



Kampanye Lingkungan Hidup Forum Komunitas Hijau dalam Pelestarian Alam di Kota Banjarmasin

Lalita Hanief¹, Noviana Sari², Andika Sanjaya³

Universitas Lambung Mangkurat

e-mail: 1afiqalita@yahoo.co.id

Abstrak

Pengelolaan sampah dan penghijauan merupakan masalah yang patut diperhatikan di kota sungai Banjarmasin. Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui implementasi Kampanye Lingkungan Hidup Forum Komunitas Hijau (FKH) dalam pelestarian alam di Kota Banjarmasin. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara semi terstruktur, dokumentasi, studi pustaka, dengan teknik analisis data berupa CAQDAS. Hasil penelitian menunjukan bahwa kampanye lingkungan FKH berupa analisis masalah, analisis khalayak, penetapan media, pemilihan media, pengembangan pesan, produksi media, pelaksanaan program, pengawasan, dan evaluasi. Media yang digunakan berupa spanduk, kaos, dan grup facebook, dengan bahasa Indonesia dan Banjar.

Kata kunci: komunitas lingkungan, studi media komunitas, perencanaan komunikasi, pelestarian alam

Abstract

Waste management and greening are noteworthy problems in Banjarmasin river city. The purpose of this study was to determine the implementation of “Forum Komunitas Hijau” (FKH) Environmental Campaign in Nature Conservation in Banjarmasin City. This research uses a descriptive qualitative approach. Data collection techniques using semi-structured interviews, documentation, library research, with data analysis techniques such as CAQDAS. The results showed that the FKH environmental campaign took the form of problem analysis, audience analysis, assigning media, selecting media, developing messages, producing media, implementing programs, monitoring, and evaluating. They use banners, shirts, and facebook groups, using Indonesian and Banjar languages.

Keywords: environmental community, community media studies, communication planning, nature conservation

PENDAHULUAN

Banjarmasin dijuluki sebagai kota seribu sungai, dengan kehidupan masyarakat yang bergantung dengan sungai. Menjaga kebersihan sungai, melakukan penghijauan lingkungan untuk serapan air, serta pengelolaan sampah yang tepat menjadi hal yang sangat penting di Banjarmasin. Forum Komunitas Hijau (FKH) rutin mengadakan berbagai kegiatan pelestarian alam di wilayah kota Banjarmasin untuk mewujudkan lingkungan yang bersih dan asri (InfoBanua, 2013).

FKH Banjarmasin dibentuk sejak tahun 2013 yang terdiri dari pencinta lingkungan setempat, seperti Kelompok Kerja Wartawan Lingkungan Hidup (Pokja LH), Banjarmasin Cinta Lingkungan, Pena Hijau, Persatuan Anggrek Indonesia (PAI), dan Kelompok Pencinta Pohon. Kampanye lingkungan merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan FKH. Para relawan anggota FKH memberikan pemahaman kepada masyarakat Banjarmasin akan pentingnya kebersihan lingkungan, penghijauan serta menjaga alam (Zainuddin, 2013).

Kampanye lingkungan merupakan cara untuk menyampaikan pesan pelestarian alam, agar masyarakat memiliki kesadaran secara bersama-sama bertanggungjawab atas kebersihan di sekitarnya. Kebersihan sungai menjadi masalah krusial di kota Banjarmasin karena masyarakat hidupnya banyak bergantung pada air sungai, seperti kebutuhan untuk mencuci, mandi, buang air bahkan untuk memasak. Namun, kesadaran masyarakat bantaran sungai masih kurang baik, mereka kerap kali membuang sampah di sungai (InfoBanua, 2013).

Keberadaan ruang terbuka hijau juga erat kaitannya dengan keberadaan pohon. Menurut riset dari Lestari (2018), daya serap *karbon dioksida* (CO₂) oleh pohon di Banjarmasin sangat rendah. Kawasan jalan Gedung Sultan Suriansyah memiliki beban emisi gas CO₂ tertinggi. Sebaliknya, daya serap terbesar ada di kawasan Sabilal, mengingat di kawasan tersebut banyak ditumbuhi pohon-pohon besar. Jika tidak mudah mengurangi frekuensi penggunaan kendaraan bermotor, maka penanaman pohon menjadi solusi utama. Solusi tersebut yang diperjuangkan oleh FKH.

