

**STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF PADA PROGRAM
GREENEXPEDITION DALAM MENINGKATKAN KESADARAN
PEDULI LINGKUNGAN OLEH KOMUNITAS
KITABERGUNA.GROUP**

© Hak cipta milik UIN

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah Dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi (S.I.KOM)

Oleh :

FERREL HARFA GHALY
NIM. 12240311525

UIN SUSKA RIAU

PRODI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

T.P 1447 H / 2026 M

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF PADA PROGRAM
GREENEXPEDITION DALAM MENINGKATKAN
KESADARAN PEDULI LINGKUNGAN OLEH KOMUNITAS
KITABERGUNA.GROUP**

Disusun Oleh :



Ferrel Harfa Ghaly
NIM. 12240311525

Telah disetujui oleh pembimbing pada tanggal : **13 April 2026**

Mengetahui
Pembimbing



Yantos, S.IP, M.Si
NIP. 19710122 200701 1 016

Mengetahui:
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi



Dr. Musfaldy, S.Sos, M.Si
NIP. 19721201 200003 1 003

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

Penguji pada Ujian Tugas Akhir/ Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi menyatakan bahwa:

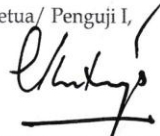
Nama : Ferrel Harfa Ghaly
NIM : 12240311525
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul : Strategi Komunikasi Persuasif Pada Program GreenExpedition Dalam Meningkatkan Kesadaran Peduli Lingkungan Oleh Komunitas KitaBerguna.Group

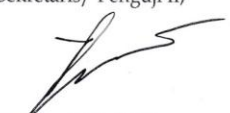
Telah melaksanakan Ujian Tugas Akhir/ Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi pada:


Hari : Senin
Tanggal : 20 April 2026


dan disetujui sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

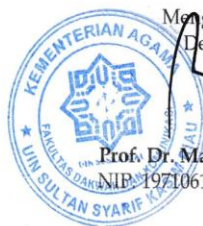
Pekanbaru, 28 April 2026
Tim Penguji

Ketua/ Penguji I,

Dr. Toni Hartono, S.Ag., M.Si.
NIP. 19780605 200701 1 024

Sekretaris/ Penguji II,

Yantos, S.IP, M.Si.
NIP. 19710122 200701 1 016

Penguji III,

Rohayati, S.Sos., M.I.Kom.
NIP. 19880801 202012 2 018

Penguji IV,

Mustafa, S.Sos., M.I.Kom.
NIP. 19810816 202321 1 012



Mengetahui
Dekan,

Prof. Dr. Masduki., M.Ag.
NIP. 19710612 199803 1 003

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PENGESAHAN SEMINAR PROPOSAL

Kami yang bertandatangan dibawah ini adalah Dosen Penguji pada Seminar Proposal Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Ferrel Harfa Ghaly
NIM : 12240311525
Judul : Strategi Komunikasi Persuasif Komunitas #KitaBerguna Dalam Program Green Expedition Untuk Mengajak Anak Muda Kota Pekanbaru Peduli Lingkungan

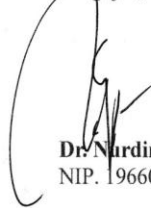
Telah Diseminarkan Pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 9 Juli 2025

Dapat diterima untuk dilanjutkan menjadi skripsi sebagai salah satu syarat mencapai gelar sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif kasim Riau.

Pekanbaru, 9 Juli 2025
Penguji Seminar Proposal,

Penguji I,



Dr. Nurdin, M.A
NIP. 19660620 200604 1 015

Penguji II,



Hayatullah Kurniadi, S.I.Kom, M.A
NIP. 19890619 201801 1 004

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran Surat:
Nomor : Nomor 25/2021
Tanggal : 10 September 2021

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Ferrel Harfa Ghaly
NIM : 12240311525
Tempat/ Tgl. Lahir : Pekanbaru, 14 Januari 2004
Fakultas/Pascasarjana : Fakultas Dakwah Dan Komunikasi
Prodi : S1 IlmuKomunikasi

Judul Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* : “ **STRATEGI KOMUNUKASI PERSUASIF PADA PROGRAM GREENEXPEDITION DALAM MENINGKATKAN KESADARAN PEDULI LINGKUNGAN OLEH KOMUNITAS KITABERGUNA.GROUP**”

Menyatakan dengan sebenar-benarnya:

1. Penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* dengan judul sebagaimana disebutkan diatas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* saya ini, saya sampaikan bebas dari plagiat.
4. Apabila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/(Karya Ilmiah lainnya*) saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 14 Mei 2026
Yang membuat pernyataan



Ferrel Harfa Ghaly
NIM. 12240311525

**pilih salah satu sesuai jenis karya tulis*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pekanbaru, 13 April 2026

No. : Nota Dinas
Lampiran : 1 (satu) Eksemplar
Hal : Pengajuan Ujian Munaqasyah

Kepada yang terhormat,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
di-

Tempat.

Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Dengan Hormat,


Setelah kami melakukan bimbingan akademik sebagaimana mestinya terhadap Saudara:

Nama : Ferrel Harfa Ghaly
NIM : 12240311525
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Persuasif Pada Program Greenexpedition Dalam Meningkatkan Kesadaran Peduli Lingkungan Oleh Komunitas Kitaberguna.Group


Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk Ujian Munaqasyah guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom).

Harapan kami semoga dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak, diucapkan terima kasih.

Mengetahui
Pembimbing


Yantos, S.IP, M.Si
NIP. 19710122 200701 1 016

Mengetahui:
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi


Dr. Musfaldy, S.Sos, M.Si
NIP. 19721201 200003 1 003

ABSTRAK

Nama : Ferrel Harfa Ghaly
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : Strategi Komunikasi Persuasif Pada Program Greenexpedition
Dalam Meningkatkan Kesadaran Peduli Lingkungan Oleh
Komunitas Kitaberguna.Group

KitaBerguna.Group komunitas yang berdiri dengan fokus pada program-program sustainable atau berkelanjutan. Sebagai komunitas yang relatif baru, KitaBerguna.Group mampu menarik peserta melebihi dari ekspektasi melalui program GreenExpedition, sebuah program lingkungan yang berfokus pada isu disekitar. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi komunikasi persuasif yang diterapkan oleh komunitas KitaBerguna.Group dalam meningkatkan kesadaran peduli lingkungan melalui program GreenExpedition. Penelitian ini menggunakan teori strategi komunikasi peruasif Melvin L. Defleur dan Sandra J. Ball-Rokeach yang mencakup tiga strategi utama, yaitu psikodinamika, sosiokultural, dan meaning konstruktion. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi terhadap lima informan yang terdiri dari pendiri komunitas, pengurus, dan peserta program GreenExpedition. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa KitaBerguna.Group menerapkan strategi psikodinamika melalui pendekatan emosional dan kognitif berupa pemberian pengalaman langsung, reward, dan narasi sebab-akibat yang dekat dengan kehidupan peserta. Strategi meaning konstruktion diterapkan dengan menghapus jarak antara penyelenggara dan peserta melalui kesetaraan relasional serta adaptasi pesan terhadap isu lingkungan lokal. Strategi meaning konstruksi diwujudkan melalui penyederhanaan konsep peduli lingkungan menjadi aksi nyata yang kreatif dan partisipatif serta mengaitkan narasi lingkungan dengan memanfaatkan personal peserta. Ketiga strategi ini terbukti mampu mengubah kesadaran dan perilaku peduli lingkungan peserta secara berkelanjutan.

Kata Kunci: GreenExpedition, Kesadaran Lingkungan, Komunikasi Persiasif

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRACT

Name : Ferrel Harfa Ghaly
Department : Communication Studies
Title : Persuasive Communication Strategy in the Green Expedition Program to Increase Environmental Awareness by the Kitaberguna.Group Community

Community groups that stand with a focus on sustainable or sustainable programs. As a relatively new community, we are useful. The group is able to attract more participants than expected through the Green Expedition program, an environmental program that focuses on surrounding issues. This research aims to find out the persuasive communication strategy implemented by the Kita Usual community. Group in raising environmental awareness through the Green Expedition program. The study used Melvin L. Martin's theory of persuasive communication strategies. Defleur and Sandra J. Ball-Rokeach includes three main strategies: psychodynamics, sociocultural, and meaning construction. The research method used is qualitative with the case study approach. Data collection was conducted through in-depth interviews, observations, and documentation of five informants consisting of community founders, administrators, and participants in the Green Expedition program. The results of this study show that we are useful. The group implements psychodynamic strategies through emotional and cognitive approaches in the form of providing direct experience, rewards, and causal narratives that are close to the participants' lives. The meaning construction strategy was implemented by removing the distance between the organizer and participants through relational equality and message adaptation to local environmental issues. The meaningful construction strategy is realized through the simplification of the concept of caring for the environment into creative and participatory real-life actions and linking environmental narratives by utilizing participants' personalities. These three strategies have been shown to be able to change the awareness and caring behavior of the participants' environment on an ongoing basis.

Keywords: Green Expedition, Environmental Consciousness, Persiative Communication

UIN SUSKA RIAU

ملخص الرسالة

الاسم: فيريل هاربا غالي

برنامج الدراسة: علوم الاتصال

الموضوع: استراتيجيات الاتصال المقنعة لبرنامج الاستكشاف الأخضر لزيادة الوعي البيئي في مجتمعاتنا مفيده.

نحن مجموعة مجتمعية تركز على البرامج المستدامة أو المستدامة. كمجتمع جديد نسبيا، نحن البعثة الخضراء، مفيدون؛ يمكن للمجموعة جذب المشاركين الذين يتجاوزون التوقعات من خلال برنامج وهو برنامج بيئي يركز على القضايا المحيطة. تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن استراتيجيات الاتصال البعثة المقنعة التي نفذتها مجتمعاتنا الجماعية المفيدة في تعزيز الوعي بحماية البيئة من خلال برنامج ديفلور ساندرا. يعتمد هذا البحث على نظرية استراتيجية الاتصال القسري التي وضعها ميلفن إل. الخضراء بول-روكيتش ثلاث استراتيجيات رئيسية: الديناميكا النفسية، والثقافة الاجتماعية، والهندسة يتضمن ج. المعمارية. طريقة البحث المستخدمة هي طريقة نوعية من خلال نهج دراسة الحالة. تم جمع البيانات من خلال مقابلات متعمقة وملاحظات وتوثيق خمسة مخبرين، يتألفون من مؤسسي ومديري ومشاركين في تشير نتائج هذه الدراسة إلى فائدتنا: تنفذ المجموعات استراتيجيات الديناميكا. البعثة الخضراء برنامج النفسية من خلال نهج عاطفي ومعرفي في شكل تجارب مباشرة ومكافآت وسرد سببي قريب من حياة المشاركين. يتم تنفيذ استراتيجيات المعنى البناء ليس فقط من خلال تكيف الرسائل مع القضايا البيئية المحلية، ولكن أيضا عن طريق إزالة المسافة بين المنظمين والمشاركين من خلال المساواة العلانية. تتحقق الاستراتيجية الدلالية للبناء من خلال تبسيط مفهوم حماية البيئة إلى سلوك حقيقي خلاق ومشارك وربط السرد البيئي بالاستخدام الشخصي للمشاركين. وقد أثبتت هذه الاستراتيجيات الثلاث قدرتها على..تغيير وعي المشاركين وسلوكهم في مجال حماية البيئة بشكل مستمر.

الكلمات المفتاحية: البعثة الخضراء، الوعي البيئي، التواصل عبر بيرسياسيف

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah Subhanahu wa Ta'ala atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga skripsi dengan judul “Strategi Komunikasi Persuasif Pada Program Greenexpedition Dalam Meningkatkan Kesadaran Peduli Lingkungan Oleh Komunitas Kitaberguna.Group” ini dapat diselesaikan dengan baik. Penelitian ini dilaksanakan sejak bulan September 2025 sampai bulan Februari 2026 di lingkungan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Terima kasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada Allah Subhanahu wa Ta'ala yang telah memberikan kesehatan, kesempatan, dan Taufiq sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Shalawat dan salam senantiasa tercurah kepada Rasulullah Muhammad Shallallahu ‘alaihi wa sallam, keluarga, sahabat, dan para pengikutnya hingga akhir zaman.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada bapak Pembimbing, Bapak Yantos, S.IP, M.Si yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan sabar mengoreksi hingga skripsi ini layak diujikan. Terima kasih juga kepada Bapak/Ibu Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Ketua Program Studi Bapak Dr. Musfiady, S.Sos, M.Si, bapak/ibu penguji skripsi, dan pembimbing akademik Bapak Dr. Usman, S.Sos, M.I.Kom yang telah memberikan masukan berharga.

Penghargaan penulis sampaikan kepada Kawan-kawan KitaBerguna.Group yang telah memberikan izin penelitian dan dukungan data primer. Ucapan terima kasih yang paling tulus penulis haturkan kepada ayah Fauzan dan ibu Pipit Haryani tercinta yang senantiasa mendoakan dan memberikan dukungan moral. Allah SWT membalas semua kebaikan dan doa restu keluarga dengan balasan yang berlipat ganda.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi kemajuan ilmu pengetahuan di bidang dakwah dan komunikasi serta dapat menjadi amal jariyah bagi penulis dan pembaca. Kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan di masa mendatang.

