

## Tantangan Terbesar dalam Pembangunan Berkelanjutan: Upaya Meningkatkan Kesadaran Lingkungan yang Rendah di Kalangan Masyarakat di Kota DKI Jakarta

### *The Biggest Challenge in Sustainable Development: Efforts to Increase Low Environmental Awareness among the Community in the City of DKI Jakarta*

Heikelindra Kurniawan<sup>1</sup>, Reza Umamah<sup>2</sup>, Nesya Zuhrah<sup>3</sup>, Vina Mahdalena<sup>4</sup>

<sup>1,4</sup>Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, Indonesia  
E-mail: [vinamahdalena@upnvj.ac.id](mailto:vinamahdalena@upnvj.ac.id)

---

Artikel Info	ABSTRAK
Diterima: 22 Juni 2024 Disetujui: 16 Juli 2024 Diterbitkan: 30 September 2024  <b>Hal. 29-37</b>	Pembangunan berkelanjutan merupakan tujuan global yang menghadapi banyak tantangan, terutama di kota-kota besar seperti wilayah metropolitan Jakarta di Indonesia. Salah satu tantangan terbesarnya adalah rendahnya kesadaran masyarakat terhadap lingkungan. Artikel ini mengkaji penerapan teori difusi inovasi yang diperkenalkan oleh Everett Rogers sebagai pendekatan untuk meningkatkan kesadaran dan perilaku lingkungan di wilayah metropolitan Jakarta. Dengan mengidentifikasi inovasi ramah lingkungan, mengenali kelompok sasaran dan menerapkan strategi komunikasi yang tepat, perilaku masyarakat harus diubah menuju gaya hidup yang lebih berkelanjutan. Strategi ini mencakup komunikasi pribadi, pendidikan dan informasi, demonstrasi dan eksperimen. Selain itu, dukungan dan pelatihan, serta memperoleh umpan balik, merupakan bagian penting dari proses adopsi dan implementasi. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pendekatan difusi inovasi dapat menjadi solusi efektif untuk meningkatkan kesadaran lingkungan di wilayah metropolitan Jakarta. Penerapan model ini memerlukan kolaborasi antara pemerintah, sektor swasta, LSM, dan masyarakat. Keberhasilan inisiatif-inisiatif ini diharapkan tidak hanya memperbaiki kondisi lingkungan kota, namun juga membantu mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan yang lebih luas di Indonesia.
<b>Kata Kunci:</b>  Pembangunan Berkelanjutan; Kesadaran Lingkungan; Difusi Inovasi; DKI Jakarta; Perubahan Perilaku; Strategi Komunikasi.	
<b>Keywords:</b>  <i>Sustainable Development; Environmental Awareness; Diffusion of Innovation; DKI Jakarta; Behavior Change; Communication Strategy.</i>	<b>ABSTRACT</b>  <i>Sustainable development is a global goal that faces many challenges, especially in large cities such as the Jakarta metropolitan area in Indonesia. One of the biggest challenges is the low level of public awareness of the environment. This article examines the application of the diffusion of innovation theory introduced by Everett Rogers as an approach to increasing environmental awareness and behavior in the Jakarta metropolitan area. By identifying environmentally friendly innovations, recognizing target groups and implementing appropriate communication strategies, people's behavior must be changed towards a more sustainable lifestyle. This strategy includes personal communication, education and information, demonstration and experimentation. Additionally, support and</i>

---

---

*training, as well as obtaining feedback, are important parts of the adoption and implemetation process. This research concludes thnat the innovation diffusion approach can be an effective solution for increasing environmental awareness in the Jakarta metropolitan area. Implementing this model requires collaboration between government, the private sector, NGOs and the community. It is hoped that the success of these initiatives will not only improve the city's environmental conditions, but also help achieve broader sustainable development goals in Indonesia.*

---

## **PENDAHULUAN**

Pembangunan berkelanjutan telah menjadi sorotan utama di era modern ini, menjadi landasan bagi upaya membangun masa depan yang lebih baik bagi generasi mendatang. Di tengah-tengah kebutuhan akan pertumbuhan ekonomi dan perkembangan infrastruktur, kesadaran akan pentingnya menjaga lingkungan juga semakin mendesak. Namun, di balik cita-cita mulia ini, terdapat tantangan besar yang harus dihadapi, terutama di kota-kota besar seperti DKI Jakarta, Indonesia.