FKH bersama pemerintah dan elemen masyarakat lainnya berupaya melestarikan alam dengan menjalankan kampanye lingkungan. Sesuai dengan visi misi pemerintah kota Banjarmasin yang ingin mewujudkan Banjarmasin BAIMAN (*Barasih wan Nyaman*: Bersih dan Nyaman). Selain kebersihan sungai, penghijauan serta pengelolaan sampah menjadi fokus perhatian FKH. Berdasarkan uraian tersebut maka peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana implementasi kampanye lingkungan FKH dalam pelestarian alam di kota Banjarmasin (Arpawi, 2018).

Kampanye lingkungan telah dikaji oleh beberapa peneliti, antara lain Rochimah (2009), Misnawati (2013), Ismail (2013). Ketiganya bukan di Kota Banjarmasin. Kampanye lingkungan dapat menggunakan berbagai media yang menarik untuk diimplementasikan di Kota Banjarmasin.

Rochimah (2009: 69) melakukan riset tentang kampanye perilaku sadar lingkungan dan kesehatan di Kulonprogo. Media kampanye dapat berupa poster, leaflet, spanduk, pemberian informasi langsung. Media digunakan untuk mengubah perilaku tentang periaku membuang sampah, minum air sehat, cuci tangan, tidak memanasi makanan, dan perilaku buang air besar. Kelima perilaku beresiko diare pada anak-anak.

Misnawati (2013: 141-144) meneliti kampanye lingkungan pelestarian orang utan di Samarinda, Kalimantan Timur. Komunitas mengadakan komunikasi tatap muka melalui kunjungan sekolah (*school visit*) dari TK hingga SMA.

Ismail (2013: 99-100) meneliti kampanye diet plastik oleh komunitas nasional. Komunitas tersebut memanfaatkan bauran promosi (*promotion mix*) dengan sosialisasi langsung. Komunitas memanfaatkan iklan layanan masyarakat di kanal Youtube dan jejaring bioskop. Media lain yang digunakan adalah poster, spanduk, stiker, tas kain, serta media sosial Twitter, Facebook, dan situs.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas maka peneliti merumuskan suatu masalah penelitian. Peneliti mengeksplorasi bagaimana implementasi kampanye lingkungan hidup FKH dalam pelestarian alam di Kota Banjarmasin. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui implementasi kampanye lingkungan tersebut. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi

masukan untuk FKH dalam merancang strategi komunikasi dan kampanye lingkungan untuk melestarikan alam di Kota Banjarmasin. Penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang mengkaji komunikasi lingkungan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif Kualitatif karena sesuai dengan permasalahan penelitian yaitu kampanye lingkungan yang dilakukan FKH, sehingga dapat menjawab pertanyaan secara khusus dan mendalam. Data diperoleh langsung dari informan melalui wawancara. Penulis juga melengkapi data yang ada dengan data pendukung dari studi literatur.

Penulis melakukan wawancara bertahap dengan formal dan sistematis. Pewawancara tidak terlibat dalam kehidupan sosial informan (Bungin, 2007). Penulis memilih dua informan yang merupakan pengurus FKH serta beberapa masyarakat kota Banjarmasin. Kedua informan adalah Hasan Zainuddin dan Zainy. Mereka berdua adalah tokoh penting dalam komunitas ini.

Peneliti mengumpulkan dokumentasi, berupa tulisan, gambar dan digital. Peneliti juga menjalankan studi literatur, mencari literatur yang relevan dengan teori kampanye lingkungan dan strategi komunikasi. Literatur berupa jurnal, hasil penelitian sejenis dan buku-buku.