Pekanbaru, 13 April 2026
Penulis

FERREL HARFA GHALY
NIM. 12240311525

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
ملخص الرسالة.....	iii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Penegasan Istilah.....	3
1. Komunikasi Persuasif.....	3
2. KitaBerguna.Group	4
3. Green Expedition.....	4
C. Rumusan Masalah	4
D. Tujuan Penelitian	4
E. Manfaat Penelitian	4
1. Manfaat akademis	4
2. Manfaat praktis.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
A. Kajian Pustaka.....	6
B. Landasan Teori.....	12
1. Strategi Komunikasi.....	12
2. Komunikasi Persuasif.....	13
3. Strategi Komunikasi Persuasif Menurut Melvin L. Defleur dan Sandra J. Ball Roceach.....	15
C. Kerangka Pemikiran.....	17
BAB III METODE PENELITIAN	19
A. Desain Penelitian.....	19
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	19
C. Sumber Data Penelitian.....	19
D. Informan Penelitian.....	20
E. Teknik Pengumpulan Data.....	20
F. Validitas Data.....	22

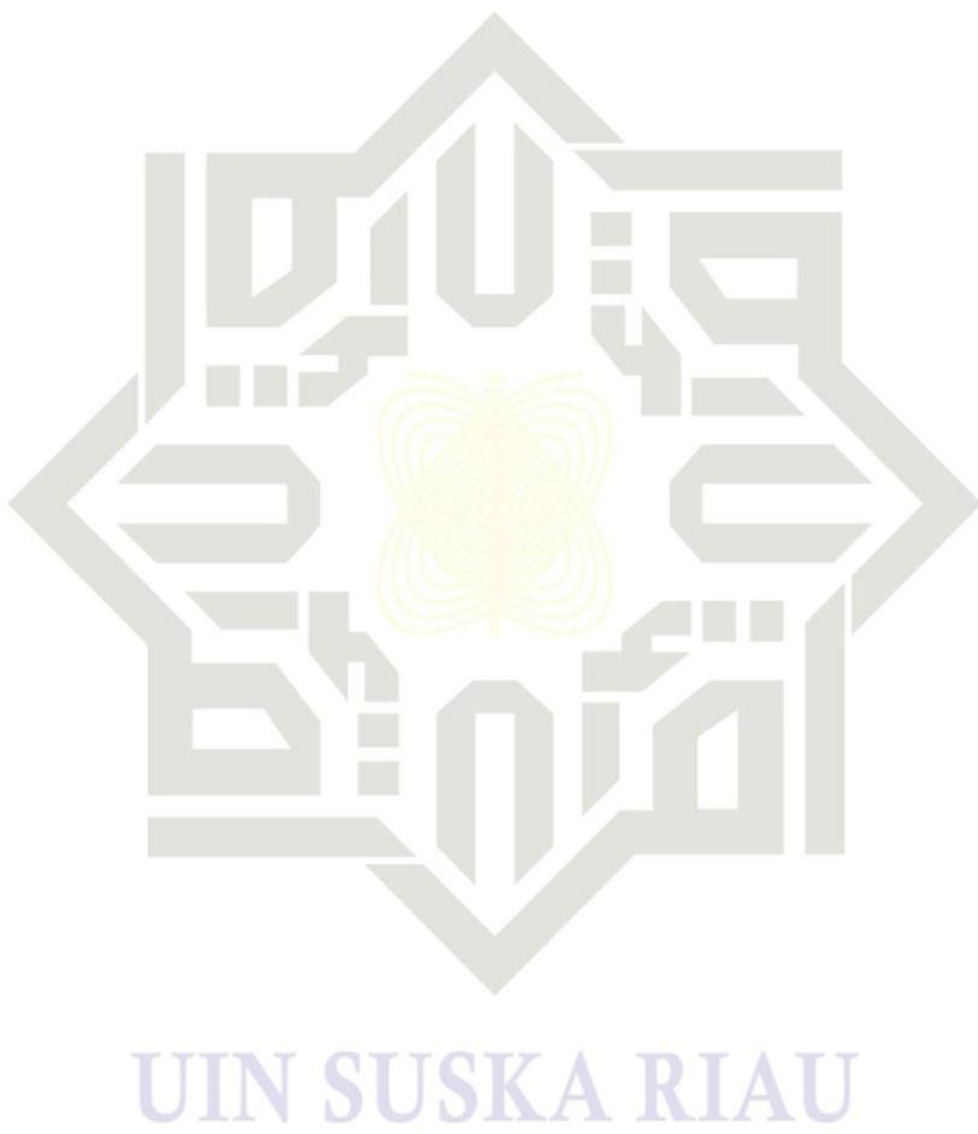
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

G. Teknik Analisis Data.....	22
1. Data <i>Reduction</i> (Reduksi Data).....	23
2. Data Display (Penyajian Data).....	23
3. Conclusion Drawing / Verification (Penarikan dan Pengujian Kesimpulan)	23
BAH IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	24
A. Hasil Penelitian	24
1. Gambaran Umum Lokasi dan Kegiatan	24
2. Temuan Utama Berdasarkan Wawancara Penyelenggara dan peserta.....	26
B. Pembahasan Strategi Komunikasi Persuasif Pada Program Greenexpedition Dalam Meningkatkan Kesadaran Peduli Lingkungan Oleh Komunitas Kitaberguna.Group	52
1. Peran komunitas KitaBerguna.Group Dalam Meningkatkan Kesadaran Peduli Lingkungan Melalui Program GreenExpedition.....	52
2. Strategi Komunikasi Psikodinamika	53
3. Srategi Komunikasi SosialKultural	56
4. Strategi Komunikasi Meaning construction.....	57
5. Evaluasi Strategi Komunikasi Persuasif Komunitas Kita Berguna. Group Untuk Kesadaran Peduli Lingkungan.....	59
BAH V SIMPULAN DAN SARAN.....	61
A. Simpulan	61
B. Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN	67

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Informan Penelitian	20
-----------------------------------	----



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Berpikir	18
Gambar 2 Logo Komunitas KitaBerguna.Group	24
Gambar 3 sharing session berasama Kepala Dinas BPLHK	34
Gambar 4 Kegiatan Penanaman Bibit Pohon	41
Gambar 5 isu lingkungan Postingan Feed Instagram	46
Gambar 6 “Spoiler” Pada Postingan Feed Instagram	53
Gambar 7 Form Pendaftaran Kegiatan	55
Gambar 8 Ucapan Terimakasih kepada Peserta Postingan Feed Instagram	57
Gambar 9 Alasan Peserta Mengikuti Kegiatan	58
Gambar 10 Form Evaluasi Kegiatan	59

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	67
Lampiran II	69
Lampiran III	72



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sekarang ini sekali banyak komunitas yang dibuat oleh anak muda di Pekanbaru. Namun, setelah komunitas tersebut terbentuk, banyak gerakan sosial yang tidak berjalan dengan lancar, terutama dalam hal pelaksanaan gerakan sosial itu sendiri. Hal ini terjadi karena komunitas kurang memiliki strategi yang efektif untuk mendorong partisipasi anak muda dalam program-program tersebut. Tetapi komunitas KitaBerguna.Group justru mampu mengajak anak muda ikut berpartisipasi pada program yang dijalankan hal ini dilihat dari strategi komunikasi (Alfarindo and Pela Agustina 2023).

Dalam mewujudkan sebuah tujuan dari individu atau sebuah kelompok agar mendapatkan apa yang diharapkan di butuhkan sebuah strategi komunikasi yang bisa diterima dan dipahami secara baik oleh komunikan. Beberapa pendapat mendefinisikan strategi komunikasi, namun secara umum pengertian yang mereka sampaikan memiliki maksud dan tujuan yang sama. Menurut Cangara Hafied, strategi komunikasi dimulai dengan pelitian yang dilakukan secara rutin. Strategi ini digunakan dalam situasi tertentu yang terkait dengan organisasi baik secara langsung maupun tidak langsung, dan publik yang berhubungan dengan organisasi baik secara langsung maupun tidak langsung (Paramita 2022).

Gerakan sosial adalah aksi kolektif yang rasional, terarah, dan terorganisir serta kini menjadi bagian penting dari dinamika masyarakat Indonesia. Sebagai suatu kegiatan yang melibatkan lebih dari satu partisipan aktif, gerakan ini membutuhkan keterlibatan para peserta dengan visi bersama untuk mencapai perubahan (Hidayaturahmi et al. 2023). Keberhasilan gerakan ini berasal dari keyakinan suatu kelompok yang dicapai melalui pergerakan para peserta untuk mendorong terjadinya perubahan sosial yang diharapkan. Dalam pelaksanaan setiap program, organisasi biasanya memulai proses pendaftaran untuk merekrut peserta yang memenuhi kriteria dan tujuan. Ini dilakukan untuk menjamin bahwa jumlah peserta terpenuhi dan bahwa tujuan program tercapai dengan cara yang optimal.

Sebagai bagian dari program sosial, orang-orang yang secara sukarela terlibat dalam suatu tindakan disebut peserta (Advisio Aularia Rahma 2023). Mirip dengan pendapat Schroder, partisipasi ini mencerminkan kesediaan individu untuk meluangkan waktu tanpa batasan guna bergabung dalam program komunitas agar mendapatkan manfaat tertentu atau kontribusi yang mereka tawarkan (Adisty Aulia Rahma 2023).

Komunitas KitaBerguna.Group dibentuk pada tahun 2024, berdiri sebagai wadah bagi anak muda di Kota Pekanbaru, Provinsi Riau yang didirikan oleh sekelompok pemuda. Tujuan utama diciptakannya adalah untuk memberikan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
UNIVERSITAS SYARIAH KASIM RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

wadah bagi anak muda untuk menciptakan program sosial dan dapat berpartisipasi langsung dalam program sosial tersebut. Melalui wawancara yang dilakukan pada 14 Mei 2025 Rizky Muhad selaku pendiri KitaBerguna.Group mengatakan bahwa komunitas ini sebagai bentuk wadah, siapapun yang mempunyai program yang berkaitan dengan permasalahan sosial bisa berkolaborasi untuk mempromosikan program yang ingin dilaksanakan. KitaBerguna.Group meutamakan program yang bersifat keberlanjutan atau *sustainable*. Awal berdirinya komunitas KitaBerguna.Group telah dilaksanakannya tiga program *sustainable* yang berkaitan dengan masalah sosial salah satunya program *GreenExpedition*. Pada pelaksanaan program *GreenExpedition* ini mengangkat permasalahan atau isu yang ada di Provinsi Riau.

Diketahui bahwa Provinsi Riau merupakan salah satu daerah yang rentan terjadinya kebakaran hutan dan lahan gambut. Daerah gambut tidak lepas dari sifat yang mudah terbakar apabila kering (Anhar, Rina Mardiana, and Rai Sita 2022). Tercatat data per januari 2021 sebanyak 1.286 hektare lahan yang terbakar menurut data dari Detiknews (Raja Adil Siregar 2021). Pada tahun 2023 sebanyak 2.029,15 hektare lahan terbakar yang tersebar di Kabupaten dan Kota Provinsi Riau (Frislidia 2023).

Dalam penelitian ini, teori yang menjadi landasan adalah teori strategi komunikasi persuasif oleh Melvin L. Defluer dan Sandra J. Ball-Rocheach yang mengatakan bahwa efektivitas sebuah pesan persuasif sangat bergantung pada bagaimana pesan tersebut dikontribusi untuk memengaruhi dimensi psikologis dan sosial audiens. Teori ini membagi strategi komunikasi persuasif menjadi tiga bagian utama. Pertama, penggunaan strategi psikodinamika yang bertujuan menyentuh faktor kognitif dan emosional calon peserta, sehingga muncul dorongan pada diri komunikan untuk terlibat dalam program tersebut.

Kedua, strategi sosialcultural bagaimana persuader memanfaatkan nilai-nilai serta norma yang ada di tengah masyarakat untuk menciptakan perilaku baru yang lebih peduli dengan lingkungan. Ketiga, strategi *meaning construction* bagaimana komunitas KitaBerguna.Group mampu membentuk persepsi positif audien melalui penggunaan bahasa yang relevan dengan generasi muda, sehingga pesan program untuk pelestarian alam lebih mudah dipahami sebagai kebutuhan bersama.

Maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui komunikasi persuasif yang digunakan oleh komunitas KitaBerguna.Group. Upaya persuasif sangat penting untuk menyampaikan tujuan, manfaat, dan efek positif dari partisipasi dalam program ini. Seharusnya pada sebuah komunitas yang baru terbentuk sering kali menghadapi berbagai tantangan dalam berpartisipasi dalam program yang diumumkan atau dalam menarik peserta. Namun kenyataannya komunitas KitaBerguna.Group dalam menjalankan program *GreenExpedition* mendapatkan peserta yang melebihi ekspektasi panitia.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Pemilihan program *GreenExpedition* sebagai objek kajian didasarkan pada fenomena komunikasinya, jika dibandingkan pada program adopsi pohon oleh Dompok Dhuafa Volunteer (DDV) sama di kota Pekanbaru. Secara organisasional, DDV merupakan lembaga yang telah memiliki reputasi yang besar, dan jaringan cabang tersebar luas di Indonesia. Sebaliknya komunitas KitaBerguna.Group hadir sebagai komunitas yang baru bersifat lokal dan belum memiliki rekam jejak seperti dengan DDV atau organisasi lainnya. Dengan keterbatasan jangkauan dan usia komunitas menjadikan komunitas KitaBerguna.Group berhasil dalam mendapatkan partisipasi yang melebihi ekspektasi.