Salah satu tantangan utama dalam pembangunan berkelanjutan adalah kesadaran lingkungan yang rendah di kalangan masyarakat. Meskipun telah terjadi peningkatan dalam pengetahuan tentang isu-isu lingkungan, namun implementasi dan tindakan nyata masih seringkali terhambat oleh berbagai faktor, baik itu faktor ekonomi, sosial, budaya, maupun kebijakan. Provinsi DKI Jakarta menjadi salah satu pusat ekonomi dan politik Indonesia, menjadi cerminan dari kompleksitas tantangan pembangunan berkelanjutan.

Di tengah kepadatan penduduk, pertumbuhan ekonomi yang pesat, dan mobilitas tinggi, lingkungan kota seringkali menjadi korban. Polusi udara, kebisingan, kerusakan ekosistem, dan masalah sampah menjadi ancaman nyata yang harus segera diatasi. Pemilihan tema “Tantangan Terbesar dalam Pembangunan Berkelanjutan: Upaya Meningkatkan Kesadaran Lingkungan yang Rendah di Kalangan Masyarakat di Kota DKI Jakarta, Indonesia” didasarkan pada beberapa pertimbangan yang penting. Pertama-tama, DKI Jakarta adalah pusat kegiatan ekonomi, politik, dan sosial di Indonesia. Sebagai pusat kegiatan ini, Jakarta memiliki dampak yang besar terhadap lingkungan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, menjadi penting untuk memahami bagaimana kesadaran lingkungan di kalangan masyarakat Jakarta memengaruhi upaya pembangunan berkelanjutan.

Kedua, kesadaran lingkungan yang rendah di kalangan masyarakat Jakarta menjadi salah satu hambatan utama dalam mencapai pembangunan berkelanjutan. Fenomena ini tercermin dalam berbagai aspek kehidupan sehari-hari, mulai dari polusi udara dan limbah, hingga kerusakan ekosistem alam di sekitar wilayah metropolitan ini. Oleh karena itu, mendalami akar permasalahan ini menjadi krusial untuk merumuskan solusi yang efektif.

Mengangkat tema kesadaran lingkungan yang rendah di kalangan masyarakat Jakarta dalam konteks pembangunan berkelanjutan adalah penting karena beberapa alasan. Pertama, pembangunan berkelanjutan tidak hanya tentang pertumbuhan ekonomi, tetapi juga tentang keberlanjutan lingkungan. Tanpa kesadaran lingkungan yang tinggi di kalangan masyarakat, upaya untuk mewujudkan pembangunan berkelanjutan akan sulit dicapai. Kedua, kesadaran lingkungan yang rendah juga mencerminkan kurangnya pemahaman akan pentingnya pelestarian lingkungan di kalangan masyarakat. Dengan mengangkat tema ini, kita dapat meningkatkan pemahaman masyarakat tentang dampak aktivitas manusia terhadap lingkungan serta pentingnya menjaga keseimbangan ekosistem.

Komunikasi pembangunan memainkan peran penting dalam merancang strategi untuk meningkatkan kesadaran lingkungan di kalangan masyarakat. Melalui komunikasi yang efektif, informasi tentang pentingnya pelestarian lingkungan dan cara-cara untuk melakukan praktik berkelanjutan dapat disampaikan secara lebih luas dan mudah dipahami oleh masyarakat. Selain itu,

tema kesadaran lingkungan yang rendah juga terkait erat dengan perubahan sosial. Dalam konteks ini, perubahan sosial menuju masyarakat yang lebih peduli lingkungan memerlukan upaya kolaboratif dari berbagai pihak, termasuk pemerintah, lembaga swadaya masyarakat, sektor swasta, dan masyarakat umum. Oleh karena itu, pemahaman mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kesadaran lingkungan di kalangan masyarakat Jakarta menjadi kunci untuk merancang strategi komunikasi dan program pembangunan yang efektif.

Pada penelitian sebelumnya, telah terdapat beberapa hasil yang relevan dengan tema ini. Misalnya, penelitian tentang faktor faktor yang mempengaruhi perilaku pro environmental di perkotaan, analisis terhadap efektivitas program-program pemerintah dalam meningkatkan kesadaran lingkungan, dan penelitian tentang pola komunikasi yang efektif untuk menyampaikan pesan-pesan lingkungan kepada masyarakat perkotaan.