Peneliti melakukan analisis data dengan memroses data yang tidak beraturan. Data yang tidak beraturan, selanjutnya disusun sedemikian rupa. Susunan data tersebut baru dapat dimaknai. Analisis data ini berkaitan dengan reduksi dan interpretasi (Daymon, 2008:368).

Reduksi data digunakan untuk memilah-milah data yang tidak beraturan. Potongan data yang tidak teratur tersebut selanjutnya dilakukan koding. Koding lalu disusun menjadi kategori, hal ini disebut proses 'memoing'. Interpretasi hanya bisa dilakukan jika pola dan susunan sudah sederhana. Pemaknaan dan pemahaman kata-kata kedua informan selanjutnya menjadi hasil temuan.

Analisis data dilakukan saat wawancara dengan catatan lapangan, rekaman, dan data visual. Ketiganya ditunjang pengalaman riset. Kegiatan wawancara menjadi awal dari analisis. Penulis memilih analisis model CAQDAS, yang terdiri dari *coding* (koding), *annotating* (penandaan), *memoing* (pencatatan),

lingking (penghubungan), *searching* (pencarian), *retreiving* (perolehan), diakhiri dengan *displaying* (pemaparan) (Daymon, 2008).

PEMBAHASAN

Lingkungan dan Religiusitas

Berdasarkan hasil wawancara diketahui hasil penelitian bahwa FKH melakukan penghijauan karena kebutuhan lingkungan di sana. FKH terbentuk tahun 2013 yang saat ini diketuai oleh H. Muhammad Yusuf, namun beliau tidak aktif lagi dalam komunitas ini. Wakil ketua FKH yaitu Muhammad Ary, dengan puluhan anggota komunitas.

Berdasarkan perjanjian walikota Banjarmasin tahun 2013 yaitu Muhiddin, bersama 60 kota di Indonesia, Banjarmasin menjadi kota hijau dengan beberapa atribut. Atribut tersebut dapat terdiri dari ruang terbuka hijau, penanganan sampah, penanganan sungai, ramah transportasi, ramah energi, perencanaan yang sensitif terhadap agenda hijau, bangunan ramah lingkungan dan memiliki komunitas. Namun seiring waktu, pemerintah kota Banjarmasin kurang aktif dalam kegiatan komunitas lingkungan (InfoBanua, 2013).

Hasan Zainuddin (Paman Anum), selaku sekretaris FKH, menyebutkan bahwa Kalimantan Selatan memiliki keanekaragaman hayati. Hal tersebut dijelaskan informan pertama pada wawancara berikut:

“Daun jatuh saja tidak boleh dipindah karena Sunatullah, jadi akan menjadi kompos. Satu hal yang sering saya teriakkan adalah di Kalsel ini adalah plasma nutfahnya paling kaya. Keanekaragaman hayati, utamanya buah-buahan. Ini ciptaan Tuhan, kenapa harus dibabat, ini dijadikan sawit, tambang” (wawancara 9 April 2019).

Informan pertama menjelaskan keanekaragaman hayati dengan mengangkat nilai-nilai religius. Ia menyadari bahwa kekayaan alam tersebut merupakan anugerah Tuhan. Alam tanpa manusia juga akan berjalan seperti sebagaimana mestinya. Hal tersebut dijelaskan dalam perwujudan daun yang jatuh ke tanah.

Pengomposan alamiah tersebut merupakan contoh aspek lingkungan yang positif. Di sisi lain, ada juga aspek lingkungan yang bersifat merugikan. Kota

Banjarmasin merupakan kota sungai, dimana sebagian masyarakat lokal biasa hidup bergantung sungai. Namun, sungai tersebut mengandung masalah tersendiri yang tidak disadari setiap masyarakat lokal.