Fenomena ini mendorong penulis untuk memperdalam strategi komunikasi yang diterapkan oleh KitaBerguna.Group yang bermanfaat dalam pengelolaan program. Jika sebuah komunitas baru menjalankan sebuah program tanpa memahami teknik dan strategi komunikasi yang baik, tingkat keterlibatan komunitas akan jauh dari harapan para pelaksana. Masalah utama dari penelitian ini adalah bagaimana strategi komunikasi komunitas kami dapat bermanfaat, sehingga kelompok ini berhasil mencapai jumlah peserta yang melebihi tujuannya yang semula.

Dalam penelitian ini, komunikasi yang persuasif ditentukan oleh kenyataan bahwa menarik individu untuk terlibat aktif dalam program lingkungan seperti *GreenExpedition* memerlukan lebih dari sekadar informasi. Diperlukan upaya untuk menjangkau aspek psikologis dan emosional dari subjek agar mereka dapat merasakan ada kesamaan minat dengan visi program tersebut. Strategi persuasif berperan sebagai jembatan yang mengubah persepsi pasif masyarakat menjadi tindakan partisipatif yang nyata. Kelompok ini merupakan komunitas baru, mengingat manfaat yang kami tawarkan: keberhasilan melibatkan banyak peserta menunjukkan adanya pola komunikasi yang dapat secara efektif mempengaruhi pendapat dan perilaku audiens tanpa faktor paksaan.

Berdasarkan pada uraian latar belakang di atas maka peneliti merasa tertarik dengan permasalahan yang ada sehingga ingin melakukan penelitian dengan judul penelitian “**Strategi Komunikasi Persuasif Pada Program Greenexpedition Dalam Meningkatkan Kesadaran Peduli Lingkungan Oleh Komunitas Kitaberguna.Group**”

B. Penegasan Istilah

1. Komunikasi Persuasif

Komunikasi persuasif merupakan upaya menyampaikan pesan yang berisi sebuah ajakan. Komunikasi persuasif bertujuan untuk memengaruhi pandangan dan perilaku orang lain melalui pendekatan psikologis yang halus namun kuat sehingga orang tersebut bertindak seperti atas kehendaknya sendiri. Komunikasi persuasif yang dilancarkan oleh seseorang untuk mengubah sikap, pandangan atau perilaku orang lain yang sebagai hasilnya

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pihak – pihak yang dipenuhi melaksanakan sendiri. Komunikasi persuasif memiliki target yang berhubungan dengan motivasi dari orang yang menjadi sasaran komunikasi secara persuasif. Motivasi tersebut sebagai sebuah kekuatan dorongan, kebutuhan semangat, tekanan atau mekanisme psikologis yang mendorong seseorang atau sebuah kelompok untuk mencapai apa yang menjadi tujuan pemberi pesan.

2. **KitaBerguna.Group**

Komunitas KitaBerguna.Group merupakan sebuah komunitas yang dibuat untuk menjadi wadah, fasilitas, dan tempat bagi anak muda di Kota Pekanbaru untuk menjalankan program yang berfokus pada *sustainable* atau berkelanjutan. Komunitas yang dicetus oleh 8 anak muda yang ada di Kota Pekanbaru ada tahun 2024 kemaren, selain menjalankan program yang bersifat berkelanjutan, Komunitas KitaBerguna.Group juga menguatkan unsur kolaborasi dengan organisasi atau komunitas yang ada di Kota Pekanbaru. Tidak hanya itu Komunitas KitaBerguna.Group Juga membuat program agar bisa dirasakan oleh masyarakat dan pemuda seperti, Jejak Guna dan Model United Nations.

3. **Green Expedition**

GreenExpedition vol.1 adalah program *sustainable* berfokus pada permasalahan lingkungan yang dilaksanakan oleh komunitas KitaBerguna.Group, kegiatan yang dilaksanakan 1 hari ini bertujuan untuk memberikan semangat, motivasi, dan edukasi serta kampanye terkait isu lingkungan yang langsung dijelaskan oleh Kepala Dinas Badan Pelatihan Lingkungan Hidup Dan Kehutanan Kota Pekanbaru kepada anak muda di Kota Pekanbaru. Kegiatan yang diikuti oleh berbagai relawan dari mahasiswa Kota Pekanbaru, dan diseleksi untuk penerimaan calon relawan agar dapat mengikuti kegiatan GreenExpedition.

C. **Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi komunikasi persuasif pada program GreenExpedition dalam meningkatkan kesadaran lingkungan oleh komunitas KitaBerguna.Group.

D. **Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui strategi komunikasi persuasif pada program GreenExpedition dalam meningkatkan kesadaran lingkungan oleh komunitas KitaBerguna.Group.

E. **Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dalam penelitian ini, dibagi menjadi dua aspek yaitu manfaat akademis dan manfaat praktis :

1. **Manfaat akademis**

Penelitian ini diharapkan mampu memperkaya pengetahuan Ilmu Komunikasi dan mengembangkan teori strategi komunikasi persuasif Melvin

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Defleur dan Sandra J. Ball-Rockeach yang diterapkan oleh Komunitas KitaBerguna.Group. Dan penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan dan masukan ilmiah bagi semua pihak yang memiliki kepentingan untuk mengembangkan penelitian dalam bidang Ilmu Komunikasi. Serta diharapkan juga dapat menjadi referensi bagi peneliti lainnya dan sumber ilmu yang dapat dipelajari oleh peneliti dan pembaca.

Manfaat praktis

Secara praktis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran dan manfaat mengenai implementasi strategi komunikasi persuasif. Peneliti berharap penelitian ini dapat menyumbang ilmu pengetahuan bagi mahasiswa UIN Sultan Syarif Kasim Riau khususnya Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi serta mahasiswa lainnya yang berminat dalam kajian komunikasi ini.

F. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan penulisan dalam menyelesaikan skripsi ini, maka penulis membagi menjadi V (Lima) Bab. Adapun sistematika penulisannya sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan ini, didalamnya akan memuat latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan kajian terdahulu, landasan teori, dan kerangka pemikiran yang digunakan dalam penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini membahas mengenai desain penelitian, lokasi, dan waktu penelitian, sumber data penelitian, teknik pengumpulan data, validasi data, serta teknik analisis data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini diuraikan gambaran umum tentang hasil penelitian yang dijelaskan secara jelas dan terperinci, serta penguraian hasil dan pembahasan yang telah didapatkan oleh peneliti kemudian hasil penelitian akan dibahas sesuai landasan teori.

BAB V : PENUTUP

Menjelaskan mengenai kesimpulan dan saran dari penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Pustaka

Dalam penelitian ini, tidak terlepas dari hasil penelitian-penelitian terdahulu yang dibutuhkan sebagai tolak ukur, acuan penulis, bahan perbandingan, dan kajian. Maka dari itu penulis mengumpulkan kajian terdahulu sebagai bahan analisis yang memberikan pandangan, informasi, dan asumsi dasar sehingga penulis mampu mengembangkan kajian ini. Tujuan dari penyebutan referensi ini dapat membantu menemukan teori dan menyelesaikan masalah. Membantu peneliti untuk membatasi bidang kajian, membantu menempatkan masalah sesuai dengan perspektif, mengingatkan ide dan teori dengan penerapan, dan memahami struktur isi. Adapun hasil-hasil kajian penelitian yang dijadikan perbandingan tidak terlepas dari topik penelitian yaitu mengenai Strategi Komunikasi Persuasif KitaBerguna.Group Dalam Program GreenExpedition Dalam Mengajak Anak Muda Peduli Lingkungan.

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Annisa Masri (2024) dengan judul penelitian **Komunikasi Persuasif Relawan Komunitas Lensa Anak Terminal Dalam Membangun Kreativitas Fotografi Pada Anak Marjinal**. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi yang dilakukan oleh para relawan. Komunitas Lensa Anak Terminal dalam meningkatkan kreativitas di bidang fotografi anak marjinal. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan menggabungkan metode wawancara secara mendalam dan terstruktur serta observasi dan dokumentasi. Konsep strategi komunikasi dan Teori Penetrasi Sosial digunakan untuk menganalisis hasil penelitian. Informan dalam penelitian ini adalah tiga orang relawan di Komunitas Lensa Anak Terminal dan tiga orang anak marjinal yang tergabung di komunitas tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam peningkatan kreativitas menggunakan strategi milik Melvin L.deFleur yaitu strategi psikodinamika, sosiokultural dan the meaning of construction sebagai acuan strategi yang digunakan oleh para relawan dalam berkomunikasi dengan anak marjinal dalam membangun kreativitas fotografi di Sekolah Master. Keberhasilan dalam membangun kreativitas karena tahapan awal dalam pendekatan para relawan ke anak marjinal bisa mereka lakukan dengan baik. Yang menjadi pembeda penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu. Pada penelitian ini dalam penelitian ini terletak pada belum adanya kajian yang secara spesifik membahas bagaimana strategi komunikasi persuasif yang diterapkan oleh komunitas baru seperti KitaBerguna.Group dalam program Green Expedition mampu menarik minat dan partisipasi anak muda Kota Pekanbaru untuk peduli lingkungan, padahal sebagian besar penelitian terdahulu masih berfokus pada organisasi besar atau lembaga mapan serta belum menyoroti secara mendalam proses strategi persuasif berbasis

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

psikodinamika, sosiokultural, dan konstruksi makna yang dijalankan oleh komunitas anak muda dalam konteks lokal Pekanbaru yang memiliki tantangan lingkungan yang khas

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Holy Heryanto (2022) dengan judul penelitian **Komunikasi Persuasif Penggalangan Dana Kitabisa Persuasive Communication Of Kitabisa Fundraising**. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi komunikasi persuasif penggalangan dana Kitabisa. Teori yang digunakan adalah komunikasi persuasif yang ditinjau dari aspek kognitif, afektif, dan konatif. Metodologi penelitian menggunakan metodologi kualitatif dan metode studi kasus. Penelitian bersifat deskriptif. Teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi. Unit analisis dalam penelitian ini adalah divisi Campaign Strategist dan Officer Kitabisa. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Kitabisa menggunakan komunikasi persuasif secara kognitif melalui informasi yang disebar di berbagai media sosial. Dilihat dari aspek afektif, hasil penelitian memperlihatkan bahwa Kitabisa memanfaatkan storycollecting serta peran pemengaruh media sosial. Dari aspek konatif, Kitabisa memberi kemudahan bagi para penderma untuk melakukan donasi melalui berbagai sistem pembayaran online. Yang menjadi pembeda penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu. Dalam penelitian ini terletak pada belum adanya kajian yang secara khusus membahas strategi komunikasi persuasif yang digunakan komunitas baru seperti KitaBerguna.Group dalam program Green Expedition untuk mengajak anak muda Kota Pekanbaru peduli lingkungan, sementara penelitian sebelumnya umumnya berfokus pada organisasi yang sudah mapan dan belum menyoroti secara mendalam bagaimana pendekatan psikodinamika, sosiokultural, dan konstruksi makna dapat membangun minat serta partisipasi relawan muda dalam konteks tantangan lingkungan khas di Pekanbaru

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Romaito (2022) dengan judul penelitian **Strategi Komunikasi Persuasif Dalam Merealisasikan Vaksin Covid-19 Di Puskesmas Sentosa Baru (Sei Kera Hilir I)**. tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi persuasif yang dilakukan Puskesmas Sentosa Baru, serta untuk mengetahui bagaimana cara merealisasikan vaksin Covid-19. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan mengambil data melalui observasi langsung dan wawancara. Hasil penelitian ini adalah Puskesmas Sentosa Baru menggunakan beberapa strategi komunikasi persuasif dalam merealisasikan Vaksin Covid-19, yaitu strategi komunikasi Pscyhodynamic, Sociocultural, Meaning Construction. Faktor pendukung dalam Vaksinasi Covid-19 ini yaitu pertama, adanya dukungan dari Pemerintah provinsi kota Medan maupun daerah. Kedua, koordinasi dan kerjasama yang baik dengan mitra dan petugas kesehatan yang mendukung Vaksinasi Covid-19. Kemudian faktor penghambatnya yaitu, pertama munculnya isu penyakit mengenai vaksin dan kekhawatiran

