

BAB II

KAJIAN TEORITIS

A. Deskripsi Objek

Objek penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah kerusakan DAS Bodri Hilir kabupaten Kendal. Keruskaan yang terjadi diantaranya kondisi hidrologis DAS yang mengarah kepada penurunan produktivitas lahan, peningkatan erosi dan sedimentasi, serta percepatan degradasi lahan. Berdasarkan laporan P.61/Menhut-II/2014 data lahan kritis yang ditampilkan dalam perhitungan adalah yang masuk klasifikasi kritis dan sangat kritis. Pada tabel di bawah, luas lahan kritis DAS Bodri adalah : 2.349,83 ha atau 3,60% dari total luas DAS Bodri. Dalam tabel tersebut, data dasar lahan kritis merupakan hasil analisa data lahan yang disusun oleh BPDAS kemudian dilakukan *updating*, dimana dalam penyusunannya selain menganalisa data peta dilakukan pula cek lapangan oleh Tim Monev untuk melihat kondisi teraktual di lapangan. (Laporan Monev Kinerja DAS Bodri 2016:54). Kondisi kekritisan lahan Hasil Monitoring pada wilayah DAS Bodri secara rinci dapat dilihat sebagai berikut ini :

Tabel 2.1.

Data Rekap Luas Lahan Kritis Per Sub DAS

No.	Sub DAS	Luas Lahan (ha)	Lahan Kritis (ha)	Persen (%)
1.	Bodri Hilir	25.364,98	485,74	1,91
2.	Putih	12.551,28	651,98	5,19
3.	Lutut	18.411,19	1.166,38	6,34
4.	Logung	8.921,10	45,74	0,51
	Bodri	65.248,54	2.349,83	3,60

Sumber : Laporan Monev Kinerja DAS Bodri 2016

Secara geografis DAS Bodri terletak antara 110°08'25" - 111°17'00" BT dan 07°06'22"- 07°13'43" LS. Wilayah administrasi DAS

Bodri meliputi Kabupaten Kendal, Semarang , Temanggung dan sebagian kecil Kabupaten Wonosobo.

Tabel 2.2.

Wilayah Administrasi DAS BODRI

No	Kabupaten	Luas (Ha)	Persentase (%)	Jumlah Kecamatan	Jumlah Desa
1	Kendal	31.938,6	48,95	13	105
2	Semarang	3.897,9	5,97	3	17
3	Temanggung	29.365,4	45,01	8	76
4.	Wonosobo	47,6	0,07	1	5
	Jumlah	65.248,54	100,00	25	203

Sumber : Hasil Analisa Peta RBI, skala 1 : 25.000, Bakosurtanal, 2004

Batas administrasi DAS Bodri adalah sebelah utara berbatasan dengan Laut Jawa, sebelah selatan berbatasan dengan Kabupaten Temanggung, sebelah barat berbatasan dengan Kabupaten Kendal serta sebelah timur berbatasan dengan Kabupaten Semarang. Sedangkan batas DAS nya adalah sebelah utara berbatasan dengan Laut Jawa, sebelah selatan berbatasan dengan DAS Progo, sebelah barat berbatasan dengan DAS Blukar serta sebelah timur berbatasan dengan DAS Blorong. Wilayah DAS Bodri terdiri dari 4 Sub DAS, yakni sebagai berikut :

Tabel 2.3.

Sebaran Sub DAS Wilayah DAS Bodri

No	Sub DAS	Luas (Ha)	Persentase (%)
1	Bodri Hilir	25.364,98	38,9
2	Logung	8.921,10	13,7
3	Lutut	18.411,19	28,2
4	Putih	12.551,28	19,2
	Jumlah	65.248.54	100

Sumber : Hasil Analisa Peta Review Batas DAS, skala 1 : 250.000, BP DAS Pemali Jratun, 2009.

Tabel 2.4.

Morfologi Sub DAS Wilayah DAS Bodri

No	Sub DAS	Sebaran Morfologi DAS (Ha)			Jumlah (Ha)
		Hulu	Tengah	Hilir	
1	Bodri Hilir	6.478,88	8.863,90	10.022,19	25.364,99
2	Logung	4.097,95	4.823,15	-	8.921,10
3	Lutut	8.486,19	9.925,09	-	18.411,19
4	Putih	9.132,36	3.418,93	-	12.551,28
	Jumlah	28.195,38	27.031,07	10.022,19	65.248,54

Sumber :Hasil Analisa Peta Review Batas DAS, skala 1 : 250.000, BP DAS Pemali Jratun,2009.