Hasil-hasil penelitian ini dapat menjadi landasan penting untuk memperdalam pemahaman kita tentang kesadaran lingkungan di kalangan masyarakat Jakarta dan merumuskan strategi yang lebih efektif dalam meningkatkan kesadaran tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam mengenai akar permasalahan kesadaran lingkungan yang rendah di kalangan masyarakat DKI Jakarta. Melalui pendekatan kualitatif dan kuantitatif, kami akan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kesadaran lingkungan, serta upaya-upaya yang telah dan sedang dilakukan untuk meningkatkannya.

Selain itu, penelitian ini juga akan mengeksplorasi potensi solusi dan strategi yang dapat diterapkan untuk mengatasi tantangan ini secara efektif. Dengan melibatkan berbagai pemangku kepentingan, termasuk pemerintah, lembaga non pemerintah, akademisi, dan masyarakat sipil, kami berharap dapat merumuskan rekomendasi yang konkret dan berkelanjutan bagi pembangunan berkelanjutan di DKI Jakarta. Melalui pemahaman mendalam tentang akar permasalahan dan potensi solusi yang ada, diharapkan penelitian ini dapat memberikan sumbangan yang signifikan dalam upaya menciptakan kesadaran lingkungan yang lebih tinggi di kalangan masyarakat DKI Jakarta. Dengan demikian, penelitian ini bukan hanya akan memberikan kontribusi dalam memahami tantangan terbesar dalam pembangunan berkelanjutan di Jakarta, tetapi juga dalam merancang solusi yang dapat mengatasi tantangan ini melalui pendekatan komunikasi pembangunan dan perubahan sosial yang efektif.

Fenomena kesadaran lingkungan yang masih rendah di kalangan masyarakat Kota DKI Jakarta, Indonesia, mencerminkan realitas kompleks dari sebuah megapolitan yang memiliki tantangan unik terkait pembangunan berkelanjutan. Jakarta, sebagai salah satu kota terpadat di dunia, memperlihatkan karakteristik masyarakat yang beragam serta memiliki pola perilaku yang mempengaruhi lingkungan secara signifikan. Dalam menelaah permasalahan ini, penting untuk memahami karakteristik masyarakat Jakarta dalam konteks geografis dan demografis.

Secara geografis, Jakarta terletak di daerah pesisir utara Pulau Jawa, menjadikannya rentan terhadap masalah-masalah lingkungan seperti banjir, penurunan permukaan tanah (*subsidence*), dan pencemaran air laut. Di sisi lain, pertumbuhan populasi yang cepat serta urbanisasi yang tinggi telah menciptakan tekanan besar terhadap sumber daya alam dan infrastruktur kota. Demografis masyarakat Jakarta terdiri dari berbagai lapisan sosial, ekonomi, dan budaya. Ada kesenjangan yang signifikan antara penduduk perkotaan yang tinggal di daerah padat penduduk dengan akses terbatas terhadap layanan dasar seperti air bersih dan sanitasi, dan penduduk perkotaan yang lebih mampu secara ekonomi. Karakteristik ini mempengaruhi pola konsumsi dan perilaku lingkungan masyarakat.



## GINI RATIO DKI JAKARTA DAN NASIONAL MENINGKAT



**Gambar 1.** Gini Ratio DKI Jakarta dan Nasional (Sumber: Rachman. F, 2023)

Data dari literatur menunjukkan bahwa tingkat kesadaran lingkungan di kalangan masyarakat Jakarta masih relatif rendah. Survei-survei menunjukkan bahwa hanya sebagian kecil dari penduduk Jakarta yang secara aktif terlibat dalam praktik-praktik berkelanjutan seperti pengelolaan sampah, penggunaan transportasi ramah lingkungan, atau konservasi energi. Faktor faktor seperti kurangnya pemahaman tentang pentingnya pelestarian lingkungan, kurangnya akses terhadap informasi yang relevan, dan kebiasaan konsumsi yang tidak berkelanjutan menjadi penyebab utama dari rendahnya kesadaran ini.