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

masyarakat atas resiko efek samping setelah melakukan vaksin. Berdasarkan kajian terdahulu yang tercantum dalam proposal penelitian, dapat diidentifikasi bahwa gap penelitian pada judul “Strategi Komunikasi Persuasif Komunitas KitaBerguna.Group dalam Program Green Expedition untuk Mengajak Anak Muda Kota Pekanbaru Peduli Lingkungan” terletak pada minimnya kajian yang secara spesifik membahas efektivitas strategi komunikasi persuasif yang diterapkan oleh komunitas baru seperti KitaBerguna.Group dalam meningkatkan partisipasi anak muda sebagai relawan pada isu lingkungan di Kota Pekanbaru. Meskipun sudah banyak penelitian mengenai gerakan sosial, komunikasi persuasif, dan keterlibatan anak muda dalam isu lingkungan, penelitian terdahulu umumnya masih berfokus pada organisasi yang sudah mapan atau pada aspek umum komunikasi lingkungan, sehingga belum mengulas secara mendalam bagaimana komunitas baru dengan usia kurang dari satu tahun mampu menerapkan strategi komunikasi persuasif yang efektif hingga melampaui target partisipasi relawan, khususnya dalam konteks lokal dan program spesifik seperti Green Expedition.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Widya Ayu Kusumaningtyas (2022) dengan judul penelitian **Strategi Komunikasi Persuasif Humas Wisata Bahari Lamongan Untuk Menarik Minat Wisatawan Melalui Instagram @Wisatabaharilamongan**. Untuk ini tujuan penelitian ini bagaimana media informasi wisata yang mudah diakses dan ditemukan perlu disediakan dalam pencarian mesin oleh wisatawan potensial. Salah satu media sosial yang bisa digunakan adalah instagram. Ini telah dilaksanakan oleh humas wisata bahari lamongan yang memiliki akun dengan nama @wisatabaharilamongan. Wisata bahari lamongan fokus pada komunikasi persuasif pariwisata aktivitas online dengan memanfaatkan instagram. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan penelitian deskriptif kualitatif metode di mana teknik pengumpulan data diperoleh melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Subjek dalam penelitian ini adalah humas wisata bahari lamongan dan akun instagram @wisatabaharilamongan. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah imbalan dan ketertiban teknik. Strategi komunikasi persuasif yang diterapkan oleh publik wisata bahari lamongan hubungan dalam menarik wisatawan melalui instagram @wisatabaharilamongan adalah untuk memprioritaskan keberadaan fasilitas, menyediakan promo tiket masuk, giveaway, dan acara khusus selama musim liburan. Yang menjadi pembeda penelitian pada judul “Strategi Komunikasi Persuasif Komunitas KitaBerguna.Group dalam Program Green Expedition untuk Mengajak Anak Muda Kota Pekanbaru Peduli Lingkungan” terletak pada minimnya penelitian yang secara khusus mengkaji efektivitas strategi komunikasi persuasif komunitas baru seperti KitaBerguna.Group dalam menarik partisipasi aktif anak muda sebagai relawan peduli lingkungan di Kota Pekanbaru. Penelitian terdahulu umumnya masih berfokus pada organisasi

yang telah mapan atau membahas komunikasi lingkungan secara umum, sementara belum ada yang meneliti secara mendalam bagaimana komunitas yang berusia kurang dari satu tahun mampu melampaui target partisipasi melawan melalui pendekatan komunikasi persuasif dalam program spesifik seperti Green Expedition. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat mengisi kekosongan kajian terkait strategi komunikasi persuasif komunitas baru dalam membangun kepedulian lingkungan di kalangan anak muda pada konteks lokal.

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Kelaut Dia (2022) dengan judul penelitian **Teknik Komunikasi Persuasif Buya Yahya Pada Ceramah “Apa Dan Bagaimana Hijrah Itu?”**. Studi ini menjelaskan teknik komunikasi persuasif Buya Yahya pada ceramah “Apa dan Bagaimana Hijrah Itu?”. Metodologi studi adalah Peneliti kualitatif dengan metode analisis isi Philipp Mayring, yaitu penelitian yang digunakan untuk meneliti isi pesan dalam suatu proses komunikasi, dalam penelitian ini adalah isi pesan dakwah. Penelitian ini menggunakan video yang ditranskrip menjadi teks, lalu dianalisis menggunakan agenda coding dengan pola dan kategori masing-masing teknik komunikasi persuasif yang digunakan pada penelitian ini. Data dikumpulkan melalui observasi tayangan di channel Youtube Al-Bahjah TV pada video ceramah berjudul “Apa dan Bagaimana Hijrah Itu?”. Hasilnya, terdapat tujuh teknik komunikasi persuasif yang digunakan Buya yahya dalam ceramah “Apa dan Bagaimana Hijrah Itu?” yaitu : teknik asosiasi, teknik integrasi, teknik ganjaran atau pay-off technique, teknik Putting it up to you, teknik transfer, teknik bandwagon, teknik don’t ask if, ask which. Dengan teknik komunikasi persuasif yang digunakan oleh da’i dalam menyampaikan pesan dakwahnya berharap mad’u mudah memahami, mengerti sehingga tujuan komunikasi dakwah mudah tercapai. Berdasarkan kajian terdahulu yang telah penulis rangkum, sebagian besar penelitian sebelumnya mengenai komunikasi persuasif dalam gerakan sosial atau komunitas lingkungan di Indonesia lebih banyak membahas strategi komunikasi yang dilakukan oleh organisasi besar, lembaga pemerintah, atau komunitas yang telah mapan dan berumur panjang, serta cenderung berfokus pada kampanye lingkungan secara umum, bukan pada keterlibatan anak muda secara spesifik di tingkat komunitas baru. Sementara itu, penelitian mengenai strategi komunikasi persuasif yang dilakukan oleh komunitas baru seperti KitaBerguna.Group dalam program Green Expedition untuk mengajak anak muda Kota Pekanbaru peduli lingkungan masih sangat terbatas, terutama dalam konteks bagaimana strategi psikodinamika, sosiokultural, dan konstruksi makna diterapkan secara praktis untuk menarik minat relawan muda dalam waktu singkat sejak komunitas berdiri. Pembeda penelitian ini menunjukkan bahwa masih diperlukan kajian yang mendalam mengenai efektivitas dan dinamika strategi komunikasi persuasif di komunitas baru berbasis anak muda, khususnya dalam konteks

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

lokal Pekanbaru, agar dapat memperkaya literatur dan memberikan rekomendasi praktis bagi pengembangan gerakan lingkungan yang melibatkan generasi muda secara lebih optimal.

Keenam, penelitian yang dilakukan oleh Rizka Aulia Arifah (2024) dengan judul penelitian **Strategi Komunikasi Persuasif dalam Menghadapi Stigma Kesehatan Mental Menggunakan Pendekatan Inklusif**. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi persuasif inklusif dalam menghadapi stigma dan memperkuat penerimaan masyarakat terhadap stigma dan individu yang mengalami masalah kesehatan mental. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan menggunakan Teori Stigmatisasi Erving Goffman, Komunikasi Persuasif Hovland, serta pengembangan Strategi Komunikasi Persuasif dengan Pendekatan Inklusif Melvin L. Defleur dan Sandra J. Ball-Rokeach. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi persuasif perlu melibatkan keterampilan untuk cepat tanggap dalam membaca dan menginterpretasikan sinyal yang diberikan oleh individu dengan gangguan kesehatan mental. Hal tersebut didukung dengan paparan strategi meaning construction bahwa isu kesehatan mental memerlukan perhatian dan dukungan sosial. Berdasarkan kajian terdahulu yang tercantum dalam proposal, penelitian-penelitian sebelumnya umumnya membahas strategi komunikasi persuasif dalam gerakan sosial atau kampanye lingkungan yang dilakukan oleh organisasi besar atau komunitas yang sudah mapan, serta lebih menyoroti pendekatan umum tanpa meneliti secara spesifik keterlibatan anak muda di komunitas baru dan lokal seperti KitaBerguna.Group di Pekanbaru. Belum banyak penelitian yang mengkaji secara mendalam bagaimana strategi komunikasi persuasive khususnya strategi psikodinamika, sosiokultural, dan konstruksi makna diterapkan oleh komunitas baru dalam mengajak dan meningkatkan partisipasi anak muda sebagai relawan dalam program lingkungan. Perbedaan penelitian ini memperlihatkan perlunya penelitian mengenai efektivitas dan dinamika strategi komunikasi persuasif yang dilakukan oleh komunitas KitaBerguna.Group dalam program Green Expedition, sehingga dapat memberikan kontribusi baru terhadap literatur komunikasi persuasif berbasis komunitas muda di tingkat lokal dan menawarkan rekomendasi praktis bagi gerakan lingkungan yang melibatkan generasi muda secara lebih optimal.

Ketujuh, penelitian yang dilakukan oleh Jufrizal (2021) dengan judul penelitian **KOMUNIKASI PERSUASIF ANTARA GURU DAN SISWA (STUDI DI MAN 1 PIDIE JAYA)** Tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk memahami guru dan siswa terhadap proses komunikasi persuasif dalam kegiatan belajar mengajar, tanggapan siswa terhadap proses komunikasi guru, dan Strategi komunikasi persuasif guru dalam kegiatan belajar mengajar di 1 Pidie Jaya. Penelitian ini mengkombinasikan antara penelitian kualitatif dan kuantitatif, data penelitian diperoleh melalui observasi, wawancara dan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kuisioner. Sampel dari penelitian ini adalah guru MAN 1 Pidie Jaya sebanyak 10 responden dan 40 siswa-siswi. Analisis data dilakukan dengan cara memeriksa kuisioner yang telah dijawab oleh responden, mengumpulkan hasil wawancara dari para guru, kemudian menghitung frekuensi dan persentase dari alternatif jawaban, mengklafikasikan data dan menyusun secara sistematis data yang telah diperoleh serta menarik kesimpulan. Hasil penelitian dan pembahasan menunjukkan bahwa, komunikasi persuasif antara guru dan siswa belum berjalan maksimal. Hal utama yang menyebabkan para siswa mengikuti kegiatan belajar mengajar adalah terletak pada proses komunikasi persuasif guru. Dalam kegiatan belajar mengajar, para guru di MAN 1 Pidie Jaya menggunakan srategi komunikasi persuasif dengan sistem pendekatan langsung kepada siswanya. Komunikasi persuasif yang dilakukan guru bersifat emosional antara siswa dan guru.

Kedelapan, penelitian yang dilakukan oleh Diva Alya Rachmawati (2024) dengan judul penelitian **Komunikasi Persuasif Apoteker Sumber Sehat Bintara Melalui Live Streaming E-Commerce Shopee** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi komunikasi persuasif apoteker melalui live streaming pada e-commerce Shopee. Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi, kemudian hasilnya direduksi untuk dianalisis dan diambil kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi persuasif dilakukan secara sadar atau tidak sadar dengan menggunakan lima teknik komunikasi persuasif dalam live streaming. Fakta lainnya adalah teknik yang belum diketahui oleh penonton live streaming adalah teknik setting dan red herring. Sedangkan teknik yang mendapat respons positif dari penonton adalah teknik reward yang memberikan daya persuasif kepada penonton.

Kesembilan, penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Alwan Hanif (2025) dengan judul penelitian **KOMUNIKASI PERSUASIF COFFEE SHOP MELALUI STRATEGI EXPERIENTIAL MARKETING** penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Niskala Coffee membangun hubungan melalui keterlibatan emosional dan meningkatkan pengalaman konsumen. Fenomena ini dieksplorasi menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, data menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan dalam tiga tahap yaitu reduksi, penyajian, dan kesimpulan dengan triangulasi data untuk menjaga keabsahan data. Hasil penelitian menunjukkan keberhasilan penerapan elemen experiential marketing (sense, feel, think, act, dan relate) dalam membentuk pengalaman konsumen yang unik yang dilengkapi dengan pengaruh dari lingkungan alam, dalam hal ini danau di dekatnya, yang relevan secara langsung dengan Niskala Coffee. Praktik ini membangun hubungan yang intim dan membantu meningkatkan perjalanan pelanggan. Meskipun

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dikontekstualisasikan ke pengaturan tertentu, bukti dari penelitian ini memberikan kontribusi yang unik terhadap pengembangan experiential marketing dalam bisnis makanan berbasis alam.

Kesepuluh, penelitian yang dilakukan oleh Musdhalifa (2024) dengan judul penelitian **KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM AL-QUR'AN TERKAIT MENAFKAHKAN HARTA** tulisan ini bertujuan untuk mendeskripsikan komunikasi persuasif dalam Al-Qur'an tentang menafkahkan harta. Sumber datanya adalah ayat Al-Qur'an tentang menafkahkan harta. Hasilnya, komunikasi persuasif memerhatikan posisi Tuhan sebagai komunikator dan psikologis umat Islam sebagai komunikan. Pesannya menggunakan kalimat ajakan berpartikel lah, dan pertanyaan penawaran. Teknik komunikasi persuasif antara lain: Pay of, menjanjikan balasan surga. Fear arousing, menakuti siksa neraka. Integration, mengingatkan semua harta adalah milik Allah. Swap, menjanjikan lipatganda harta. Simulated disinterest, menekankan terbatasnya waktu beramal. Don't ask if ask which, membandingkan zakat dengan riba. Reassurance, menjelaskan kredibilitas Allah sebagai penjamin. Icing, mengisahkan keadaan orang beriman di akhirat.

B. Landasan Teori

1. Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi adalah proses perencanaan atau pengelolaan (planning) dan manajemen (management) yang dilakukan dengan tujuan untuk mencapai hasil yang diinginkan. Strategi komunikasi menurut Rogers adalah cara yang direncanakan untuk mengubah cara berperilaku manusia secara luas besar dengan menyampaikan gagasan-gagasan baru. Strategi komunikasi juga dijelaskan oleh Middleton bahwa komunikasi terbaik terjadi ketika semua elemen komunikator, pesan, saluran, penerima sampai pengaruh (efek) yang diinginkan untuk mencapai tujuan komunikasi secara optimal (Dr. Irene Silviani and Prabudi Darus 2021).

