, White, & Sniehotta,

2016). Dengan demikian, penerimaan pesan dalam penelitian ini tidak hanya bersifat kognitif, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor sosial dan kultural yang kuat.

4. Tahap Perubahan Sikap dan Perilaku (Retention)

Tahap akhir dalam proses komunikasi persuasif adalah perubahan sikap dan perilaku. Berdasarkan hasil penelitian, Program EcoDefender memberikan dampak nyata terhadap perubahan perilaku pemuda di Kampung Sawinggrai. Pemuda menjadi lebih peduli terhadap lingkungan, khususnya dalam menjaga kebersihan pesisir dan kelestarian ekosistem laut. Dalam kajian komunikasi persuasif, tahap retention merujuk pada proses di mana pesan yang telah diterima tidak hanya diingat, tetapi juga diwujudkan dalam bentuk perilaku yang berkelanjutan (Richard M. Perloff, 2017).

Selain itu, perubahan juga terlihat pada peningkatan partisipasi pemuda dalam kegiatan yang berkaitan dengan pariwisata. Lingkungan kampung yang semakin terjaga memberikan dampak positif terhadap sektor pariwisata, yang pada akhirnya juga memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa pesan yang disampaikan tidak hanya dipahami dan diterima, tetapi juga diimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa perubahan perilaku yang berkelanjutan dipengaruhi oleh keterlibatan aktif, pengalaman langsung, serta dukungan lingkungan sosial yang memperkuat praktik baru (Kwasnicka, Dombrowski, White, & Sniehotta, 2016). Selain itu, komunikasi berbasis partisipasi terbukti mampu mendorong perubahan perilaku kolektif dalam konteks pembangunan masyarakat dan konservasi lingkungan (Daniel J. O'Keefe, 2016). Dengan demikian, tahap retention dalam penelitian ini tidak hanya menunjukkan perubahan individu, tetapi juga perubahan sosial yang berdampak pada keberlanjutan lingkungan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Faktor Pendukung dan Penghambat Strategi Komunikasi Persuasif EcoNusa dalam Pemberdayaan Pemuda di Kampung Sawinggrai

Keberhasilan strategi komunikasi persuasif dalam suatu program pemberdayaan tidak hanya ditentukan oleh kualitas pesan yang disampaikan, tetapi juga dipengaruhi oleh berbagai faktor yang mendukung maupun menghambat proses komunikasi. Faktor-faktor tersebut berperan dalam menentukan sejauh mana pesan dapat diterima, dipahami, dan diimplementasikan oleh komunikan. Dalam pelaksanaan Program EcoDefender di Kampung Sawinggrai, efektivitas komunikasi persuasif EcoNusa dipengaruhi oleh kondisi sosial, karakteristik masyarakat, serta situasi lingkungan tempat program dilaksanakan.

Salah satu faktor utama yang mendukung keberhasilan komunikasi persuasif adalah terbangunnya hubungan yang baik antara EcoNusa dan masyarakat. Sebelum menjalankan program, EcoNusa terlebih dahulu membangun komunikasi melalui pendekatan interpersonal sehingga tercipta hubungan yang akrab dan saling percaya. Kepercayaan tersebut menjadi modal penting karena masyarakat cenderung lebih terbuka terhadap informasi yang disampaikan oleh pihak yang dianggap memiliki kepedulian dan komitmen terhadap kebutuhan mereka. Faktor pendukung berikutnya adalah keterlibatan berbagai unsur lokal, seperti tokoh masyarakat, organisasi Perjampat, dan gereja. Kehadiran aktor-aktor lokal membantu memperkuat penyampaian pesan karena mereka memiliki kedekatan sosial dengan masyarakat. Dukungan tersebut tidak hanya meningkatkan kredibilitas program, tetapi juga memudahkan proses penyampaian informasi serta mendorong partisipasi pemuda dalam berbagai kegiatan pemberdayaan.

Keberhasilan komunikasi juga didukung oleh isi pesan yang disesuaikan dengan kondisi masyarakat pesisir. Materi yang disampaikan berkaitan langsung dengan kehidupan sehari-hari, seperti pelestarian lingkungan, kebersihan laut, pengelolaan sumber daya alam, serta manfaat lingkungan yang terjaga bagi sektor pariwisata dan peningkatan ekonomi masyarakat. Relevansi pesan tersebut membuat masyarakat lebih mudah memahami tujuan program sekaligus menyadari manfaat yang dapat diperoleh apabila menerapkan pesan yang diterima.