Informan pertama menyatakan bahwa sungai di Banjarmasin masih mengandung bakteri *Escherichia coli* (*E.coli*) yang tinggi. Informan tersebut menyatakan:

“Saya paling vokal. Kalo mau lihat Banjarmasin baik maka lihat sungainya. Kalo mau lihat tata kota baik, lihat sungainya. Ini kandungan bakteri coli 14rb, normalnya 250, ini di salah satu titik tapi umumnya memang melebihi sungai.” (wawancara tanggal 9 April 2019)

Informan pertama menjelaskan bahwa bakteri *E.coli* merupakan ancaman yang berbahaya bagi masyarakat lokal. Bakteri tersebut berasal dari limbah kotoran manusia dan hewan, serta sampah. Bakteri tersebut dapat berdampak pada penyakit pencernaan yang diderita masyarakat lokal, mengingat sebagai masih bergantung dengan sungai. Aspek buruk lingkungan ini perlu dipahami oleh masyarakat lokal.

Informan kedua, Zany, selaku pengurus FKH, memposisikan peran komunitas dalam isu-isu lingkungan yang tidak dipahami masyarakat lokal Banjarmasin. Kampanye lingkungan dilakukan FKH bersama komunitas pecinta lingkungan lainnya. Hal ini dijelaskan informan berikut:

“Kampanye berupa kegiatan rutin hari jumat sabtu ke sekolah mulai PAUD hingga SMA, edukasi, bebersih lingkungan, menanam pohon, sosialisasi penggunaan tumbler untuk membawa air minum. Komunitas yang biasa ikut komunitas onthel, dan dari kampus-kampus.” (wawancara tanggal 21 Mei 2019).

Informan ini menjelaskan bahwa kampanye lingkungan menyasar sekolah-sekolah di Kota Banjarmasin. Mereka memberikan pemahaman lingkungan kepada siswa-siswi sekolah. Selain kepada siswa sekolah, komunitas juga mengajak komunitas sepeda tradisional dan komunitas mahasiswa untuk bergerak bersama menjalankan kampanye lingkungan.

Pembersihan lingkungan dilakukan bersama-sama lintas komunitas. Hal ini menumbuhkan kesadaran bersama tentang lingkungan. Selain membersihkan,

mereka juga diajak untuk melakukan penanaman pohon bersama agar tercipta penghijauan kota. Pohon sangat bermanfaat untuk lingkungan.

Gambar 1 menunjukkan bagaimana FKH menjalankan kampanye di sekolah-sekolah. Pesan kampanye lingkungan yang dirumuskan oleh FKH berhubungan dengan nilai religius dapat dibaca dari slogan “*Tanam Pohon Sedekah Oksigen*”. Sedekah adalah salah satu bentuk ibadah yang dilakukan oleh umat Islam, dan juga baik dijalankan oleh umat agama lainnya.



Gambar 1. Kunjungan sekolah
Sumber: Dokumen FKH

Penanaman pohon dapat dilihat dari segi pelestarian alam, namun FKH justru menambahkan aktivitas pelestarian alam sebagai bagian dari bentuk ibadah bagi umat beragama. Hal ini memberikan dampak lebih terhadap tujuan kampanye lingkungan.

Pohon menghasilkan oksigen, baik untuk pernapasan orang lain, hal ini dianggap sebagai nilai ibadah. Jika seseorang menanam pohon, maka ia akan melakukan ibadah yang tidak akan berhenti hingga ia meninggal. Pesan tersebut yang ditekankan oleh FKH kepada sasaran kampanyenya.

Untuk berkoordinasi, para anggota komunitas menggunakan media obrolan daring (*chatting*) Whatsapp. Mereka membangun kelompok obrolan yang berisikan seluruh anggota komunitas. Setiap rencana kegiatan dibagikan di kelompok obrolan Whatsapp tersebut.

Model Perencanaan Komunikasi

Secara rinci, peneliti menggunakan model perencanaan komunikasi Assifi dan French. Model ini digunakan untuk memahami lebih jauh tentang perencanaan komunikasi yang dijalankan oleh FKH. Model ini terdiri dari analisis masalah, analisis khalayak, penetapan media, pemilihan media, pengembangan pesan, produksi media, pelaksanaan program, *monitoring* (pengawasan) dan evaluasi (Cangara, 2013:100).