Daerah Aliran Sungai (DAS) merupakan wilayah yang dikelilingi dan dibatasi oleh topografi alami berupa punggung bukit atau pegunungan, dimana presipitasi yang jatuh diatasnya mengalir melalui titik keluar tertentu (outle) yang akhirnya bermuara ke danau atau laut. Batas-batas alam DAS dapat dijadikan sebagai batas ekosistem alam, yang dimungkinkan bertumpang tindih dengan ekosistem buatan, seperti wilayah administrasi dan wilayah ekonomi. DAS dibagi menjadi hulu, tengah, dan hilir. DAS bagian hulu sebagai daerah konservasi, berkerapatan drainase tinggi, memiliki kemiringan topografi besar dan bukan daerah banjir. Adapun DAS bagian hilir dicirikan sebagai daerah pemanfaatan, kerapatan drainase rendah, kemiringan lahan kecil dan sebagian diantaranya merupakan daerah banjir. DAS bagian tengah merupakan transisi di antara DAS hulu dan DAS hilir. Masing-masing bagian tersebut saling berkaitan. DAS bagian hulu merupakan kawasan perlindungan, khususnya perlindungan tata air yang keberadaannya penting bagi bagian DAS lainnya. (Laporan Monev Kinerja DAS Bodri 2016:6)

Daerah aliran sungai (DAS) dapat dipandang sebagai sistem alami yang menjadi tempat berlangsungnya proses-proses biofisik hidrologis maupun kegiatan sosial-ekonomi dan budaya masyarakat yang kompleks. Proses-proses biofisik hidrologis DAS merupakan proses alami sebagai bagian dari suatu daur hidrologi atau yang dikenal sebagai siklus air. Sedang kegiatan sosial-ekonomi dan budaya masyarakat merupakan

bentuk intervensi manusia terhadap sistem alami DAS, seperti pengembangan lahan kawasan budidaya. Hal ini tidak lepas dari semakin meningkatnya tuntutan atas sumberdaya alam (air, tanah, dan tanaman) yang disebabkan meningkatnya pertumbuhan penduduk yang membawa akibat pada perubahan kondisi tata air DAS.

Sebenarnya, penyebab terjadinya sedimentasi sangat kompleks dan dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik berupa faktor alami maupun kegiatan manusia. Menurunnya kualitas ekosistem DAS termasuk hutan dan segala bentuk isi yang terkandung di dalamnya antara lain disebabkan oleh cara penanganan dan pemanfaatan yang salah, masyarakat belum berwawasan lingkungan dalam memanfaatkan sumber daya alam yang umumnya belum memperhatikan aspek-aspek kelestarian termasuk konservasi tanah. Dengan meningkatnya pertumbuhan penduduk, tekanan terhadap sumber daya alam semakin rentan. Hal ini disebabkan kebutuhan akan lahan semakin meningkat terutama di sektor pemukiman, pertanian, dan lain-lain. (Laporan Monev Kinerja DAS Bodri 2016:1-2).

B. Kerangka Teori

1. Definisi Komunikasi

Menurut Trenholm dan Jensen, komunikasi merupakan suatu proses dimana sumber mentransmisikan pesan kepada penerima melalui beragam saluran. Suatu proses yang mentransmisikan pesan kepada penerima pesan melalui berbagai media yang dilakukan oleh komunikator adalah suatu tindakan komunikasi. Selanjutnya menurut Weaver (Fajar,2009:32), komunikasi adalah seluruh prosedur melalui pemikiran seseorang yang dapat mempengaruhi pikiran orang lain. Komunikasi merupakan proses penyampaian suatu pesan dalam bentuk lambang bermakna sebagai pikiran dan perasaan berupa ide, informasi, kepercayaan, harapan, himbauan, dan sebagai panduan yang dilakukan oleh seseorang kepada orang lain, baik langsung secara

tatap muka maupun tidak langsung melalui media, dengan tujuan mengubah sikap, pandangan atau perilaku (Effendy,2002:60).