Selain itu, hasil observasi juga menunjukkan bahwa pola perilaku konsumtif dan kurangnya kesadaran akan dampak lingkungan juga terlihat dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Jakarta. Misalnya, penggunaan plastik sekali pakai yang berlebihan, pembakaran sampah di tempat terbuka, dan penggunaan kendaraan pribadi yang menyebabkan kemacetan dan polusi udara. Hal ini mencerminkan tantangan nyata dalam menciptakan perubahan perilaku menuju pola hidup yang lebih berkelanjutan. Dengan menggali data dari berbagai sumber, baik literatur maupun hasil observasi langsung, gambaran permasalahan yang dihadapi masyarakat Jakarta terkait kesadaran lingkungan menjadi semakin jelas. Dengan pemahaman yang lebih mendalam tentang karakteristik masyarakat dan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku mereka, langkah-langkah strategis dapat dirumuskan untuk meningkatkan kesadaran lingkungan dan mendorong perubahan sosial yang lebih berkelanjutan. Dalam mengatasi permasalahan rendahnya kesadaran lingkungan di kalangan masyarakat Jakarta, diperlukan pendekatan komunikasi pembangunan yang efektif serta strategi perubahan sosial yang menyeluruh.

Salah satu model komunikasi pembangunan yang dapat diterapkan adalah model AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*), yang secara bertahap mengarahkan masyarakat untuk meningkatkan kesadaran dan mengambil tindakan konkrit terhadap isu lingkungan dengan teori *Diffusion of Innovation* oleh Everett Rogers. Perlu dilakukan upaya untuk menarik perhatian masyarakat Jakarta terhadap isu lingkungan. Ini dapat dilakukan melalui kampanye-kampanye publik, acara-acara edukasi, dan pemanfaatan media massa yang memperoleh perhatian luas. Misalnya, mengadakan festival lingkungan, seminar seminar tentang dampak perubahan iklim, atau membuat iklan-iklan kreatif yang membangkitkan kesadaran akan pentingnya pelestarian lingkungan. Setelah berhasil menarik perhatian masyarakat, langkah berikutnya adalah membangun minat dan keinginan untuk berpartisipasi dalam upaya pelestarian lingkungan.

Hal ini bisa dilakukan melalui penyuluhan, *workshop*, dan program-program edukasi yang memperlihatkan manfaat positif dari tindakan berkelanjutan. Contohnya, menyelenggarakan

pelatihan pengelolaan sampah organik, mengajak masyarakat untuk mengunjungi tempat tempat konservasi alam, atau memberikan insentif bagi mereka yang menggunakan transportasi ramah lingkungan. Diperlukan langkah langkah konkret untuk mengubah keinginan menjadi tindakan nyata. Pemerintah dapat memberikan insentif kepada masyarakat yang mengadopsi gaya hidup berkelanjutan, seperti pengurangan pajak untuk rumah yang menggunakan energi terbarukan, atau diskon untuk pengguna transportasi publik.

Selain itu, pemerintah juga dapat memberikan sanksi kepada pelanggar-pelanggar aturan lingkungan, sebagai upaya untuk mendorong kepatuhan terhadap regulasi lingkungan. Dalam hal perubahan sosial, penting untuk membangun kesadaran kolektif dan nilai-nilai sosial yang menghargai lingkungan. Ini dapat dilakukan melalui pendidikan lingkungan di sekolah-sekolah, penyuluhan di masyarakat, dan kampanye kampanye sosial yang melibatkan berbagai pihak. Misalnya, mengadakan kompetisi antar sekolah untuk proyek-proyek lingkungan, mengajak komunitas-komunitas lokal untuk melakukan kegiatan reboisasi, atau memperkuat kerjasama antara pemerintah, perusahaan, dan LSM dalam upaya pelestarian lingkungan.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini akan menggunakan metode penelitian kualitatif, yang bersifat deskriptif dan memanfaatkan teori sebagai panduan untuk memberikan gambaran umum tentang konteks penelitian serta untuk membahas hasil penelitian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kajian pustaka, yang berarti mengumpulkan dan menganalisis data dari sumber pustaka seperti buku atau jurnal (Hatch, 2002). Menurut Kartini Kartono (1986) dalam bukunya yang berjudul "Pengantar Metodologi Research Social," penelitian pustaka bertujuan untuk mengumpulkan data dan informasi dengan memanfaatkan beragam materi yang ada di perpustakaan. Data yang terkumpul kemudian digunakan sebagai dasar dan alat utama bagi penelitian lapangan. Penelitian pustaka melibatkan pengambilan data dari berbagai sumber relevan yang berkaitan dengan topik yang dipilih.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Difusi Inovasi**