Model tersebut dimulai dari analisis masalah. FKH melakukan analisis masalah berupa kotornya air sungai yang ada di Banjarmasin. Kekotoran air ini diakibatkan oleh sampah. Masalah kedua yaitu perlunya pepohonan sebagai penghasil oksigen. Masalah ketiga adalah tentang pengelolaan sampah.

Langkah kedua adalah analisis khalayak. Khalayak yang dituju dalam kegiatan kampanye lingkungan adalah guru-guru di sekolah, orang tua, serta siswa. Selain itu, khalayak masyarakat umum juga diuju untuk mendapatkan edukasi mengenai pelestarian lingkungan.

Langkah ketiga adalah penetapan media. Media yang paling banyak digunakan berupa komunikasi langsung tatap muka. Tidak jarang, mereka langsung mengunjungi tempat kampanye untuk menjalankan aktivitas. Kunjungan sekolah merupakan media kampanye lingkungan yang disebutkan oleh Misnawati (2013).

Media yang digunakan kedua adalah spanduk, mereka menggunakan pesan yang terpampang dalam spanduk untuk mengedukasi lingkungan. Mereka memasukkan nilai-nilai religius dalam pembuatan spanduk tersebut. Media spanduk disebutkan oleh Rochimah (2009) dan Ismail (2013).

Media ketiga adalah media online yang disebutkan oleh Ismail (2013). FKH menggunakan media jejaring sosial Facebook untuk berbagi pesan kampanye lingkungan mereka. Penelusuran pada tanggal 6 September 2019 pukul 9.49 WIB menunjukkan bahwa grup Facebook FKH berisikan 2.292 anggota.



Gambar 2. Kampanye grup Facebook

Sumber: Facebook FKH

Forum Facebook tersebut memiliki tujuh pengelola grup, antara lain Akhmad Arifin, Zany Thaluxs, Anas Montela, Fajar Hilman, Rizky Naufal, Paman Anum, dan Mohammad Ary. Paman Anum dan Zany Thaluxs adalah kedua informan penelitian ini. Bukan hanya berkampanye melalui grup Facebook FKH, para admin FKH juga membagikan pesan-pesan grup Facebook pada halaman pribadi mereka, dan sebaliknya.



Gambar 3. Kaos kampanye lingkungan

Sumber: Dokumen pribadi

Media keempat adalah kaos yang bertuliskan pesan-pesan kampanye, seperti di gambar 3. Kaos bertuliskan pesan-pesan kampanye lingkungan berwarna hijau. Kaos tersebut biasa dipakai saat aktivitas kampanye. Penggunaan kaos untuk kampanye diangkat oleh Bahtiar, Tarmawan, dan Kurniawan (2015: 339). Media ini adalah media penunjang untuk media utama.

Langkah keempat adalah pemilihan media. Pemilihan ini mempertimbangkan kriteria dari khalayak yang dituju. Pertimbangan ini

dilakukan agar pesan dapat diterima secara optimal. Komunikasi tatap muka dipilih, didukung dengan media spanduk dan publikasi melalui media daring Facebook.

Langkah kelima adalah pengembangan pesan. Pesan dirancang sesuai tujuan diadakannya setiap kegiatan kampanye lingkungan. Pesan dibuat dengan pilihan kata yang mudah dipahami, bersifat persuasif, dirancang secara menarik, dan bernuansa religius. Adapun contoh pesan tersebut antara lain “*Tanam Pohon Sedekah Oksigen*”, “*Stop Buang Sampah di Sungai*”, “*Wariskan Mata Air Jangan Wariskan Air Mata*”, “*Sungaiku Kehidupanku, Mari Kita Haragu Sungai*”.

Penggunaan kata *haragu* (pelihara) menandakan kampanye penelitian menggunakan bahasa daerah, yaitu bahasa Banjar. Penggunaan bahasa Banjar digunakan untuk mendekatkan kepada masyarakat yang membaca pesan tersebut.