EcoNusa lebih mengutamakan komunikasi tatap muka dibandingkan penggunaan media digital. Pendekatan ini memungkinkan terjadinya dialog secara langsung, pemberian penjelasan yang lebih mendalam, serta kesempatan bagi masyarakat untuk menyampaikan

pertanyaan maupun pendapat. Interaksi dua arah tersebut memperkuat hubungan emosional antara komunikator dan komunikan sehingga proses persuasi berlangsung lebih efektif. Tingginya antusiasme pemuda terhadap kegiatan lingkungan juga menjadi faktor pendukung karena menunjukkan adanya kesiapan untuk menerima informasi dan terlibat dalam program yang dilaksanakan. Di samping berbagai faktor pendukung, penelitian juga menemukan sejumlah hambatan dalam pelaksanaan komunikasi persuasif. Salah satunya adalah keterbatasan akses jaringan internet dan sarana komunikasi di Kampung Sawinggrai. Kondisi ini menyebabkan penyebaran informasi melalui media digital belum dapat dilakukan secara optimal sehingga koordinasi lebih banyak mengandalkan pertemuan langsung yang memerlukan waktu dan biaya lebih besar.

Hambatan lainnya berasal dari kondisi geografis wilayah kepulauan yang sangat dipengaruhi oleh cuaca dan kondisi laut. Gelombang tinggi maupun perubahan cuaca sering menghambat mobilitas tim EcoNusa menuju lokasi kegiatan sehingga intensitas komunikasi dengan masyarakat tidak selalu berjalan sesuai rencana. Situasi tersebut menjadi tantangan dalam menjaga kesinambungan pelaksanaan program. Selain faktor teknis, keberlanjutan partisipasi pemuda juga menjadi kendala. Meskipun sebagian besar menunjukkan antusiasme terhadap program, tidak semua peserta dapat mengikuti setiap kegiatan secara konsisten karena harus membagi waktu dengan pekerjaan, pendidikan, maupun aktivitas keluarga. Perbedaan karakteristik individu, seperti tingkat pengetahuan, pengalaman, motivasi, dan kepedulian terhadap isu lingkungan, turut memengaruhi cara setiap pemuda memahami dan merespons pesan yang disampaikan.

Secara keseluruhan, strategi komunikasi persuasif EcoNusa di Kampung Sawinggrai dipengaruhi oleh perpaduan antara faktor pendukung dan faktor penghambat. Kedekatan sosial, keterlibatan aktor lokal, relevansi pesan, komunikasi tatap muka, serta partisipasi pemuda menjadi kekuatan utama dalam mendukung keberhasilan program. Sementara itu, keterbatasan infrastruktur komunikasi, kondisi geografis, keberlanjutan partisipasi, dan perbedaan karakteristik individu menjadi tantangan yang perlu diantisipasi. Meskipun demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa EcoNusa mampu mengoptimalkan berbagai faktor pendukung sehingga komunikasi persuasif yang dilakukan berhasil meningkatkan kesadaran, membentuk sikap positif, serta mendorong partisipasi pemuda dalam upaya pelestarian lingkungan dan pemberdayaan masyarakat.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Strategi komunikasi persuasif yang dilakukan oleh EcoNusa dalam pemberdayaan pemuda melalui Program EcoDefender di Kabupaten Raja Ampat dilaksanakan melalui komunikasi tatap muka yang bersifat partisipatif, kontekstual, dan berbasis kedekatan sosial dengan masyarakat. Strategi tersebut dilakukan dengan melibatkan pemuda secara langsung dalam kegiatan lingkungan, pelatihan, serta aktivitas pemberdayaan yang berkaitan dengan konservasi dan pariwisata. Komunikasi persuasif EcoNusa juga didukung oleh penggunaan pesan yang sederhana, relevan dengan kehidupan masyarakat pesisir, serta disampaikan melalui pendekatan emosional, motivasional, dan pengalaman langsung di lapangan. Berdasarkan teori perubahan sikap Carl Hovland, strategi komunikasi yang dilakukan berhasil melalui tahapan perhatian, pemahaman, penerimaan, hingga perubahan sikap dan perilaku pemuda terhadap kepedulian lingkungan dan partisipasi dalam kegiatan pemberdayaan.

Saran

EcoNusa diharapkan dapat mempertahankan pendekatan komunikasi tatap muka dan partisipatif dalam pelaksanaan Program EcoDefender karena terbukti mampu membangun kedekatan sosial serta meningkatkan keterlibatan pemuda dalam kegiatan pemberdayaan lingkungan. Selain itu, EcoNusa perlu memperluas pemanfaatan media komunikasi yang lebih fleksibel untuk mengatasi hambatan geografis dan keterbatasan jaringan di wilayah kepulauan agar penyebaran informasi program dapat berjalan lebih efektif dan berkelanjutan.