Secara terminologis, komunikasi berarti proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain. Dari pengertian tersebut, jelas bahwa komunikasi melibatkan sejumlah orang dimana seseorang menyatakan sesuatu kepada orang lain. Komunikasi yang dimaksudkan di sini adalah komunikasi manusia atau dalam bahasa asing *human communication* yang sering pula disebut komunikasi sosial atau *social communication*. Komunikasi manusia sebagai singkatan dari komunikasi antar manusia dinamakan komunikasi sosial atau komunikasi kemasyarakatan karena hanya pada manusia-manusia yang bermasyarakat komunikasi dapat terjadi. Masyarakat terbentuk dari paling sedikit dua orang yang saling berhubungan dengan komunikasi sebagai penjalannya. Komunikasi dapat dilakukan secara langsung maupun menggunakan media. Contoh komunikasi langsung tanpa media adalah percakapan tata muka, pidato tatap muka dan lain-lain sedangkan contoh komunikasi menggunakan media adalah melalui telepon, film, mendengarkan berita lewat radio atau televisi dan lain-lain. Komunikasi dilakukan dengan tujuan untuk perubahan sikap (*attitude change*), perubahan pendapat (*opinion change*), perubahan perilaku (*behaviour change*) dan perubahan sosial (Effendy,2003:8). Sedangkan tujuan komunikasi adalah sebagai berikut (Cangara,2002:22) :

- a. Supaya Yang Disampaikan Dapat Dimengerti,
Seorang komunikator harus dapat menjelaskan kepada komunikan dengan sebaik-baiknya dan tuntas sehingga dapat mengikuti apa yang dimaksud oleh pembicara atau penyampai pesan

b. Memahami Orang

Sebagai komunikator harus mengetahui benar aspirasi masyarakat tentang apa yang diinginkannya dan tidak berkomunikasi dengan kemauan sendiri

c. Supaya gagasan dapat diterima orang lain

Komunikator harus berusaha agar gagasan dapat diterima oleh orang lain dengan menggunakan pendekatan yang persuasif bukan dengan memaksakan kehendak.

d. Menggerakkan orang lain untuk melakukan sesuatu

Menggerakkan sesuatu itu dapat berupa kegiatan yang lebih banyak mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu yang kita kehendaki

Fungsi komunikasi untuk menyampaikan informasi (*to inform*), mendidik (*to educate*), menghibur (*to entertain*), dan mempengaruhi (*to influence*). Agar komunikasi berlangsung efektif, komunikator harus tahu khalayak mana yang akan dijadikan sasaran dan tujuan yang diinginkannya. Komunikator harus terampil dalam membuat pesan agar komunikan dapat menangkap pesan yang disampaikan komunikator dan untuk menciptakan komunikasi yang efektif maka pesan dalam komunikasi harus berhasil menumbuhkan respon komunikan yang dituju. Terdapat lima komponen yang ada dalam komunikasi yaitu:

- a. Komunikator (orang yang menyampaikan pesan)
- b. Pesan (pernyataan yang didukung oleh lambang)
- c. Komunikan (orang yang menerima pesan)
- d. Media (sarana yang mendukung pesan apabila komunikan jauh tempatnya atau banyak jumlahnya)
- e. Efek (dampak sebagai pengaruh dari pesan)

Komunikasi berlangsung apabila antara orang-orang yang terlibat dalam komunikasi terdapat kesamaan makna mengenai

suatu hal yang dikomunikasikan. Jelasnya, jika seseorang mengerti tentang sesuatu yang dinyatakan orang lain kepadanya maka komunikasi berlangsung dan dengan kata lain hubungan antara mereka itu bersifat komunikatif. Sebaliknya jika ia tidak mengerti maka komunikasi tidak berlangsung dan dengan kata lain hubungan antara orang-orang itu tidak komunikatif. (Effendy, 2002:6)

2. Komunikasi Persuasif

Kata komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari kata Latin *communis* yang berarti “sama”, *communico*, *communication* atau *communicare* yang berarti “membuat sama” (*to make common*). Istilah pertama *communis* paling sering disebut sebagai asal kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata Latin lainnya yang mirip. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama. Akan tetapi definisi-definisi kontemporer menyarankan bahwa komunikasi merujuk pada cara berbagi hal-hal tersebut. (Deddy Mulyana, 2002 : 46).