Strategi komunikasi pada dasarnya bertujuan untuk mengumumkan (*announcing*), memotivasi (*motivating*), mendidik (*education*), dan menyebarkan informasi (Medvi dan Syahminan, 2024). Strategi komunikasi adalah cara perencanaan yang dilakukan dengan baik dan hati-hati, serta menggabungkan berbagai unsur komunikasi agar dapat tujuan yang sudah ditetapkan dapat tercapai. (Yusuf et al. 2025).

Strategi komunikasi mampu menunjukkan cara kerjanya secara nyata, dengan pendekatan yang bisa berubah sesuai dengan kondisi dan situasi yang terjadi. Maka, sebuah lembaga (komunikator) ketika menyampaikan atau berkomunikasi harus memrencanakan strategi terlebih dahulu agar pesan yang disampaikan bisa mencapai target komunikasi yang diinginkan (Ibnu Chaldun - Jakarta, Artarini, and Tihuraa 2024).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

🗣️ Komunikasi Persuasif

Komunikasi adalah kegiatan yang selalu berada di kehidupan manusia, dengan melakukan kegiatan komunikasi setiap individu akan menjalin sebuah hubungan. Dalam berkomunikasi, komunikator mengirimkan pesan, dan komunikan menerima serta memahami pesan tersebut. Proses penyebaran dan penerimaan pesan tersebut pasti mengharapkan terjadinya perubahan dalam bentuk kepercayaan, sikap, dan perilaku dari orang yang menerima pesan itu. Kegiatan itu bertujuan untuk mengajak perubahan keyakinan, sikap dan perilaku dari komunikan.

Komunikasi persuasif adalah suatu strategi yang digunakan untuk mempengaruhi orang lain dalam berbagai hal terhadap apa yang akan ditawarkan. Dengan adanya komunikasi persuasif ini dapat merubah atau mempengaruhi sikap dan perilaku dari individu maupun kelompok sehingga bertindak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh persuader (Kusumaningtyas, Nurlita, and Ganefwati 2022).

Komunikasi persuasif merupakan suatu cara untuk mempengaruhi padangan, sikap dan perilaku individu melalui teknik manipulasi psikologis, sehingga seseorang tersebut berperilaku seolah-olah atas keinginannya sendiri. Komunikasi persuasif juga bisa diartikan sebagai bentuk komunikasi yang dilaksanakan sebagai ajakan atau bujukan agar mau bertindak sesuai dengan harapan komunikator (Nasution and Harahap 2024). Adapun pengertian komunikasi persuasif menurut beberapa ahli antara lain :

- a. Burgon & Huffner menjelaskan, komunikasi persuasif adalah metode untuk mengubah sikap, padangan, dan perilaku seseorang supaya sejalan dengan tujuan komunikator tanpa adanya unsur paksaan, melainkan didasarkan pada kesadaran, kerelaan, dan disertai perasaan yang positif (Dia dan Sri Wahyuni 2022).
- b. Carl Hovland menjelaskan, bahwa komunikasi persuasif merupakan proses penyampaian pesan yang dilakukan oleh komunikator (persuader) hingga diterima, dan dipahami oleh komunikan (persuadee) (Muslimah and Maghfirah Aestetika 2024).
- c. Nothstine menjelaskan, bahwa komunikasi persuasif merupakan suatu kegiatan yang bertujuan untuk mempengaruhi sikap orang lain melalui cara berbicara atau menulis (Andri Astuti Itasari 2024).

Istilah persuasif memiliki sinonim, yang berarti mengajak, membujuk, atau merayu. Komunikasi persuasif adalah proses di mana seseorang berupaya untuk mempengaruhi padangan, dan perilaku seseorang melalui memanipulasi aspek psikologisnya, sehingga seseorang tersebut berperilaku sesuai apa yang diinginkannya (Julio Salas 2023). Persuasif bisa dilakukan baik dengan pendekatan rasional maupun emosional. Dengan pendekatan rasional komponen kognitif seseorang dapat dipengaruhi, melalui ide ataupun konsep tertentu, sehingga bakal terbentuk keyakinan. Sedangkan pendekatan

emosional, menyentuh pada aspek afeksi, yaitu hal-hal yang berkaitan dengan aspek emosional seorang. Melalui metode ini, rasa empati dan simpati bisa timbul, dan menyebabkan munculnya perasaan positif pada individu yang sedang dipersuasi.

Di dalam psikologi komunikasi persuasif merupakan kemampuan seseorang atau kelompok dalam berkomunikasi untuk dapat membujuk atau mengarahkan orang lain. Tujuan dari komunikasi persuasif adalah memberikan motivasi kepada komunikan agar melakukan perubahan dalam perilaku, sikap, persepsi, dan pandangannya atas inisiatif sendiri tanpa adanya paksaan. Dalam komunikasi persuasif terjadi sebuah kegiatan atau usaha dalam meyakinkan seseorang agar mau berbuat atau bertingkah laku sesuai dengan yang diinginkan oleh pemberi pesan atau komunikato dengan cara merayu atau membujuk tanpa adanya paksaan maupun kekerasan.

Agar terjalin komunikasi yang efektif dan berkualitas, perlu adanya elemen-elemen komunikasi persuasif, yang mirip dengan elemen komunikasi pada umumnya. Elemen-elemen tersebut adalah sebagai berikut :

a. Komunikator (Persuader)

Persuader adalah individu atau sekumpulan orang yang memberikan pesan untuk dapat mempengaruhi perilaku, dan perspektif individu baik secara verbal maupun non-verbal (Alfarindo and Pela Agustina 2023b).

b. Pesan

Pesan adalah berita yang akan disampaikan untuk mencapai tujuan mengubah sikap atau tingkah laku dari penerima pesan. Artinya pesan perusasif dapat memanipulasikan yang dimaksud dengan mengurangi atau menambah fakta yang sesuai konteks, memanfaatkan fakta-fakta yang berkaitan dengan motif persuader agar penerima tertarik untuk mengikuti pesan yang disampaikan (Dia dan Sri Wahyuni 2022).

c. Komunikan (Persuade)

Persuadee merupakan individu atau sekumpulan orang yang menjadi sasaran untuk menerima pesan dari *persuader* atau komunikator baik dalam bentuk kata-kata atau emosional (Heryanto, Atika, and Utami 2022).

d. Saluran

Saluran adalah alat yang digunakan untuk mengirim atau menyebarkan pesan yang ingin disampaikan kepda penerima. Agar pesan yang disampaikan akan menjadi efektif, alat yang digunakan harus tepat, dengan mengetahui siapa audiens yang ditargetkan dan dapat membantu kita dalam mengembangkan pesan yang sesuai (Wakas and Sampel 2021).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

e. Efek dan tanggapan

Efek atau tanggapan merupakan reaksi atau respon yang berasal dari komunikasi atau dari pesan itu sendiri. Umpan balik dan respon memiliki keterkaitan yang erat. Tanggapan diperlukan untuk mengetahui apakah pesan persuasif yang disampaikan berhasil atau tidak (Widya Maya 2023).

Strategi Komunikasi Persuasif Menurut Melvin L. Defleur dan Sandra J. Ball Roceach.

Melvin L. Defleur dan Sandra K. Ball Roceach memberikan beberapa strategi komunikasi Persuasif, yaitu :

a. Strategi Komunikasi Psikodinamika

Strategi komunikasi psikodinamika adalah metode untuk merubah sudut pandang dan pemahaman seseorang. Pendekatan ini menekankan pada aspek emosional ataupun faktor kognitif seseorang. Salah satu padangan yang mendasari adalah aspek memiliki dampak kognitif memiliki dampak signifikan terhadap sikap seseorang. Dengan menyampaikan pesan yang efisien akan diperoleh perubahan psikologi individu dengan cara tertentu. Individu tersebut akan memberikan respon terbuka melalui perilaku yang sesuai dengan harapan persuader (Masri et al. 2024).

Secara istilah strategi komunikasi psikodinamika merujuk pada pendekatan yang mempertimbangkan faktor-faktor kognitif dan aspek emosional yang relatif sulit untuk diubah, terutama karena minimnya hubungan emosional dan pendekatan antar pihak yang terlibat (Rosidi et al. 2023b). Menurut Melvin L. Defleur dan Sandra J. Ball-Rocean strategi psikodinamika berlandaskan pada keyakinan bahwa karakteristik biologis manusia adalah warisa, dan terdapat pula faktor lain yang bersifat fundamental dari biologis yang merupakan hasil dari proses belajar (Firdaus et al. 2023). Dalam penerapan pesan persuasif yang menyentuk aspek emosional, hal ini juga dapat menghubungkan penggerak emosi dengan tipe perilaku tertentu (Paramita 2022).

Dengan demikian, komunikasi persuasif yang baik berhubungan dengan proses belajar tentang hal-hal baru. Pendekatan ini berfokus pada aspek emosional kognitif. Salah satu dasarnya bahwa aspek kognitif memiliki pengaruh yang besar pada perilaku individu. Esensinya pesan-pesan yang disampaikan secara efektif dapat mengubah dapat mengubah fungsi psikologis seseorang dalam melalui berbagai cara, yang didasarkan oleh informasi yang disampaikan oleh persuader (DeFleur 2022)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Strategi Komunikasi Sosiokultural

Strategi komunikasi sosiokultural adalah suatu pendekatan yang dilakukan oleh sekumpulan orang atau individu untuk memahami dan menyesuaikan diri dengan budaya, perilaku, dan cara berpikir masyarakat di suatu daerah. Pendekatan ini sangat penting dalam mengembangkan pesan-pesan persuasif, terutama dalam kampanye sosial dan lingkungan, agar pesan tersebut relevan dan diterima oleh kelompok, atau individu, yang menjadi target (Setiawan and Arviani 2024).

Strategi sosiokultural menggunakan strategi yang menekankan dan memanfaatkan faktor diluar personal, yang kemudian mampu mengubah sikap, dengan memberikan fasilitas-fasilitas pendukung (Rosidi et al. 2023). Secara istilah strategi komunikasi sosialkultural merujuk kepada penggunaan norma dan aturan sosial yang disepakati oleh suatu kelompok untuk memengaruhi perilaku individu agar sesuai dengan harapan komunitas (Hajar and Anshori 2021). Dalam strategi sosiokultural, biasanya simbol dan metafora non-verbal dipakai untuk menggambarkan keadaan yang dirasakan oleh seseorang yang mengalami masalah kesehatan mental (Arafah and Destiwati 2024).

Strategi persuasif sosiokultura sering digunakan bersama dengan tekanan antarpersonal untuk berdiskusi. Strategi sosiokultural menjelaskan bahwa perilaku manusia dipengaruhi oleh kekuatan luar dari diri individu sendiri (DeFleur 2022). Maka strategi sosiokultural yang memiliki konsep “reproduksi tatanan sosial”, ketika interaksi komunikatif melibatkan simbol-simbol yang dapat ditafsirkan dan dimaknai oleh seseorang. Dalam sebuah interaksi terdapat kesepakatan mengenai makna dan simbol-simbol yang ditetapkan oleh anggota komunitas yang ada dengan memengaruhi aspek internal dari diri dan identitas anggota, sehingga menyebabkan aturan dan tatanan sosial berubah seiring dengan perkembangan komunikasi itu sendiri.

c. Strategi Komunikasi Meaning Construction

Strategi meaning construction merupakan strategi yang berpusat pada penggunaan kata-kata yang telah diubah untuk menarik perhatian dan membujuk individu atau kelompok. Defluer dan Roceach mengatakan bahwa kata-kata yang dapat diubah dapat dimanipulasi untuk menciptakan arti baru (Afgrynadika, Tanjung, and Hamdani 2023). Pada strategi ini pengetahuan seseorang dapat mempengaruhi perilaku seseorang. Strategi ini bermula dari konsep di mana hubungan pengetahuan dan perilaku dapat dicapai sejauh apa yang dapat diingat.

Secara istilah strategi komunikasi meaning construction merujuk kepada pendekatan sistematis dalam menyusun dan menyampaikan pesan untuk memastikan kesamaan pemahaman antara komunikator dan

komunikasikan . Persuader berusaha memberikan informasi mengenai sesuatu kepada seseorang yang mengikuti dari lingkungan sekitar yang menciptakan suatu pengertian pada masyarakat kalau hal tersebut yang harus diikuti, dan itu juga yang diinginkan oleh persuader (Umbu Arifin and M. Syukron Anshori 2023). Strategi ini persuader berupaya untuk memanipulasi suatu arti untuk lebih dapat memberikan pengertian yang mudah dimengerti dan dipahami orang yang dipersuasikan. Persuade memberikan perumpamaan-perumpamaan terhadap suatu makna tanpa mengurangi arti dari pengertian itu sendiri (DeFleur 2022).