Langkah keenam adalah produksi media. Media kampanye lingkungan dibuat secara terus-menerus selama berjalannya program. Media seperti spanduk akan ditempatkan di lokasi strategis yang mudah dibaca masyarakat. Spanduk ini digunakan sebagai sarana untuk mengajak menjaga lingkungan. Kaos dengan pesan kampanye juga digunakan oleh anggota komunitas saat kegiatan.

Langkah ketujuh adalah pelaksanaan program. Komunitas FKH melaksanakan program sesuai rencana yang dibuat. Misalnya, kegiatan rutin kampanye lingkungan di sekolah dilaksanakan setiap hari Sabtu. Kegiatan tersebut sebisa mungkin harus dijalankan sesuai jadwal.

Langkah terakhir adalah pengawasan dan evaluasi. Proses ini dilakukan sepanjang berlangsungnya program. Hambatan dalam pelaksanaan program akan dicatat dan menjadi bahan evaluasi untuk perbaikan program selanjutnya. Proses ini dapat dijalankan secara komunikasi tatap muka, maupun melalui grup Whatsapp. Ketujuh langkah perencanaan komunikasi ini dapat dirangkum dalam bagan ini.

Analisis Masalah Sampah sungai, kurangnya pohon	
Analisis Khalayak Guru, orang tua, siswa, masyarakat umum	
Penetapan dan Pemilihan Media Komunikasi langsung, spanduk, Facebook, kaos	
Pengembangan Pesan Mudah dipahami, persuasif, menarik, memasukkan bahasa Banjar, bernali religius	
Produksi Media Pembuatan media kampanye	
Pelaksanaan Program Kegiatan rutin kunjungan sekolah	
Pengawasan dan evaluasi Evaluasi program dan hambatannya, tatap muka atau grup Whatsapp	

Bagan 1. Perencanaan Komunikasi FKH

Selain komunikasi tatap muka, spanduk, kaos, dan Facebook, ada beberapa media yang digunakan untuk menjalankan kampanye lingkungan. Komunitas FKH dapat menggunakan beberapa media lainnya, antara lain poster, leaflet, stiker, tas kain, serta media sosial lainnya (Rochimah, 2009; Ismail, 2013). Bahtiar, Tarmawan, dan Kurniawan (2015: 339) memberikan saran media kampanye, antara lain baliho, video, tas sampah, tempat penukaran hadiah sampah daur ulang, *x-banner*, iklan transit transportasi, halaman *login* internet publik, gelang, dan tumbler minum. Kedepan, komunitas harus mencari tahu media mana yang lebih tepat digunakan.

Komunikasi lingkungan yang dilakukan oleh FKH tersebut sesuai dengan dua fungsi komunikasi lingkungan (Ardian, 2019), yaitu fungsi pragmatis dan konstitusif. FKH mendidik, memperingatkan, memobilisasi, dan mempersuasi masyarakat, sesuai dengan fungsi pragmatis. Masyarakat diharapkan dapat peduli terhadap pelestarian lingkungan. Aksi kebersihan dapat dilakukan di sungai,

tempat ibadah, serta lingkungan tempat tinggal. FKH juga menjalankan penghijauan dengan pohon-pohon tertentu.

Selain itu, FKH membentuk persepsi mengenai realitas dan sifat masalah lingkungan. Mereka berperan mengemas bahasa dan simbol. FKH menjalankan fungsi konstitusif melalui pesan lingkungan yang dipasang melalui spanduk. Simbol-simbol seperti pohon, bumi, dan air juga ditampilkan dalam media cetak spanduk serta dipublikasi melalui foto dan video di grup Facebook (Ardian, 2019).

SIMPULAN

Pendirian FKH didirikan karena kesadaran para personil komunitas tentang kondisi sungai di Banjarmasin. Kepedulian lingkungan dianggap bagian dari keyakinan agama mereka. Hal inilah yang mendasari mereka untuk membuat pesan-pesan bernilai religius.

Komunitas mengimplementasikan model perencanaan komunikasi oleh Assifi dan French. Perencanaan kampanye komunikasi lingkungan dijalankan melalui analisis khalayak, penetapan media, pemilihan media, pengembangan pesan, produksi media, pelaksanaan program, pengawasan dan evaluasi.