Istilah Persuasif (*persuasion*) bersumber pada perkataan latin persuasio. Kata kerjanya adalah *persuadere*, yang berarti membujuk, mengajak, atau merayu. Agar komunikasi persuasif itu mencapai tujuan dan sasarannya, maka perlu dilakukan perencanaan yang matang” (Effendy, 2004: 21-22). Menurut Richard dalam bukunya “*The Dynamics Of Persuasion*” definisi persuasif adalah:

“*as a symbolic process in which communicators try to convince other people to change their attitudes or behaviors regarding an issue through the transmission of a message in an atmosphere of free choice*”(sebagai proses simbolis di mana komunikator mencoba untuk meyakinkan orang lain untuk mengubah sikap atau perilaku mereka mengenai masalah melalui transmisi pesan dalam suasana pilihan bebas). (Richard, 2010: 12).

Menurut kutipan dari Olson dan Zanna dalam buku Severin dan Tankard teori persuasif adalah :

“One of the most basic forms of communication is persuasion. Persuasion has been defined as “attitude change resulting from exposure to information from others” (Cutlip, Center and Broom, 2006: 6)

Arti dari definisi diatas adalah salah satu dasar terpenting dari komunikasi adalah persuasif. Persuasif memiliki definisi sebagai “berubahnya sikap atau perilaku manusia sebagai hasil dari paparan informasi yang diberikan oleh orang lain”. Dari definisi diatas komunikasi persuasif dapat mempengaruhi perubahan pemikiran, pendapat, persepsi atau sikap seseorang sekalipun. Dengan komunikasi persuasif yang diterapkan harus memberikan hal-hal yang positif bagi audience (komunikan), agar pesan dari komunikasi persuasif tersebut dapat tersampaikan dengan baik, dan audience dapat menerima dan menanggapi pesan tersebut baik itu dalam media atau peralatan apapun di dalam suatu organisasi atau perusahaan yang dapat menjadi sarana penggunaan komunikasi persuasif.

3. Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada massa atau komunikasi dengan menggunakan media massa. Massa di sini adalah kumpulan orang-orang yang hubungan antar sosialnya berbeda dan tidak memiliki struktur tertentu. Menurut Gernber (1967), seorang ahli komunikasi , *"Mass communication is the technologically and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continuous flow of messages in industrial societies"*. (Jalaludin, 2003 : 188).

Komunikasi mengacu pada tindakan satu orang atau lebih yang mengirim dan menerima pesan yang terdistorsi oleh gangguan (*noise*) yang terjadi dalam konteks tertentu, mempunyai pengaruh dan tata kesempatan untuk melakukan timbal balik. Dari

semua pengetahuan dan keterampilan yang menyangkut komunikasi termasuk diantara yang paling penting dan berguna. Melalui komunikasi, manusia dapat memecahkan masalah, mengembangkan gagasan dari berbagai pengetahuan serta pengalaman. Selain itu, komunikasi juga mempunyai efek atau dampak atas satu atau lebih yang terlibat dalam tindakan komunikasi. Pada setiap tindakan komunikasi selalu ada konsekuensinya (Davis,2010:22). Komunikasi massa dapat didefinisikan dengan memusatkan perhatian pada lima variable yaitu sumber, khalayak, pesan, proses dan konteks yang terkandung dalam setiap tindak komunikasi dan memperlihatkan bagaimana variable-variable ini bekerja pada media massa. (De Vito, 1997 : 505).

a. Karakteristik Komunikasi Massa

Karakteristik komunikasi massa adalah sebagai berikut (Ardianto, 2007:7) :

1) Komunikator Terlembagakan

Komunikasi massa itu melibatkan lembaga dan komunikator lainnya adalah lembaga media massa. Lembaga ini menyerupai sebuah sistem. Sistem adalah sekelompok orang, pedoman dan media yang melakukan suatu kegiatan mengolah, meyimpan, menuangkan ide, gagasan, simbol, lambang menjadi pesan dalam membuat keputusan untuk mencapai satu kesepakatan dan saling pengertian satu sama lain dengan mengolah pesan itu menjadi sumber informasi.

2) Bersifat Umum

Komunikasi massa itu bersifat terbuka, artinya komunikasi massa ditujukan untuk semua orang dan tidak ditujukan untuk sekelompok orang tertentu.

Pesan komunikasi massa dapat berupa fakta, peristiwa atau opini. Dengan kata lain, pesan-pesannya ditujukan pada khalayak yang plural.

3) Komunikasinya Anonim dan Heterogen

Dalam komunikasi massa, komunikator tidak mengenal komunikan (anonim), karena komunikasinya menggunakan media dan tidak tatap muka. Disamping anonim, komunikan komunikasi massa adalah heterogen, karena terdiri dari berbagai lapisan masyarakat yang berbeda faktor : usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, latar belakang budaya, agama dan tingkat ekonomi.