Maka pada strategi ini persuader berusaha untuk memanipulasi sebuah kata, sebuah pengertian atau umpamaan pada suatu makna tetapi tidak mengubah arti dari makna tersebut, serta mudah dipahami oleh masyarakat. Dengan kata lain untuk mengedukasi dengan cara dan penyampaian yang lebih sederhana. Disamping itu dengan diterimanya pengetahuan oleh masyarakat melalui lingkungan sekitar menimbulkan sebuah pemahaman oleh masyarakat.

C. Kerangka Pemikiran

Pada kerangka pemikiran ini berisikan bagian dari penelitian tentang alur pemikiran logika yang memuat kaitan variabel satu dan lainnya sesuai dengan garis penelitian berdasarkan pada rumusan masalah. Berdasarkan permasalahan penelitian ini meletakkan komunitas KitaBerguna.Group sebagai komunikator yang merancang dan melaksanakan strategi komunikasi persuasif. Strategi komunikasi persuasif menggunakan konsep dari Melvin L. Defleur dan Sandra K. Ball-Rokeach, yang mana strategi komunikasi persuasif terdiri dari 3 bentuk strategi diantaranya strategi psikodinamika, sosiokultural, dan meaning construction.

Demi melihat strategi komunikasi persuasif oleh Komunitas KitaBerguna.Group, maka peneliti akan mengidentifikasi berdasarkan 3 strategi. Penerapan ketiga strategi komunikasi persuasif tersebut diimplementasikan dalam program *GreenExpedition*. Untuk itu apabila implementasi kegiatan persuasif pada strategi komunikasi persuasif ini berjalan dengan baik, maka layanan yang disampaikan untuk memberikan pemahaman dan menarik peserta berbanding lurus dan lancar. Dengan strategi komunikasi yang tepat, program *GreenExpedition* dapat menarik peserta dari berbagai kampus yang ada di Pekanbaru untuk memahami, dan ikut serta dalam kesadaran untuk peduli terhadap lingkungan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

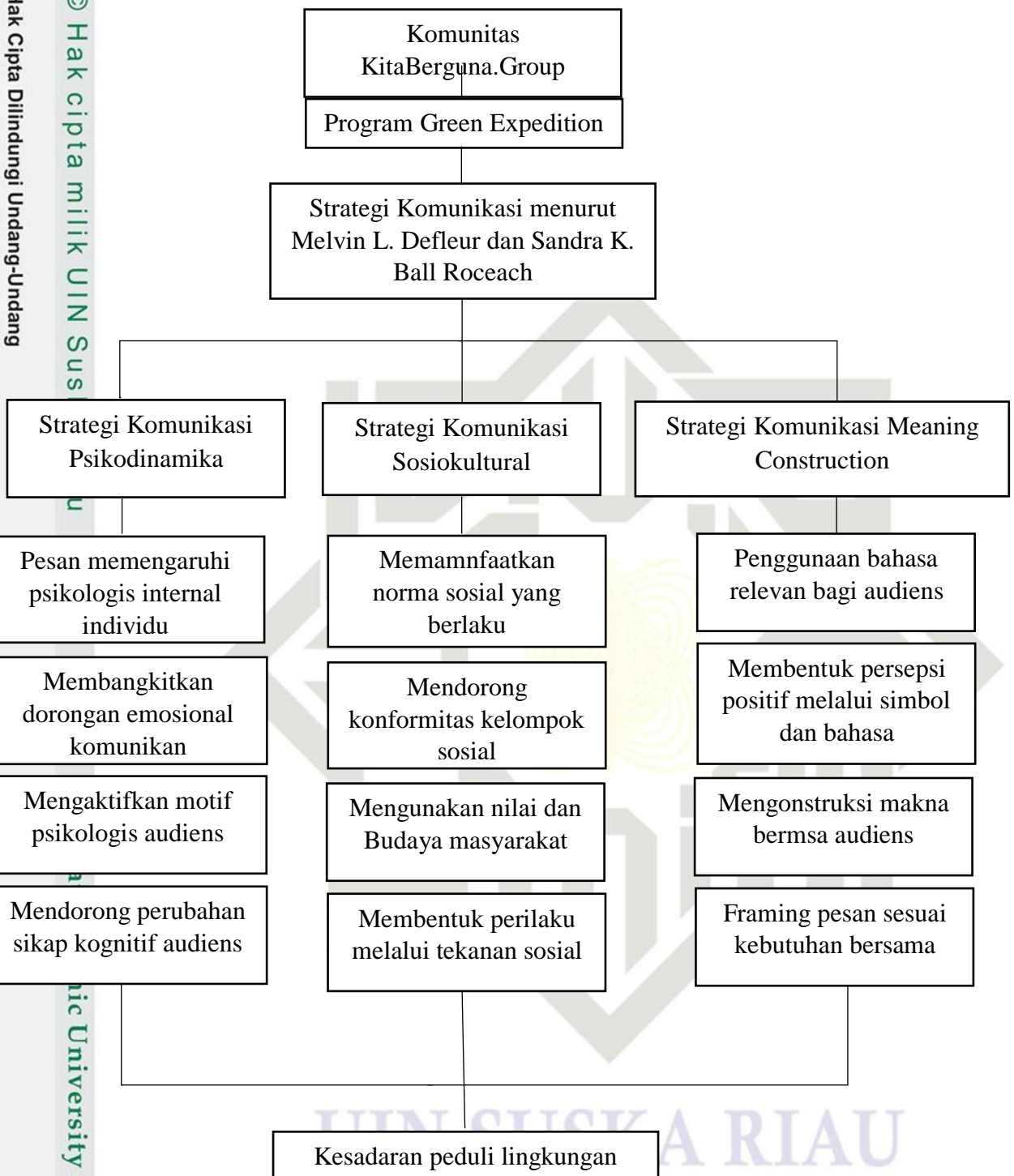
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 1 Kerangka Berpikir
sumber: olahan peneliti

BAB III METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti dalam fenomena ini adalah metode kualitatif untuk memahami peristiwa secara mendalam, menggali makna subjektif, dan memahami kondisi sosial di mana fenomena itu terjadi. Penelitian kualitatif sifatnya mendasar dan naturalistik atau bersifat kealamian. Bogdan dan Taylor (1982) mengatakan penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati, pendekatannya diarahkan pada latar dan individu secara holistik (Dr. H. Zuchri Abdussamad 2021). Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus (case study) untuk menganalisis penerapan komunikasi persuasif yang dilakukan oleh komunitas KitaBerguna.Group dalam menjalankan program merupakan bagian dari metode kualitatif yang mendalami suatu permasalahan atau kasus secara lebih mendalam dengan melibatkan pengumpulan data dari beragam informasi. Studi kasus merupakan metode yang mengkaji suatu permasalahan secara mendalam (Nurahma and Hendriani 2021).

Pada pengumpulan data dengan melakukan observasi, wawancara, dan dokumentasi kepada komunitas KitaBerguna.Group. Data yang dikeluarkan berupa narasi, kutipan, atau kutipan langsung dari hasil wawancara, observasi atau dokumentasi yang diamati. Pada penelitian ini data tidak dikuantifikasi dalam bentuk bilangan atau angka, tetapi dianalisis secara kualitatif, dengan melalui interpretasi dan pemahaman makna yang terkandung dalam data hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Penelitian ini memberikan pemahaman mengenai penerapan komunikasi persuasif kepada komunitas yang baru dalam melaksanakan program *sustainable*.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Pada penelitian ini penulis melakukan penelitian bertepatan di sekretariat KitaBerguna Jln. Rajawali Sakti, Delima, kec. Tampan, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau.

C. Sumber Data Penelitian

Terdapat 2 sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain:

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang dikumpulkan langsung oleh penulis dari sumber aslinya, dengan menggunakan alat pengukuran atau pengambilan data langsung pada subjek sebagai sumber informasi yang dicari. Data primer adalah data dari sumber utama dan merupakan olahan dari penulis berdasarkan hasil wawancara bersama responden dan observasi secara langsung pada Komunitas KitaBerguna.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh melalui pihak lain dan tidak langsung diperoleh oleh peneliti dari subjek penelitiannya. Data sekunder yang akan digunakan dalam penelitian ini berupa jurnal ilmiah serta penelitian-penelitian sebelumnya.

D. Informan Penelitian

Informan penelitian adalah seseorang atau kelompok yang memberikan informasi dan data kepada peneliti untuk melaksanakan penelitian, baik data tentang dirinya ataupun orang lain atau suatu kejadian maupun suatu hal kepada peneliti (Mujiatun et al. 2022). Pemilihan informan penelitian ini dilakukan dengan teknik purposive, teknik ini merupakan sebuah cara dimana periset memastikan pengutipan melalui metode menentukan identitas yang cocok dengan tujuan riset, sehingga dapat menanggapi kasus riset yang sedang diteliti (Lenaini 2021). Berdasarkan pada relevansi individu dengan topik penelitian, keterampilan atau pengalaman yang informan miliki, serta informan bisa memberikan perspektif dan informasi yang berharga. Tabel 1 merupakan tabel data informan dalam penelitian ini.

No	Nama	Jabatan
1	Muhammad Rizky	Founder KitaBerguna.Group dan Ketua Pelaksana <i>Green Expedition</i>
2	Laely Yanah Putri	Humas KitaBerguna.Group
3	Fajriah Hidayati	Penanggung Jawab acara <i>GreenExpedition</i>
4	Dwi indah mahera	Peserta <i>GreenExpedition</i>
5	Khairun Nisa Nur Rafita	Peserta <i>GreenExpedition</i>

Tabel 1 Informan Penelitian

sumber: olahan peneliti

Pada tabel informan diatas peneliti tentunya memiliki alasan untuk memilih informan tersebut. Rizky selaku pendiri komunitas KitaBerguna.Group dan sekaligus ketua pelaksana pada program GreenExpedition tentunya lebih tahu terkait kegiatan yang akan dilaksanakan. Tidak hanya itu Rizky juga menjadi informan untuk mendapatkan informasi pra penelitian. Laely yanah putri merupakan humas yang mana ia mempromosikan dan juga ikut dalam menyusun kegiatan ini. Fajriah Hidayati bagian penanggung jawab pada kegiatan ini. Dwi Indah Mahera dan juga Nahdiatul Husna Daulay merupakan peserta yang ikut dalam program GreenExpedition.

E. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan sebuah metode atau cara untuk membuat sesuatu. Teknik pengumpulan data termasuk dalam bagian penting

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dan memiliki beberapa teknik. Teknik pengumpulan data merupakan cara yang akan digunakan oleh penulis untuk mengumpulkan data dengan tujuan agar penulis mendapatkan data yang lengkap dan tepat untuk penelitian ini. Berikut ada beberapa teknik dari pengumpulan data yang digunakan oleh penulis :

1. Wawancara Mendalam

Dalam penelitian ini akan digunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam. Wawancara adalah cara untuk mengumpulkan data yang melibatkan interaksi secara langsung antara peneliti dan informan. Wawancara bertujuan untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang pengalaman, pandangan, dan perspektif seseorang terkait sebuah peristiwa yang akan diteliti (Ardiansyah 2023). Wawancara dilakukan peneliti secara langsung dengan orang-orang yang dianggap perlu dan mewakili dalam penelitian ini. Wawancara dapat dilakukan dalam tahap awal penelitian dan dilanjutkan dengan wawancara penelitian yang lebih mendalam (Hendro Wijoyo 2022). Dengan mempertemukan dua orang atau lebih untuk bertukar informasi dan menggali keterangan yang mendalam seputar topik yang terkait dengan permasalahan ini sehingga terkumpul informasi yang diperlukan oleh peneliti melalui tanya jawab.

2. Observasi

Dalam penelitian ini penulis melakukan observasi, observasi berarti peneliti melihat dan mendengarkan apa yang dilakukan atau dibicarakan para informan. Observasi adalah metode pengumpulan data yang kompleks karena melibatkan berbagai faktor dalam pelaksanaannya (Mochamad Nashrullah et al. 2023). Observasi merupakan suatu cara penilaian yang dilakukan secara berkesinambungan yang memanfaatkan indera, baik secara langsung maupun tidak langsung dengan beberapa format observasi yang berisi sejumlah indikator perilaku yang diamati (Rita Fiantika, Wasil, and Jumiyati 2022). Dalam tahap ini, peneliti akan terlibat langsung dan mengikuti berbagai kegiatan yang berlangsung. Dengan observasi partisipan, maka data yang diperoleh akan lebih lengkap, tajam, dan sampai mengetahui pada tingkat makna dari setiap perilaku yang nampak. Metode pengumpulan data observasi tidak hanya mengukur sikap dari informan, tetapi juga dapat digunakan untuk mencatat berbagai fenomena yang terjadi.

Dokumentasi

Dokumentasi merupakan rekaman mengenai peristiwa yang telah terjadi, yang dapat berupa tulisan, gambar, atau karya dari seseorang. Dokumentasi berfungsi sebagai pelengkap dalam penggunaan metod observasi dan wawancara dalam penelitian ini (Nyangfah Nisa Septiana, Zulfatul Khoiriyah, and Shaleh 2024). Dokumentasi digunakan untuk memverifikasi data yang baru dikumpulkan. Pengumpulan data dilakukan secara terang-terangan dan dilakukan oleh peneliti. Jika ada data yang tidak dapat digunakan

atau hanya sedikit relevan, ini akan sangat membantu (Natasya and Eko Pujiyanto 2023).