Pemuda di Kampung Sawinggrai diharapkan dapat mempertahankan partisipasi aktif dalam kegiatan konservasi lingkungan dan pemberdayaan masyarakat yang telah dibangun melalui Program EcoDefender. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian mengenai komunikasi persuasif dalam pemberdayaan masyarakat dengan

menggunakan pendekatan atau teori komunikasi lainnya agar dapat memberikan perspektif yang lebih luas mengenai strategi komunikasi organisasi lingkungan di wilayah pesisir dan kepulauan.

Reference

Books

- Adhuri, D. S. (2018). *Selling the sea, fishing for power: A study of conflict over marine tenure in Kei Islands, Eastern Indonesia*. ANU Press.
- Andrews, R. (2020). *Argumentation in Higher Education: Improving Practice Through Theory and Research*. Routledge.
- Adler, R. B., Rodman, G., & DuPré, A. (2020). *Understanding human communication* (14th ed.). Oxford University Press.
- Benoit, P. J., & Benoit, W. L. (2020). *Persuasive messages: The process of influence* (3rd ed.). Wiley-Blackwell.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- DeVito, J. A. (2019). *The interpersonal communication book* (15th ed.). Pearson.
- Eagly, A. H., & Chaiken, S. (2016). *The psychology of attitudes*. Routledge.
- Kriyantono, R. (2019). *Public relations writing*. Jakarta: Kencana.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2017). *Theories of human communication* (11th ed.). Waveland Press.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2018). *Theories of human communication* (11th ed.). Long Grove, IL: Waveland Press.
- Maio, G. R., & Haddock, G. (2019). *The psychology of attitudes and attitude change* (2nd ed.). SAGE Publications.
- Manyozo, L. (2019). *Media, communication and development: Three approaches*. SAGE Publications.
- Merriam, S. B., & Tisdell, E. J. (2016). *Qualitative research: A guide to design and implementation* (4th ed.). Jossey-Bass.
- O'Keefe, D. J. (2016). *Persuasion: Theory and research* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Perloff, R. M. (2017). *The dynamics of persuasion: Communication and attitudes in the 21st century* (6th ed.). Routledge.
- Ruslan, R. (2016). *Manajemen public relations dan media komunikasi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Toulmin, S. (2003). *The Uses of Argument*. Cambridge University Press.
- Tracy, S. J. (2020). *Qualitative research methods* (2nd ed.). Wiley-Blackwell.
- Waisbord, S. (2018). Family tree of theories, methodologies and strategies in development communication. In *Handbook of Communication for Development and Social Change*. Springer.
- West, R., & Turner, L. H. (2018). *Introducing communication theory: Analysis and application* (6th ed.). New York: McGraw-Hill.
- West, R., & Turner, L. H. (2021). *Introducing communication theory: Analysis and application* (7th ed.). McGraw-Hill Education.

Journals

- Amanah, S. (2020). Komunikasi partisipatif dalam pembangunan masyarakat pesisir. *Jurnal Penyuluhan*, 16(2), 187–198.
<https://journal.ipb.ac.id/index.php/jupe/article/view/33012>
- Bizer, G. Y., & Petty, R. E. (2019). Attitudes and persuasion. *Noba Project: Psychology*.
- Checkoway, B., & Aldana, A. (2013). Four forms of youth participation for diverse democracy. *Children and Youth Services Review*, 35(11), 1894–1899.
- Craig, R. T. (2021). Communication theory as a field (revisited perspective).
- Chen, G. M. (2020). Intercultural communication revisited.
- Eisend, M. (2018). Explaining the impact of humor in advertising: A meta-analysis. *Journal of Advertising*, 47(2), 164–181.