4) Media Massa Menimbulkan Keserempakan

Kelebihan komunikasi massa dibandingkan dengan komunikasi lainnya adalah jumlah sasaran khalayak atau komunikan yang dicapainya relatif banyak dan tidak terbatas. Lebih dari itu, komunikan yang banyak tersebut secara serempak pada waktu yang bersamaan memperoleh pesan yang sama pula. Efendy mengartikan keserempakan media massa itu ialah keserempakan kontak dengan sejumlah besar penduduk dalam jarak yang jauh dari komunikator dan penduduk tersebut satu sama lainnya berada dalam keadaan terpisah.

5) Komunikasi Mengutamakan Isi Ketimbang Hubungan

Setiap komunikasi melibatkan unsur isi dan unsur hubungan sekaligus. Dalam komunikasi massa, pesan harus disusun sedemikian rupa berdasarkan sistem tertentu dan disesuaikan dengan karakteristik media massa yang akan digunakan.

6) Komunikasi Massa Bersifat Satu Arah

Bersifat satu arah merupakan kelemahan komunikasi massa. Komunikasi massa itu adalah komunikasi dengan menggunakan media massa. Karena menggunakan media massa maka komunikator dan komunikannya tidak dapat melakukan kontak langsung. Komunikator aktif menyampaikan pesan, namun komunikan juga aktif menerima pesan, namun diantara keduanya tidak dapat melakukan dialog lebih mendalam. Maka pada komunikasi massa tidak terjadi pengendalian arus informasi.

7) Stimulasi Alat Indera "Terbatas"

Alat indera yang terbatas juga merupakan kekurangan dari komunikasi massa. Dalam komunikasi massa, stimulasi alat indera bergantung pada jenis media massa. Pada surat kabar dan majalah pembaca hanya melihat. Pada radio siaran, khalayak hanya mendengar dan pada media televisi, film dan internet khalayak menggunakan indera pengelihat dan pendengaran.

8) Umpan Balik Tertunda (*delayed*)

Komponen umpan balik (*feedback*) merupakan faktor penting dalam bentuk komunikasi apapun. Efektifitas komunikasi seringkali dapat dilihat dari feedback yang disampaikan oleh komunikan. Tidak seperti komunikasi antarpribadi atau komunikasi kelompok, *feedback* dalam komunikasi massa tidak dapat langsung diketahui.

b. Efek Komunikasi Massa

Efek dalam komunikasi merupakan hasil yang dicapai dari sebuah proses komunikasi yang dilakukan oleh

dua orang atau lebih. Menurut Steven M. Chaffe (Ardianto, 2007:49) efek media massa dapat dilihat dari beberapa pendekatan. Pendekatan pertama yaitu efek media massa yang berkaitan dengan pesan atau media itu sendiri. Pendekatan kedua yaitu dengan melihat jenis perubahan yang terjadi pada diri khalayak yaitu komunikasi massa yang berupa perubahan sikap, perasaan, perilaku atau dengan istilah lain dikenal sebagai perubahan kognitif, afektif dan behavioral.

Efek adalah pengaruh yang ditimbulkan oleh sebab/perbuatan. Efek komunikasi massa adalah hasil yang ditimbulkan sebagai akibat diterimanya suatu pesan melalui media massa. Efek media massa dapat dilihat dari tiga pendekatan (Denis McQuail (2002:425-426):

- 1) Pendekatan pertama adalah efek dari media massa yang berkaitan dengan pesan ataupun media itu sendiri.
- 2) Pendekatan kedua adalah dengan melihat jenis perubahan yang terjadi pada diri khalayak komunikasi massa yang berupa perubahan sikap, perasaan dan perilaku atau dengan istilah lain dikenal sebagai perubahan kognitif, afektif dan behavioral.
- 3) Pendekatan ketiga adalah observasi terhadap khalayak (individu, kelompok, organisasi, masyarakat atau bangsa) yang dikenal efek komunikasi massa.