F. Validitas Data

Validitas data merupakan sebuah cara yang digunakan untuk dapat mengetahui tingkat keselarasan antara yang diukur dan hendak diukur. Sebuah tes yang dinyatakan valid khusus diperuntukkan pada suatu penelitian, tidak akan mewakili nilai validitas pada penelitian lainnya (Fadli et al. 2023). Validitas merupakan kredibilitas dari sejauh mana hasil penelitian mencerminkan kenyataan yang sebenarnya dan dapat dipercaya oleh para informan penelitian serta audiens yang lebih luas. Metode ini menekankan pentingnya keterlibatan mendalam peneliti dengan konteks penelitian dan penggunaan triangulasi data untuk meningkatkan keakuratan hasil (Loso Sudijanto et al. 2024). Dijelaskan triangulasi sebagai kegiatan untuk mengecek data melalui berbagai sumber, teknik, dan waktu. Triangulasi digunakan untuk menghilangkan keraguan, sehingga fenomena yang akan diteliti dapat diartikan dan dipahami dengan baik kemudian diperoleh sebuah kebenaran dengan tingkatan yang lebih tinggi jika dipandang melalui pendekatan dari berbagai sudut pandang (Vera Nurfajriani et al. 2024).

G. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam Moleong adalah kegiatan yang dilakukan dengan jalan bekerja data, mengorganisasikan data, memillih data menjadi satuan yang dapat dikeloka, mensistesisikan data, mencari dan menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, serta memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain (Sofwatillah et al. 2024). Teknik analisis data dalam penelitian kualitatif adalah deskriptif atau naratif. Analisis data menekankan kepada penjelasan atau narasi sebab akibat, yang bertujuan untuk mengkaji lebih dalam pada sebuah fenomena (Waruwu 2024).

Analisis data kualitatif melalui proses deskriptif, pengelompokan dan interkoneksi dari fenomena dengan konsep peneliti. Fenomena yang akan diteliti perlu dijelaskan dengan tepat. Peneliti harus mampu menginterpretasikan dan menjelaskan data, karena itu kerangka konseptual perlu dikembangkan dan data dikelompokkan. Tujuannya untuk menjelaskan suatu peristiwa dengan lebih detail membandingkan beberapa kasus tentang apa yang mereka miliki di umum atau perbedaan di antara mereka kemudian mengembangkan teori tentang fenomena di bawah studi dari analisis (Rofiah, Pgri, and Jombang 2022).

Miles dan huberman mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara turun menurun sampai tuntas, sehingga informan yang memberikan datanya sudah tuntas. Aktivitas dalam analisis data, yaitu data *reduction*, data *display*, dan *conclusion drawing / verification* (Rita Fiantika et al. 2022).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. **Data Reduction (Reduksi Data)**

Reduksi data adalah proses berfikir sensitif yang memerlukan kecerdasan dan keluasaan serta kedalaman wawasan yang tinggi. Reduksi data juga cara untuk memilih, pemusatan perhatian pada penyederhanaan dan mengabstrakkan dan transformasi data kasar menerus. Mereduksi data artinya merangkum milih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, mencari tema dan polanya. Dengan itu data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencari bila diperlukan.

3. **Data Display (Penyajian Data)**

Penyajian data adalah kegiatan kegiatan sekumpulan informasi disusun, sehingga memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dengan menyajikan data maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kegiatan selanjutnya berdasarkan apa yang telah difahami tersebut. Dalam menyajikan data, selain berupa naratif juga dapat berupa grafik, matrik, dan chart

3. **Conclusion Drawing / Verification (Penarikan dan Pengujian Kesimpulan)**

Kesimpulan merupakan temuan baru yang sebelumnya belum ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih belum jelas sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat untuk mendukung pada tahap pengumpulan data selanjutnya. Upaya melakukan penarikan kesimpulan atau verifikasi dilakukan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang peneliti lakukan, maka hasil yang peneliti dapatkan ialah, bahwa KitaBerguna.Group dalam meningkatkan kesadaran peduli lingkungan melalui program GreenExpedition terwujud melalui strategi komunikasi yang secara terencana dan sistematis. Pada pendekatan Psikodinamika KitaBerguna.Group menggunakan pendekatan persuasif yang menyentuh dimensi kognitif dan emosional peserta secara bersamaan, seperti ingin memberikan kontribusi positif kepada masyarakat terhadap apa yang mereka dapatkan selama mengikuti program. KitaBerguna.Group juga memberikan motivasi, keyakinan dan pengalaman yang bermanfaat, serta pengetahuan terhadap lingkungan lebih mendalam dengan mendatangkan ahli agar lebih mengetahui secara dalam. Strategi ini merupakan kunci psikodinamika yang disatukan dengan pengalaman langsung dan tanggung jawab sosial secara bersamaan.

Pada strategi sosiokultural juga berkontribusi penting dalam pelaksanaan program ini, dengan menghapus jarak antara penyelenggara dan peserta dengan menciptakan kesetaraan relasional. Penggunaan sebutan “Sober (Sobat Berguna)” untuk peserta “MiGun (Mimin Berguna)” untuk panitia menciptakan suasana komunikasi yang horizontal dan inklusif. KitaBerguna.group juga menciptakan interaksi sosial antar peserta dari berbagai latar belakang pendidikan agar menciptakan ikatan emosional yang memperkuat emosional yang memperkuat motivasi kolektif untuk peduli lingkungan.

Di sisi lain, strategi komunikasi meaning construction diterapkan dengan menyederhanakan konsep “Peduli Lingkungan” menjadi aksi nyata yang dikemas secara kreatif dan partisipatif, seperti penanaman pohon secara langsung dan kegiatan opungsam (Operasi Pungut Sampah). KitaBerguna.Group mengkonstruksi ulang makna peduli lingkungan dari sekedar kewajiban moral menjadi bagian dari identitas dan gaya hidup generasi muda, dengan mengaitkan narasi lingkungan dengan manfaat personal yang langsung dirasakan oleh peserta, seperti bertambahnya wawasan, keterampilan sosial, jejaring komunitas, dan kepuasan batin. Konstruksi makna ini mampu menghasilkan perubahan perilaku yang berkelanjutan, sebagaimana ditunjukkan oleh peserta yang dimulai menerapkan kebiasaan ramah lingkungan dalam kehidupan sehari-hari.

B. Saran

Seiring dengan kesimpulan KitaBerguna.Group disarankan untuk terus memperkuat dan mengembangkan strategi komunikasi persuasif yang telah diterapkan. KitaBerguna.Group perlu merencanakan program GreenExpedition Batch 2 dan kegiatan lingkungan lainnya secara berkala agar dampak yang dihasilkan tidak berhenti pada satu sesi saja. Penguatan branding komunitas secara kolektif perlu menjadi prioritas agar identitas KitaBerguna.Group tidak terlalu bergantung pada personal branding pengurusnya.

Pada strategi komunikasi psikodinamika menjadi pilar dalam strategi komunikasi persuasif KitaBerguna.Group, disarankan untuk terus mengembangkan aspek ini dalam upaya untuk meningkatkan peserta. Penggunaan pesan persuasif yang menggerakkan aspek emosional, motivasi dan keyakinan relawan dapat menjadi strategi yang lebih intensif untuk membangun komitmen peserta.

Selain itu strategi komunikasi sosialkultural juga perlu ditingkatkan dengan lebih aktif terlibat dalam aksi peduli lingkungan. Kesadaran peduli lingkungan yang telah ditumbuhkan melalui program ini disarankan agar diwujudkan dalam tindakan nyata sehari-hari, hingga turut serta dalam kegiatan pelestarian lingkungan. Dalam hal ini, kolaborasi dengan komunitas lokal, organisasi pemuda, dapat menjadi langkah yang strategis

Tidak hanya itu, penggunaan saluran komunikasi disarankan untuk lebih ditingkatkan penggunaan untuk menyebarkan informasi dan pengetahuan, tidak hanya ada saat program berlangsung. Ini terlihat pada strategi komunikasi meaning konstruktion dengan lebih memfokuskan pada media sosial dan penggunaan pengalaman langsung untuk menarik perhatian individu dan membangun pemahaman yang lebih dalam tentang program yang akan dijalankan.

Terakhir, penting untuk dicatat bahwa ketiga strategi ini secara hipotesis merupakan kunci keberhasilan dalam mencapai tujuan dari KitaBerguna.Group dalam melaksanakan program GreenExpedition. Penelitian dan implementasi strategi komunikasi persuasif yang berbasis psikodinamika, sosiokultural, dan meaning construction dapat menambah literatur akademis dalam bidang komunikasi dan psikologi sosial. Ini memberikan wawasan baru mengenai bagaimana strategi-strategi ini dapat digunakan dalam konteks pengembangan komunitas dan kesadaran untuk peduli lingkungan dapat menjadi perbandingan dalam implementasi strategi komunikasi perusiasif bagi peneliti lainnya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR PUSTAKA

- Afgynadika, Aufa, Hasan Basri Tanjung, and Ikhwan Hamdani. 2023. "Strategi Komunikasi Persuasif Lembaga Kemanusiaan Dalam Meningkatkan Penjualan Hewan Kurban (Studi Program New Kurban Yayasan Pelopor Kepedulian Tahun 2021)." *Komunika: Journal of Communication Science and Islamic Dakwah* 7(2):10–28. doi:10.32832/komunika.v7i2.8873.
- Alfarindo, Septian M., and Dwi Pela Agustina. 2023a. "Strategi Komunikasi Persuasif Karang Taruna Tunas Muda Dalam Meminimalisir Kriminalitas Remaja." 5(1).
- Alfarindo, Septian M., and Dwi Pela Agustina. 2023b. "Strategi Komunikasi Persuasif Karang Taruna Tunas Muda Dalam Meminimalisir Kriminalitas Remaja." 5(1).
- Andri Astuti Itasari. 2024. "Pengantar Komunikasi Persuasif."
- Anhar, Indah Pratiwi, Rina Mardiana, and Rai Sita. 2022. "Dampak Kebakaran Hutan Dan Lahan Gambut Terhadap Manusia Dan Lingkungan Hidup (Studi Kasus: Desa Bunsur, Kecamatan Sungai Apit, Kabupaten Siak, Provinsi Riau)." *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat [JSKPM]* 6(1):75–85. doi:10.29244/jskpm.v6i1.967.
- Arafah, Rizka Aulia, and Rita Destiwati. 2024. *HULONDALO Strategi Komunikasi Persuasif Dalam Menghadapi Stigma Kesehatan Mental Menggunakan Pendekatan Inklusif Persuasive Communication Strategies in Dealing with Mental Health Stigma Using an Inclusive Approach*. Vol. 3.
- Ardiansyah. 2023. *Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pada Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif*. <http://ejournal.yayasanpendidikandzurriyatulquran.id/index.php/ihsan>.
- DeFleur, M. L. 2022. *Mass Communication Theories: Explaining Origins, Processes, and Effects*. Taylor & Francis.
- Dia dan Sri Wahyuni. 2022. *TEKNIK KOMUNIKASI PERSUASIF BUYA YAHYA PADA CERAMAH "APA DAN BAGAIMANA HIJRAH ITU?"* <https://isnawijayanti.wordpress.com>.
- Dr. H. Zuchri Abdussamad, S. I. K. ., M. Si. 2021. "Metode_Penelitian_Kualitatif."
- Dr. Irene Silviani, MSP, and S. sos, M. Ikom Prabudi Darus. 2021. "STRATEGI_KOMUNIKASI_PEMASARAN_MENGGUNAKA."
- Fadli, Rahmat, Suci Hidayati, Mifathul Cholifah, Rusdi Abdullah Siroj, Muhammad Win Afgani, and Uin Raden Fatah Palembang. 2023.

Validitas Dan Reliabilitas Pada Penelitian Motivasi Belajar Pendidikan Agama Islam Menggunakan Product Moment. Vol. 6. <http://Jiip.stkipyapisdompou.ac.id>.

Firdaus, Muhammad Fariz, Yanti Tayo, Muhammad Ramdhani, Program Studi, Ilmu Komunikasi, Ilmu Sosial, and Ilmu Politik. 2023. “Komunikasi Persuasif Ceo Coffee Shop Dalam Menarik Minat Investor (Studi Kasus Pada Mahakan Coffee Bogor).” *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 2023(5):377–85. doi:10.5281/zenodo.7752186.

Frisdia. 2023. “Lebih Dari 2.000 Hektare Lahan Terbakar Di Riau Hingga 8 Oktober 2023.”

Harar, Siti Aisyah, and Muhammad Syukron Anshori. 2021. “Strategi Komunikasi Persuasif Farah Qoonita Dalam Menyampaikan Dakwah Melalui New Media.” *Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Sosial* (2).

Hendro Wijoyo. 2022. “ANALISIS TEKNIK WAWANCARA PENGERTIAN WAW.”

Heryanto, Holy, Dan Atika, and Budhi Utami. 2022. “KOMUNIKASI PERSUASIF PENGGALANGAN DANA KITABISA PERSUASIVE COMMUNICATION OF KITABISA FUNDRAISING.”