Proses menganalisis dan membahas permasalahan rendahnya kesadaran lingkungan di kalangan masyarakat Jakarta, salah satu teori komunikasi pembangunan yang dapat diterapkan adalah teori *Diffusion of Innovation* oleh Everett Rogers. Teori ini menyatakan bahwa inovasi atau perubahan akan menyebar melalui suatu masyarakat dalam pola tertentu, dimulai dari sekelompok kecil yang disebut inovator dan diikuti oleh kelompok-kelompok lainnya seperti *early adopters*, *early majority*, *late majority*, dan *laggards*. Dalam konteks kesadaran lingkungan, teori ini dapat memberikan wawasan tentang bagaimana informasi dan perubahan perilaku terkait lingkungan akan disebarkan dan diterima oleh masyarakat Jakarta.

Difusi inovasi merujuk pada konsep gabungan dari dua kata, yaitu "difusi" dan "inovasi". Difusi mengacu pada proses penyebaran informasi baru seperti budaya, kebiasaan, ide, atau gagasan ke dalam suatu kelompok masyarakat. Di sisi lain, inovasi menggambarkan ide, gagasan, produk, atau cara baru yang dianggap sebagai sesuatu yang baru oleh individu atau kelompok dalam masyarakat. Dalam pengertian yang lebih sederhana, difusi inovasi adalah cara untuk mengenalkan ide-ide baru yang dapat membantu menyelesaikan berbagai masalah atau permasalahan yang ada. Tujuan utama dari difusi inovasi adalah untuk memastikan bahwa ide atau inovasi baru, terlepas dari bidangnya seperti ilmu pengetahuan, teknologi, atau pembangunan masyarakat, dapat diterima dan diadopsi oleh anggota masyarakat dalam suatu lingkungan sosial tertentu (Rogers, Everett M. And Kincaid, 1981).

Proses penyelesaian permasalahan rendahnya kesadaran lingkungan dapat dimulai dengan mengidentifikasi inovator atau kelompok-kelompok yang sudah memiliki kesadaran tinggi terhadap lingkungan. Misalnya, kelompok aktivis lingkungan, organisasi non-pemerintah, atau perusahaan-perusahaan yang telah menerapkan praktik-praktik berkelanjutan. Kelompok-kelompok inovator ini

dapat menjadi agen perubahan yang memperkenalkan ide-ide dan praktik-praktik baru kepada masyarakat luas.

### ***Early Adopters/Kelompok yang Terbuka***

Selanjutnya, *early adopters* atau kelompok-kelompok yang cenderung membuka diri terhadap inovasi juga dapat dilibatkan dalam menyebarkan informasi dan praktik-praktik berkelanjutan. Pemerintah, lembaga pendidikan, dan media massa dapat berperan penting dalam memperkuat penyebaran pesan-pesan lingkungan kepada masyarakat luas. Misalnya, melalui kampanye-kampanye publik, program program pendidikan lingkungan di sekolah, dan konten-konten edukatif di media massa. Selain itu, kelompok ini mengikuti para inovator dalam mengadopsi inovasi. Mereka inilah yang memiliki pengaruh sosial yang kuat dan dihormati oleh masyarakat.

### ***Early Majority***

*Early majority* yang merupakan kelompok yang sebagian besar dari populasi yang mengadopsi inovasi setelah sebagian besar telah melakukannya. Mereka lebih hati-hati dan memperhatikan bukti kesuksesan inovasi sebelum menerimanya. Mereka berperan sebagai penghubung antara kelompok yang pertama kali menerima ide baru dan kelompok yang cenderung ragu-ragu. Salah satu alasan mengapa kelompok *Early Majority* penting adalah karena jumlahnya yang besar dalam populasi. Berdasarkan penelitian, kelompok ini biasanya mencakup sekitar 34% dari total populasi. Dalam hal memberdayakan masyarakat di pedesaan, kelompok ini memiliki peran yang sangat penting dalam mendorong perubahan.