- Febrianti, R., & Gustiani, E. (2021). Strategi komunikasi LSM dalam pemberdayaan masyarakat pesisir. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 19(1), 88–102.
<https://journal.ipb.ac.id/index.php/jurnalkmp/article/view/35421>
- Glaser, M., Radjawali, I., & Ferse, S. C. A. (2018). Managing coastal–marine social-ecological systems in Indonesia. *Marine Policy*, 96, 47–56.
- Hasanudin, A., & Shasrini, T. (2025). Komunikasi persuasif komunitas Pondok Belantara Adventure Riau dalam mengampanyekan isu lingkungan. *Al-Itfahol: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 6(1), 19–42.
- Hasibuan, N., et al. (2024). Public education through communication campaigns in increasing recycling participation. *Jurnal Pemberdayaan*, 8(3), 144–149.
- Hoegh-Guldberg, O. (2017). Impacts of climate change on World Heritage coral reefs: A first global scientific assessment (World Heritage Centre/NOAA).
- Jennings, L. B., et al. (2019). Toward a critical social theory of youth empowerment. *Journal of Community Practice*, 27(3–4), 229–246.
- Kim, S., & Kim, J. (2021). The role of experiential evidence in persuasive communication. *Journal of Communication Research*.
- Kolb, A. Y., & Kolb, D. A. (2017). Experiential learning theory as a guide for experiential educators in higher education. *Experiential Learning & Teaching in Higher Education*, 1(1), 7–44.
- Kwasnicka, D., Dombrowski, S. U., White, M., & Sniehotta, F. (2016). Theoretical explanations for maintenance of behaviour change: A systematic review. *Health Psychology Review*, 10(3), 277–296.
- Ratriyana, I. N., Setiawan, L. D., & Yudarwati, G. A. (2022). Development communication for youth empowerment in renewable energy projects. *Asian Journal of Communication*, 32(4), 290–308.
- Mirawati. (2021). Komunikasi simbolik dalam pemberdayaan masyarakat. *Jurnal Komunikasi*.
- Nabi, R. L. (2016). Emotional flow in persuasive health messages. *Health Communication*, 31(9), 1150–1159.
- Nan, X., Dahlstrom, M. F., Richards, A., & Rangarajan, S. (2015). Influence of evidence type and narrative type on HPV risk perception and intention to obtain the HPV vaccine. *Health Communication*, 30(3), 301–308.
- Nasution, Z., & Sihombing, S. O. (2020). Environmental communication and public participation in Indonesia. *Jurnal Komunikasi ISKI*, 5(2), 123–135.
- Prasetyo, B., & Lestari, E. (2021). Komunikasi lingkungan dalam konservasi laut. *Jurnal Komunikasi Lingkungan*, 5(2), 67–79.
<https://journal.ui.ac.id/jkl/article/view/14235>
- Purnamasari, D., & Tirta, A. (2024). Peran kredibilitas komunikator dalam komunikasi persuasif berbasis komunitas. *Jurnal Komunikasi Indonesia*.
- Putri, A. D., & Nugroho, C. (2022). Peran komunikasi organisasi dalam program pemberdayaan masyarakat. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 10(1), 1–12.
<https://jurnal.unpad.ac.id/jkk/article/view/38214>
- Rachmawati, I., & Aji, B. S. (2023). Strategi komunikasi persuasif dalam pemberdayaan pemuda. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 21(2), 145–160.
<https://journal.ugm.ac.id/jik/article/view/78912>
- Satria, A., & Matsuda, Y. (2015). Decentralization of fisheries management in Indonesia. *Marine Policy*, 43, 282–290.
- Tannenbaum, M. B., et al. (2015). Appealing to fear: A meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 141(6), 1178–1204.
- Widiarti, R., et al. (2025). Enhancement of community perception and participation in sustainable coral reef management. *Frontiers in Marine Science*, 12.
- Wong, N. T., Zimmerman, M. A., & Parker, E. A. (2018). A typology of youth participation and empowerment. *American Journal of Community Psychology*, 46(1–2), 100–114.
- Website**
- Badan Pusat Statistik. (2025). Statistik pemuda Indonesia 2025. Badan Pusat Statistik.
<https://www.bps.go.id>
- EcoNusa. (2023). Tentang EcoNusa.

<https://econusa.id>

EcoNusa. (2023). Program EcoDefender.

<https://econusa.id/id/ecodefender>

EcoNusa. (2024). Laporan tahunan EcoNusa.

<https://econusa.id/id/laporan-tahunan>

KLHK arusutamakan langkah adaptasi perubahan iklim di pesisir —
<https://www.antaranews.com/berita/2379750/klhk-arusutamakan-langkah-adaptasi-perubahan-iklim-di-pesisir>

UNESCO. (2023). School of Eco-Diplomacy.

<https://www.unesco.org/en/articles/school-eco-diplomacy>

WWF. (2024). Raja Ampat biodiversity. WWF.
https://wwf.panda.org/discover/knowledge_hub/where_we_work/coraltriangle/coraltriangle-facts/places/rajaampatindonesia