Secara ringkas Sandra Ball-Rokeach dan Melvin L DeFleur merumuskan efek komunikasi massa/media massa yaitu (Rohim, 2009 : 183) :

- 1) Efek Kognitif

Efek kognitif adalah akibat yang timbul pada diri komunikan yang sikapnya informatif bagi dirinya. Efek kognitif membahas tentang bagaimana media massa dapat membantu khalayak dalam mempelajari informasi yang bermanfaat dan mengembangkan keterampilan kognitifnya. Menurut Mc Luhan (Ardianto, 2007:52), media massa adalah perpanjangan alat indera manusia. Dengan media massa, khalayak memperoleh informasi tentang benda, orang atau tempat yang belum pernah dikunjungi secara langsung. Realitas yang ditampilkan oleh media massa adalah realitas yang telah diseleksi. Karena media massa melaporkan dunia nyata secara selektif maka media massa akan mempengaruhi citra tentang lingkungan sosial yang timpang, bias dan tidak cermat. Oleh karena itu muncullah apa yang disebut *stereotype* yaitu gambaran umum tentang individu, kelompok, profesi atau masyarakat yang tidak berubah-ubah dan seringkali timpang dan tidak sepenuhnya benar.

Efek prososial kognitif adalah bagaimana media massa memberikan manfaat yang dikehendaki oleh masyarakat. Banyak orang yang memperoleh pengetahuan yang mendalam tentang suatu bidang yang diminatinya dari berita dan opini yang ditampilkan dalam media massa, sehingga media massa itu menjadi sumber informasi dan rujukan bagi pembaca.

2) Efek Afektif

Efek afektif kadarnya lebih tinggi dari pada efek kognitif. Tujuan komunikasi massa bukan sekedar memberitahu khalayak tentang sesuatu, tetapi lebih dari itu khalayak diharapkan dapat turut merasakan perasaan iba, terharu sedih, gembira, marah dan sebagainya. Dengan kata lain efek afektif menekankan pada aspek perasaan dan kebutuhan mencapai tingkat emosional tertentu.

3) Efek Behavioral

Efek behavioral merupakan akibat yang timbul pada diri khalayak dalam bentuk perilaku, tindakan atau kegiatan yang dapat diamati. Efek behavioral tidak sama pada setiap orang. Belajar dari media massa tidak tergantung hanya pada unsur stimulus yang ada pada media massa saja. Orang cenderung meniru perilaku yang diamatinya. Stimulus menjadi teladan untuk perilakunya.

4. Komunikasi Efektif

Pada dasarnya proses komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikannya. Proses komunikasi tersebut tentu saja ditujukan untuk menciptakan komunikasi yang efektif. Komunikasi efektif sendiri mensyaratkan adanya pertukaran informasi dan juga kesamaan makna antara komunikator dengan komunikannya. Seseorang berkomunikasi dengan orang lain dikatakan efektif setidaknya menimbulkan lima hal (Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss, 1996 : 23-28) yaitu :

1. Pengertian

Komunikasi yang efektif terjadi apabila penerimaan yang cermat oleh komunikan pada pesan sebagaimana yang dimaksudkan komunikator. Untuk mencapai komunikasi yang efektif komunikator haruslah dapat menyampaikan atau menguraikan konsep pesan dengan jelas sehingga komunikan dapat mengerti informasi atau pesan yang disampaikan.

2. Kesenangan

Komunikasi efektif dapat terjadi apabila dapat membangun rasa senang diantara komunikan. Komunikasi inilah yang menjadikan hubungan seseorang dengan orang lain menjadi lebih menyenangkan sehingga lebih mudah mencapai efektifitas dalam berkomunikasi.

3. Mempengaruhi sikap

Dalam berkomunikasi salah satu tujuannya adalah untuk saling mempengaruhi satu sama lain. Ketika komunikator menyampaikan pesan, ia bukan sekedar agar orang tersebut paham namun juga mengingingkan perubahan sikap dari komunikannya.

4. Hubungan sosial yang baik

Salah satu faktor untuk mendapatkan komunikasi yang efektif adalah menciptakan hubungan sosial yang baik. Manusia terlahir sebagai makhluk sosial, dimana setiap manusia ingin bergabung dan saling membutuhkan satu sama lain. Apabila secara sosial hubungan antara seseorang dengan orang lain baik, maka potensi untuk komunikasi efektif tercipta semakin besar. Namun kalau dari segi sosial saja hubungan seseorang dengan orang lain sudah buruk, si penerima pesan kemungkinan bisa mengabaikan atau menolak isi pesan tersebut.