### ***Late Majority***

*Late majority*, yaitu kelompok kelompok yang cenderung mengikuti tren dan menerima inovasi setelah adanya bukti keberhasilan, dapat terlibat melalui pendekatan yang lebih konkret dan praktis. Pemerintah dapat memberikan insentif ekonomi bagi masyarakat yang menerapkan praktik berkelanjutan, seperti diskon pajak atau subsidi untuk teknologi ramah lingkungan. Perusahaan-perusahaan juga dapat memainkan peran penting dengan mengadopsi praktik-praktik bisnis yang bertanggung jawab secara lingkungan.

Kelompok *Late Majority* memiliki peran penting dalam mengatasi tantangan pemberdayaan masyarakat. Meskipun mereka cenderung ragu terhadap perubahan, dengan pendekatan yang tepat, mereka memiliki potensi untuk aktif dalam program pemberdayaan. Biasanya, peran kelompok ini berkaitan dengan melaksanakan program yang memperkenalkan teknologi baru atau meningkatkan produktivitas. Contoh nyata dari peran kelompok *Late Majority* dalam pemberdayaan masyarakat desa adalah dalam program pengembangan ekonomi lokal. Mereka dapat dilibatkan dalam pelatihan keterampilan yang relevan dengan potensi ekonomi di desa. Dengan demikian, mereka dapat mempelajari keterampilan baru dan meningkatkan produktivitas mereka. Ini akan berdampak positif pada ekonomi desa secara keseluruhan.

### ***Laggards***

Terakhir ialah *laggards* atau kelompok-kelompok yang paling lambat menerima perubahan, dapat didorong melalui pendekatan yang lebih persuasif dan individual. Program-program penyuluhan, kunjungan lapangan, dan dukungan sosial dari komunitas-komunitas lokal dapat membantu menarik partisipasi dari kelompok-kelompok ini agar dapat lebih cepat berinovasi. *Laggards* ini merupakan kelompok yang lebih suka menggunakan produk yang sudah mereka kenal dan percaya, dan jarang mau mencoba produk baru karena takut akan risiko. Mereka juga lebih sering berbicara dan mendengarkan pendapat dari teman atau anggota keluarga terdekat, bukan dari orang-orang yang sering memberi pengaruh atau mengadopsi teknologi baru lebih awal. Baik *Early Adopters*, *Early Majority*, *Late Majority*, maupun *Laggards* secara keseluruhan merupakan bagian dari teori difusi inovasi yang memberikan kerangka kerja untuk memahami bagaimana ide baru

diterima dan menyebar di masyarakat atau kelompok-kelompok tertentu.

Konsep kategori-kategori penerima, proses penyebaran, dan faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan membantu perusahaan, orang yang menciptakan ide baru, dan pengambil keputusan dalam merancang strategi yang lebih efektif untuk memperkenalkan ide baru ke pasar atau masyarakat. Era digital telah menjadi faktor utama yang mempercepat dan mengubah cara ide baru diadopsi oleh masyarakat secara mendasar. Perubahan ini telah mengubah cara kita melihat proses penyebaran ide dengan memperluas akses informasi, meningkatkan konektivitas global, dan mempercepat laju perubahan teknologi. Salah satu hasil yang paling terlihat dari era digital adalah percepatan laju penyebaran ide baru, di mana ide-ide baru dapat mencapai pasar dengan cepat dan menyebar lebih luas daripada sebelumnya.

### **Kampanye Pengurangan Penggunaan Plastik di DKI Jakarta**

Hasil riset perusahaan pengelola sampah, Waste4Change, menemukan bahwa sebagian besar sampah plastik fleksibel di DKI Jakarta tak didaur ulang dan berakhir di tempat pembuangan akhir (TPA). Sampah plastik dinilai memiliki peran besar dalam isu pencemaran sungai di Indonesia. Hasil riset Waste4Change di 5 kotamadya DKI Jakarta, menemukan bahwa 87,52% atau 244,72 ton timbunan sampah plastik fleksibel per hari masih berakhir di TPA. Selain itu hasil riset Waste4Change juga menunjukkan hanya 2,99% sampah plastik fleksibel yang didaur ulang, sisanya sebesar 0,78% diproses di pembangkit listrik tenaga sampah (PLTSA), dan 8,72% tidak terkelola.