Ibnu Chaldun -Jakarta, Universitas, Hidayati Artarini, and Firna Tihurua. 2024. *Fakultas Ilmu Komunikasi STRATEGI KOMUNIKASI ORGANISASI DALAM MENUNJANG PELAYANAN PUBLIK KOMISI PENYIARAN INDONESIA (STUDI KASUS KPI PUSAT) Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Ibnu Chaldun Jakarta.* Vol. IV.

Juli Salas, Hagi. 2023. *REVITALISASI PENDIDIKAN KARAKTER MELALUI STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF PASCA PEMBELAJARAN DARING (Studi Pada SMA Bina Muloya Gadingrejo, Pringsewu).*

Kusumaningtyas, Widya Ayu, Ita Nurlita, and Rini Ganefwati. 2022. “STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF HUMAS WISATA BAHARI LAMONGAN UNTUK MENARIK MINAT WISATAWAN MELALUI INSTAGRAM @WISATABAHARILAMONGAN.” 9(1).

Lenaini, Ika. 2021. “TEKNIK PENGAMBILAN SAMPEL PURPOSIVE DAN SNOWBALL SAMPLING INFO ARTIKEL ABSTRAK.” 6(1):33–39. doi:10.31764/historis.vXiY.4075.

Los6 Judijanto, Guntur Arie Wibowo, Karimuddin Karimuddin, Harun Samsuddin, Askar Patahuddin, Annisa Fitri Anggraeni, Raharjo Raharjo, and Frida Marta Argareta Simorangkir. 2024. “Research Design : Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif.”

Masri, Annisa, Sendi Eka Nanda, Lenie Okviana, Fakultas Ilmu Komunikasi, and Universitas Gunadarma. 2024. “KOMUNIKASI PERSUASIF

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



RELAWAN KOMUNITAS LENSE ANAK TERMINAL DALAM MEMBANGUN KREATIVITAS FOTOGRAFI PADA ANAK MARJINAL.”

Mochamad Nashrullah, Oleh, SPd Okvi Maharani, SPd Abdul Rohman, SPd Eni Fariyatul Fahyuni, I. Nurdyansyah, and Rahmania Sri Untari MPd. 2023. *METODOLOGI PENELITIAN PENDIDIKAN (Prosedur Penelitian, Subyek Penelitian, Dan Pengembangan Teknik Pengumpulan Data)* Diterbitkan Oleh UMSIDA PRESS.

Mutiaturun, Siti, Hanifa Jasin, Muhammad Fahmi, and Jufrizen Jufrizen. 2022. “Model Financial Technology (Fintech) Syariah Di Sumatera Utara.” *Owner* 6(3):1709–18. doi:10.33395/owner.v6i3.893.

Muslimah, Mei Syaroh, and Nur Maghfirah Aesthetika. 2024. *Analisis Komunikasi Persuasif Pada Konten Self Love Di Akun TikTok @ananzaprili.*

Nasution, Cucu Cahaya Hati, and Muhammad Said Harahap. 2024. “STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF KEPALA SEKOLAH DALAM MENCEGAH TAWURAN ANTAR PELAJAR MENENGAH KEGURUAN AL-WASHLIYAH 4 MEDAN.” *Jurnal Psikotes* 1(1):19–24. doi:10.59548/ps.v1i1.116.

Natasya, Fathya Jihan, and Wahyu Eko Pujiyanto. 2023. “Pemberdayaan Usaha Kecil Puding Kelengkeng Berbasis Digitalisasi Di Desa Simoketawang.” *Jurnal Pengabdian Masyarakat Darul Ulum* 2(2):54–65. doi:10.32492/dimas-undar.v2i2.2201.

Nurahma, Gilang Asri, and Wiwin Hendriani. 2021. “Tinjauan Sistematis Studi Kasus Dalam Penelitian Kualitatif.” *Mediapsi* 7(2):119–29. doi:10.21776/ub.mps.2021.007.02.4.

Nyengfah Nisa Septiana, Zulfatul Khoiriyah, and Shaleh. 2024. “METODE PENELITIAN STUDI KASUS DALAM PENDEKATAN KUALITATIF.”

Parmita, Putri. 2022a. “Analisis Kalimat Persuasif d Media Sosial Instagram (IG.” 7(1):11. doi:10.31764/telaah.vXiY.6939.

Parmita, Putri. 2022b. “Analisis Kalimat Persuasif d Media Sosial Instagram (IG.” 7(1):11. doi:10.31764/telaah.vXiY.6939.

Raja Adil Siregar. 2021. “1.286 Hektare Lahan Terbakar Di Riau Sepanjang 2021, Terlalu Di Bengkalis.”

Rita Fiantika, Feny, Mohammad Wasil, and Sri Jumiyati. 2022. *METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF.*

Rofiah, Chusnul, Stie Pgri, and Dewantara Jombang. 2022. *ANALISIS DATA KUALITATIF: MANUAL ATAU DENGAN APLIKASI?* Vol. 6.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Rosidi, Rosidi, Nadya Amalia Nasution, Mubasit Mubasit, and M. Ihsan Solihin. 2023a. "Strategi Dan Implementasi Komunikasi Dakwah Persuasif Di Komunitas Punk Hijrah Bandar Lampung." *Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)* 23(1):21–36. doi:10.15575/anida.v23i1.22698.
- Rosidi, Rosidi, Nadya Amalia Nasution, Mubasit Mubasit, and M. Ihsan Solihin. 2023b. "Strategi Dan Implementasi Komunikasi Dakwah Persuasif Di Komunitas Punk Hijrah Bandar Lampung." *Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)* 23(1):21–36.
- Setiawan, Jonathan Diven, and Heidy Arviani. 2024. *Analisis Strategi Komunikasi Persuasif Pandawara Group Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Indonesia Terhadap Kebersihan Lingkungan Melalui Media Sosial*. <http://Jiip.stkipyapisdompou.ac.id>.
- Sofwatillah, Risnita, M. Syahrani Jailani, and Deassy Arestya Saksitha. 2024. "TEHNIK ANALISIS DATA KUANTITATIF DAN KUALITATIF DALAM ILMIAH."
- Umbu Arifin, and M. Syukron Anshori. 2023. "EKSPLORESI STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF TAMAN BACA MASYARAKAT (TBM) UNTUK MENINGKATKAN LITERASI BACA DI MASA PANDEMIC COVID-19; (Studi Kasus TBM Rumah Kreatif Sahabat Nusantara Pulau Ende)." <http://jurnal.uts.ac.id/index.php/KAGANGA>.
- Vera Nurfajriani, Wiyanda, Muhammad Wahyu Ilhami, Arivan Mahendra, Rusdy Abdullah Sirodj, Win Afgani, Universitas Islam Negeri, Raden Fatah, and Palembang Abstract. 2024. "Triangulasi Data Dalam Analisis Data Kualitatif." *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 10(17):826–33. doi:10.5281/zenodo.13929272.
- Wasas, Jeremia Engelita, and Glori Sampel. 2021. "Tepian Jurnal Misiologi Dan Komunikasi Kristen Komunikasi Persuasif Pendeta Dalam Menyampaikan Firman Tuhan Di Media Sosial Instagram." *Desember* 2(2):48–65. <https://datareportal.com/reports/dInstagramital-2021->.
- Wahwu, Marinu. 2024. *Pendekatan Penelitian Kualitatif: Konsep, Prosedur, Kelebihan Dan Peran Di Bidang Pendidikan*. <https://afeksi.id/jurnal/index.php/afeksi/>.
- Widya Maya, Astri. 2023. "KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM PEMBENTUKAN SIKAP MENTAL DAN KARAKTER (Studi Pada Pelatih Pendidik Tamtama TNI AD KODAM II SWJ Palembang)." <http://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/jsikom>.
- Yusuf, Dian, Wina Puspita Sari, Asep Soegiarto, Muria Putriana, and Menati Fajar Rizki. 2025. "Strategi Komunikasi Humas Kementerian Pemberdayaan Perempuan Dan Perlindungan Anak Dalam Menginformasikan Layanan SAPA 129." *Jurnal ISO: Jurnal Ilmu Sosial, Politik Dan Humaniora* 5(1):12. doi:10.53697/iso.v5i1.2649.



LAMPIRAN

Lampiran I

DRAFT PERTANYAAN UNTUK WAWANCARA

Pada draft pertanyaan ini, peneliti menyusun pertanyaan yang akan ditanya kepada informan penelitian yang telah dicantumkan pada skripsi peneliti. Dan juga draf pertanyaan ini sebagai bukti bahwa peneliti telah melakukan penelitian dengan judul penelitian “Strategi Komunikasi Persuasif Pada Program *Greenexpedition* Dalam Meningkatkan Kesadaran Peduli Lingkungan Oleh Komunitas *KitaBerguna.Group*”

A. Peran Komunitas *KitaBerguna.Group* dalam Meningkatkan Kesadaran Peduli Lingkungan melalui Program *GreenExpedition*

Pertanyaan:

1. Bagaimana strategi yang dirancang untuk membuat program *GreenExpedition* ini menarik bagi banyak orang agar mereka peduli pada lingkungan?
2. Saluran komunikasi apa yang Anda gunakan terkait informasi program *GreenExpedition*?
3. Bagaimana strategi yang dirancang oleh komunitas *KitaBerguna.Group* untuk membuat program *GreenExpedition* menarik dan mampu mendorong orang untuk peduli pada lingkungan?

B. Indikator strategi komunikasi psikodinamika

Pertanyaan:

1. Dari semua informasi yang tentang program ini, apa yang membuat proram ini menarik dan harus diikuti?
2. Menurut anda, apa yang membuat semangat peduli lingkungan selalu ada selama pelaksanaan program *GreenExpedition*?
3. Menurut kamu, informasi apa yang membuat program ini dapat menggerakkan peserta untuk peduli lingkungan?
4. Pesan, cerita, atau fakta apa tentang kondisi lingkungan yang disampaikan dalam program *GreenExpedition* yang paling mengena secara emosional dan mendorong Anda untuk ikut terlibat?

C. Indikator strategi komunikasi social cultural

Pertanyaan:

1. Coba ceritakan Bagaimana interaksi antar peserta dalam program *GreenExpedition* pada semangat dan partisipasi?
2. Bagaimana program *GreenExpedition* menyesuaikan cara berkomunikasi dan pesan yang disampaikan sesuai dengan isu atau permasalahan yang ada disekitar agar mudah dipahami?
3. apa pesan utama yang disampaikan Lewat program *GreenExpedition*, dan bagaimana Anda melihat efektivitas pesan tersebut dalam memicu aksi nyata untuk lingkungan?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta dimiliki UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Bagaimana narasi yang terdapat program *GreenExpedition* mampu menyederhanakan isu lingkungan yang kompleks menjadi sesuatu yang personal dan menggerakkan aksi nyata?
5. Apakah komunitas KitaBerguna.Group mengintegrasikan nilai-nilai budaya lokal seperti tradisi gotong royong, atau semangat kebersamaan dalam menyampaikan pesan kepedulian lingkungan? Coba ceritakan bagaimana bentuk dan efektivitasnya?

D. Indikator strategi komunikasi Meaning Construction

Pertanyaan:

1. Apa sebenarnya inti pesan atau tujuan utama yang ingin disampaikan melalui program GreenExpedition ini?
2. Bagaimana tingkat kemudahan dalam memahami konsep "peduli lingkungan" yang ditawarkan oleh KitaBerguna.Group?
3. Apakah narasi "peduli lingkungan" ini dikaitkan dengan manfaat langsung yang bisa dirasakan oleh individu?
4. Bagaimana komunitas KitaBerguna.Group membangun narasi atau 'cerita besar' tentang kepedulian lingkungan dalam program GreenExpedition, sehingga isu yang terasa kompleks menjadi personal dan mendorong aksi nyata?

E. Evaluasi strategi komunikasi persuasif Komunitas KitaBerguna.Group untuk kesadaran peduli lingkungan.

Pertanyaan:

1. Apa saja aspek komunikasi dari KitaBerguna.Group yang dirasa masih perlu ditingkatkan atau diperbaiki?
2. Bagaimana strategi komunikasi ini dalam mengubah kesadaran dan perilaku peduli lingkungan?
3. Menurut Anda, aspek komunikasi apa dari komunitas KitaBerguna.Group dalam program GreenExpedition yang masih perlu ditingkatkan atau diperbaiki agar pesan kepedulian lingkungan lebih efektif sampai kepada masyarakat luas?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran II

Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DOKUMENTASI WAWANCARA PENELITIAN



Wawancara Dengan Fajriah Hidayati Penanggung Jawab acara

GreenExpedition

Sumber: dokumentasi peneliti 2025



Wawancara Dengan Laely Yanah Putri Humas KitaBerguna.Group

GreenExpedition

Sumber: dokumentasi peneliti 2025

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Wawancara Dengan Dwi indah mahera Peserta *GreenExpedition*
 Sumber: dokumentasi peneliti 2025



**Wawancara Dengan Muhammad Rizky Founder KitaBerguna.Group dan
 Ketua Pelaksana *Green Expedition***
 Sumber: dokumentasi peneliti 2025



Wawancara Dengan Khairun Nisa Nur Rafita Peserta *Green Expedition*
 Sumber: dokumentasi peneliti 2025

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran III

DOKUMENTASI KEGIATAN GREENNEXPEDITION



Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2024



Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2024

Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2024



Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2024



Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2024

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.