5. Menimbulkan tindakan

Menimbulkan tindakan memang salah satu indikator yang baik untuk mengukur seberapa besar efektivitas yang terjal. Untuk dapat menimbulkan tindakan, komunikator terlebih dahulu menanamkan pengertian, menimbulkan perasaan senang, menciptakan hubungan yang baik serta mengubah sikap komunikannya.

C. Hasil Penelitian yang Relevan

Dalam penulisan penciptaan karya ini, penulis menggali informasi dari penelitian sebelumnya sebagai bahan perbandingan. Selain itu, penulis juga menggali informasi dari sumber lain dalam rangka mendapatkan suatu informasi yang ada sebelumnya tentang teori yang berkaitan dengan judul yang digunakan untuk memperoleh landasan teori ilmiah. Sebagai bahan perbandingan penelitian, penulis mencoba mengambil referensi penelitian yang relevan yaitu :

NO	Nama Penulis, Tahun, dan Judul	Metode Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Jurnal Penelitian Komunikasi "Pesan Tentang Edukasi Bencana Dalam Film "NYANYIAN HUJAN", oleh Oktolina Simatupang Balai Besar Pengkajian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika Medan. Vol.17 No.2 Desember 2016	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis isi. Data yang diteliti dalam penelitian ini adalah film <i>Nyanyian Musim Hujan</i> . Data berupa <i>softcopy</i> film <i>Nyanyian Musim Hujan</i> atau yang lazim disebut dengan studi dokumen (<i>documentary study</i>). Data yang akan dianalisis yaitu dialog serta adegan dalam film <i>Nyanyian Musim Hujan</i> yang mengandung pesan tentang edukasi bencana.	Persamaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan Oktolina Simatupang adalah sama-sama memiliki tema tentang edukasi bencana yang salah satu faktor pemicunya adalah perilaku oleh manusia itu sendiri. Dalam Film <i>Nyanyian Musim Hujan</i> , salah satu contoh dari faktor dari perilaku manusia yang merusak lingkungan adalah pembangunan gedung-gedung yang membabi buta tanpa memperhatikan aliran dan daerah resapan air. Sedangkan pada film dokumenter peneliti adalah pada perilaku manusia dimana mengalihkan fungsi lahan dari tanaman	Perbedaan penelitiannya adalah pada format media audio visualnya. Apabila penelitian yang dilakukan oleh peneliti Oktolina Simatupang dalam bentuk film bergenre drama keluarga, sedangkan media Komunikasi, Informasi, dan Edukasi (KIE) dimana lebih banyak informasi terkait data kerusakan DAS Bodri.

			tahunan menjadi tanaman semusim, pertambangan / galian C, serta degradasi lahan.	
2.	E-Jurnal Ilmu Komunikasi, 3 (1), 2015 : 269-280, ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id "Peran Kaltim Post Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Tentang Banjir di Kota Samarinda" oleh Vina Septiwulan, Mahasiswa Program S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Mulawarman	Penelitian tersebut menggunakan penelitian Deskriptif Kualitatif dengan data primer key Informan (kunci informasi) Rizal Zurait selaku Pimpinan Redaksi Kaltim Post, dan Dwi Restu Amrullah selaku Staff Redaksi Kaltim Post, dan Informan pendukungnya. Hasil penelitian yang telah dilakukan, peran Kaltim Post dalam meningkatkan kesadaran masyarakat tentang banjir di Kota Samarinda. berdasarkan data yang didapat dari pihak Kaltim Post dan	Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Vina Septiwulan dengan peneliti adalah terletak pada tema penelitian yaitu sama-sama terkait dengan edukasi tentang penanggulangan dan pelestarian lingkungan kepada masyarakat. Untuk penelitian yang dilakukan peneliti adalah edukasi kerusakan DAS Bodri Kendal sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Vina Septiwulan adalah tentang edukasi dan penanggulangan banjir.	Perbedaannya adalah pada format media massa untuk penyebarannya. Apabila penelitian yang dilakukan oleh Vina Septiwulan format media massanya adalah surat kabar harian (media cetak), sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti memiliki format media massa dalam bentuk produk audio visual, dengan rincian media Komunikasi, Informasi, dan Edukasi (KIE) dimana lebih banyak informasi terkait data kerusakan DAS