Plastik fleksibel adalah jenis plastik yang paling sulit untuk didaur ulang. Alur material sampah plastik fleksibel di Jakarta yaitu monolayer, gabungan multilayer plastik dan logam, multilayer plastik dan plastik, serta multilayer plastik dan kertas. Beberapa timbunan sampah plastik fleksibel yang saat ini sudah memiliki nilai di pasar daur ulang antara lain beberapa jenis monolayer tertentu seperti kantong plastik dan jenis multilayer plastik-plastik tertentu seperti kemasan refill minyak goreng. (Fajrian and Katadata.co.id).

### **Solusi Pendekatan Model Komunikasi Difusi Inovasi Melawan Kesadaran Masyarakat Terhadap Lingkungan**

#### **Identifikasi Inovasi Lingkungan**

Identifikasi Inovasi Lingkungan yang dapat menjadi solusi seperti berikut;

- a. Produk alternatif tas belanja ramah lingkungan, botol minum yang dapat digunakan kembali, sedotan logam atau bambu.

#### **Kenali Audiens Target**

Setelah dilakukan identifikasi inovasi dapat dilakukan segmentasi audiens seperti berikut:

- a. Segmentasi: Ibu rumah tangga, pelajar, pemilik usaha kecil, warga perkotaan yang sering menggunakan plastik sekali pakai.

#### **Kategorisasi Adopter**

Setelah dilakukan segmentasi audiens seperti diatas maka berikutnya dilakukan pembagian beberapa kategori adopter dalam model difusi inovasi:

- a. Inovator: Komunitas pecinta lingkungan, LSM.
- b. Pengadopsi Awal: Pemimpin lokal, influencer lingkungan.
- c. Mayoritas Awal: Konsumen yang peduli lingkungan setelah melihat manfaat praktis.
- d. Mayoritas Akhir: Konsumen yang membutuhkan bukti konkret dan insentif.
- e. Lamban: Konsumen yang sangat skeptis dan tradisional.

#### **Strategi Komunikasi**

Terdapat beberapa cara dalam strategi komunikasi yaitu:

- a. Komunikasi Personal: Kerjasama dengan influencer serta tokoh masyarakat untuk mempromosikan penggunaan produk alternatif plastik.
- b. Edukasi dan Informasi: Mengeluarkan video edukasi tentang dampak plastik dan cara mengurangi penggunaannya.

- c. Demonstrasi dan Uji Coba: Dilakukan distribusi tas belanja gratis di pasar lokal dan supermarket.

#### **Adopsi dan Implementasi**

- a. Dukungan dan Pelatihan: Pelaksanaan workshop daur ulang plastik dan pelatihan membuat produk-produk dari limbah plastik.
- b. Feedback dan Penyesuaian: Survei kepuasan dan umpan balik dari pengguna tas ramah lingkungan untuk dilakukan penyesuaian agar lebih sesuai dan tepat sasaran di masyarakat.

#### **Sosialisasi dan Promosi**

- a. Media Massa dan Sosial: Kampanye media sosial dengan tagar populer.
- b. Testimoni dan Studi Kasus: Cerita sukses dari komunitas yang telah mengurangi penggunaan plastik.

#### **Memonitor dan Evaluasi**

- a. Pengukuran Dampak: Melakukan survei perubahan dalam perilaku konsumen.
- b. Penyesuaian Strategi: Melakukan evaluasi strategi kampanye dan penyesuaian strategi berdasarkan hasil survei untuk meningkatkan efektifitas kampanye.

Pendekatan model komunikasi diseminasi inovasi dapat menjadi solusi efektif untuk meningkatkan kesadaran lingkungan di wilayah DKI Jakarta. Dengan mengidentifikasi inovasi yang tepat, mengidentifikasi kelompok sasaran, dan menerapkan strategi komunikasi terstruktur, upaya ini akan membantu kota besar ini mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan.