Media yang digunakan berupa spanduk, kaos, dan media sosial grup Facebook. Meskipun demikian, komunikasi tatap muka masih menjadi cara utama untuk menjalankan kampanye lingkungan. Media obrolan daring Whatsapp menjadi sarana untuk berkoordinasi untuk internal komunitas, terutama untuk merencanakan program.

Pesan kampanye lingkungan yang disampaikan biasa menggunakan bahasa Indonesia. Secara khusus, mereka menambahi istilah-isitlah bahasa Banjar agar lebih bersifat persuasif.

Bagi masyarakat Kota Banjarmasin, diharapkan bisa lebih pro aktif dalam upaya pelestarian lingkungan hidup. Kesadaran masyarakat menandai bahwa semua kegiatan yang telah dilakukan komunitas FKH dapat berjalan optimal. Bagi pemerintah, diharapkan lebih banyak memberikan dukungan bagi komunitas-komunitas lingkungan di Banjarmasin.

Bagi FKH, diharapkan lebih mendalami model perencanaan yang telah menjadi panduan. FKH juga sebaiknya menggunakan media-media selain media spanduk, kaos, dan grup Facebook yang dinilai lebih efektif untuk kampanye lingkungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardian, H. Y. (2019). Study Of Environmental Communication Theory in Research of Natural Resources Management. *Perspektif Komunikasi*, 2(1).
- Arpawi. (2018, Oktober 26). "Gandeng FKH, Disdik Banjarmasin Gelar Aksi Tanam Pohon". Jejakrekam.com, diakses tanggal 6 September 2019 dari <http://jejakrekam.com/2018/10/26/gandeng-fkh-disdik-banjarmasin-gelar-aksi-tanam-pohon/>
- Bahtiar, A., Tarmawan, I., & Kurniawan, I. (2015). Kampanye Sosial Tidak Membuang Sampah di Taman Tematik Kota Bandung. *eProceedings of Art & Design*, 2(2).
- Bungin, M. Burhan, (2007), *Metode Penelitian Kualitatif, Edisi Kedua*, Kencana, Jakarta.
- Cangara, Hafied, (2013), *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Rajawali Pers: Jakarta.
- Daymon, Cristine dan Holloway, Immy . (2008). *Metode-Metode Riset Kualitatif*. Bentang: Yogyakarta.
- InfoBanua. (2013, Desember 31). "Forum Komunitas Hijau Bertekad 'Hijaukan Banjarmasin' Jadi Green City". Infobanua.com, diakses tanggal 6 September 2019 dari <https://infobanua.co.id/2013/12/forum-komunitas-hijau-hijaukan-banjarmasin-jadi-green-city/>
- Ismail, O. A. (2017). Promosi Kampanye Diet Kantong Plastik oleh Greeneration Indonesia. *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi* 7 (1).
- Lestari, E. A. P. (2018). Efektivitas Ruang Terbuka Hijau Dalam Mereduksi Emisi Gas Karbon di Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan. Dalam *Seminar Nasional Geomatika* (Vol. 3, hlm 397-404).
- Misnawati, I. T. (2013). Strategi Komunikasi pada Kampanye Perlindungan Orangutan oleh LSM Centre for Orangutan Protection (COP) di Samarinda, Kalimantan Timur. *eJournal Ilmu Komunikasi. Journal Ilmu Komunikasi*, 1(4), 135-149.
- Rochimah, T. H. N. (2009). Evaluasi Pelaksanaan Kampanye Sosial Perilaku Hidup Bersih dan Sehat untuk Menurunkan Angka Diare di Kabupaten Kulonprogo. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6 (1), 65-85.
- Zainuddin. (2013, Agustus 23). "Banjarmasin Bentuk Forum Komunitas Hijau". Antaranews.com, diakses tanggal 6 September 2019 dari <https://kalsel.antaranews.com/berita/12836/banjarmasin-bentuk-forum-komunitas-hijau>