		informan pendukung dari masyarakat kota Samarinda, Kaltim Post sudah menjalankan tugas dan fungsinya sebagai media massa yaitu berfungsi sebagai pengawasan dan peringatan, social learning (edukasi), penyampai informasi, transformasi budaya, dan menghibur.		Bodri..
3.	Jurnal Ilmiah Kajian Teori dan Aplikasi Teknik Elektro "Perancangan Aplikasi Game Edukasi Mitigasi Bencana Alam Berbasis Android Sebagai Media Pembelajaran Mitigasi Bencana Alam" oleh A.A.K Oka Sudana, Kadek Suarwibawa, Pradnya Pratisditha Ning Parwa (Dialektrika, ISSN	Metodologi yang digunakan oleh penelitian tersebut menggunakan Linier Sequential. Semacam metode yang untuk suatu acuan sumber didalam penyusunan data atau informasi pada perancangan Game edukasi Mitigasi Bencana Alam menggunakan metode Linier Sequential.	Persamaan metode penciptaan karya yang dilakukan oleh peneliti dengan Oka Sudana dkk adalah bentuk edukasi mitigasi bencana yang ditujukan untuk masyarakat agar meningkatkan pengetahuan dan wawasan serta informasi tentang bahaya bencana alam dan bagaimana menanggulangnya.	Perbedaannya adalah pada format metode penciptaan karya tersebut. Apabila karya yang diciptakan oleh peneliti Oka Sudana dkk adalah dalam bentuk GAME EDUKASI ANDROID, sedangkan yang dibuat oleh peneliti sendiri adalah dalam bentuk media audio visual Komunikasi,

	2085-9487 Vol. 2 No. 2 : 141 - 150, Agustus 2015) Jurusan Teknologi Informasi Universitas Udayana Denpasar Bali Indonesia	Hasil uji coba tersebut terkait dengan penilaian aspek keseluruhan (Overall) tentang semua bagian komponen dalam game Mitigasi Bencana Alam. Dalam Game tersebut menjelaskan analisa penilaian masyarakat akan game Mitigasi Bencana Alam sebagai media edukasi yang baik serta dijelaskan kedalam persentase penilaian. Hasil uji coba terhitung dari jumlah koresponden sebanyak 30 orang kesimpulan : 1. Responden yang memilih tidak menarik sebanyak 0 orang 2. Responden yang memilih kurang menarik sebanyak 0 orang 3. Responden yang memilih pilihan		Informasi, dan Edukasi (KIE)
--	--	--	--	-------------------------------------

		menarik sebanyak 10 orang / 36,7% 4. Responden yang memilih pilihan sangat menarik sebanyak 20 orang / 63,3%		
4.	Journal of Community Media and Public Health "Pengembangan Media Komunikasi, Informasi, dan Edukasi Kesehatan Bagi Masyarakat Daerah Bencana Gunung Berapi di Kabupaten Sleman, Yogyakarta Oleh Oktarina dan Mugeni Sugiharto Dalam Berita Kedokteran Masyarakat, Vol. 28. No. 1 Maret 2012 Pusat Humaniora Kebijakan Kesehatan dan Pemberdayaan Kesehatan, Surabaya	Jenis penelitian yang dilakukan adalah diskritif untuk menjelaskan menjelaskan kegiatan KIE selama erupsi gunung berapi. Rancangan penelitian ini menggunakan studi <i>cross sectional</i> karena data diambil pada tahun 2012 terhadap masyarakat yang tinggal di lereng gunung berapi, tokoh masyarakat, dan stakeholders di daerah bencana gunung berapi.	Persamaan yang dilakukan antara peneliti dengan Oktarina dan Mugeni Sugiharto adalah promosi media komunikasi, informasi, dan edukasi (KIE) tentang bencana atau kerusakan lingkungan.	Perbedaan yang ada pada penelitian ini adalah metode penelitian. Apabila peneliti menggunakan Metode Penciptaan Karya yaitu berupa produk audio visual, sedangkan Oktarina dan Mugeni Sugiharto menggunakan Pengumpulan data kuantitatif dengan menggunakan kuesioner terukur untuk mengkaji pemahaman (pengetahuan, sikap, dan perilaku) masyarakat di daerah bencana,

				baik yang belum pernah atau yang pernah mendapat sosialisasi KIE kesehatan dari stakeholder yang terlibat dalam kegiatan mitigasi bencana gunung berapi. Pengumpulan data kualitatif dilakukan melalui Focus Group Discussion (FGD) pada stakeholders di Dinas Kesehatan Provinsi, Dinas Kesehatan Kabupaten, Puskesmas, Camat, perangkat desa, tokoh agama, dan tokoh masyarakat setempat.
--	--	--	--	---