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Merupakan salah satu tantangan terbesar dalam perjalanan Indonesia menuju pembangunan berkelanjutan. Kota metropolitan ini menghadapi berbagai masalah lingkungan, termasuk polusi udara, pengelolaan sampah yang tidak efisien, dan konsumsi energi yang tidak berkelanjutan. Mengatasi tantangan-tantangan ini memerlukan pendekatan holistik dan inovatif. Teori Difusi Inovasi yang diperkenalkan oleh Everett Rogers memberikan kerangka kerja yang efektif untuk menyebarkan inovasi ramah lingkungan dan meningkatkan kesadaran masyarakat. Dengan mengidentifikasi inovasi yang relevan, mengenali kelompok sasaran dan menerapkan strategi komunikasi terstruktur, pendekatan ini membantu mengubah perilaku masyarakat menuju gaya hidup yang lebih berkelanjutan. Dengan penerapan Model Komunikasi Difusi Inovasi, diharapkan peningkatan kesadaran dan perilaku lebih ramah lingkungan dapat dicapai pada masyarakat DKI di Jakarta. Keberhasilan kampanye ini tidak hanya berkontribusi terhadap perbaikan kondisi lingkungan kota, namun juga berkontribusi terhadap pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan yang lebih luas di Indonesia. Untuk mewujudkan perubahan yang berarti dan berkelanjutan, kolaborasi antara pemerintah, sektor swasta, LSM, dan masyarakat sangatlah penting.

### **REFERENSI**

- Fajrian, Happy, and Katadata.co.id. "Riset: 87,5% Sampah Plastik Fleksibel di DKI Jakarta Tak Didaur Ulang - Ekonomi Sirkular Katadata.co.id." *Katadata*, 19 July 2022, <https://katadata.co.id/ekonomi-hijau/ekonomi-sirkular/62d6473243831/riset-87-5-sampah-plastik-fleksibel-di-dki-jakarta-tak-didaur-ulang>. Accessed 20 June 2024
- Fatkhullah, M., Mulyani, I., Dewi, A. S., Habib, M. A. F., & Reihan, A. (2023). Strategi Komunikasi dalam Mengatasi Perubahan Iklim melalui Pelibatan Masyarakat. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 21(01), 17-33.
- Hidayat, A. R. (2023). Analisis Adopsi Penggunaan Sistem Pembayaran Fintech pada Generasi Milenial Menggunakan Teori Difusi Inovasi. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 13(1), 117- 132.
- Indriani, N., & Evanita, S. (2022). Strategi Komunikasi dalam Membangun Kepedulian Masyarakat terhadap Lingkungan (Studi Kasus: Kelurahan Koto Lalang Bandar Buat Kota Padang). *Jurnal Pendidikan dan Konseling (JPDK)*, 4(3), 1798-1805.

- Magdalena, I., Chantika, D., Azarah, I., & Denisa, N. P. (2024). *Difusi Inovasi Dalam Era Digital: Taktik Desain Yang Mengubah Paradigma*. *Sindoro: Cendikia Pendidikan*, 2(6), 31-40.
- Mahmud, A. (2007). Model komunikasi pembangunan dalam penyediaan prasarana perdesaan di kawasan pesisir utara Jawa Tengah (studi kasus Desa Morodemak dan Purwosari Kabupaten Demak) (Doctoral dissertation, Program Pascasarjana Universitas Diponegoro).
- Mailin, M., Rambe, G., Ar-Ridho, A., & Candra, C. (2022). Teori media/teori difusi inovasi. *Jurnal Guru Kita PGSD*, 6(2), 168-168.
- Oktiarina, V., Hufad, A., Fathurrohman, M., & Wahyuni, S. (2023). Edukasi Pengadopsian Perilaku Hidup Bersih dan Sehat pada Masyarakat Kumuh dan Miskin Perkotaan di Kota Serang. *SAP (Susunan Artikel Pendidikan)*, 8(1), 39-49.
- Rogers, Everett M. and Kincaid, D. L. (1981). *Communication network: toward a new paradigm for research / Everett M.*
- Ulfa, G. S., & Fatchiya, A. (2018). Efektivitas instagram “Earth Hour Bogor” sebagai media kampanye lingkungan. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 16(1), 144-157.
- Wahyudin, U. (2017). Membangun model kampanye komunikasi kesehatan phbs di Jawa Barat. *JIPSI-Jurnal Ilmu Politik Dan Komunikasi UNIKOM*, 6.
- \_\_\_\_\_, (2023). Kelompok Early Majority Dalam Pemberdayaan Masyarakat Pedesaan. **IBEKA**