



KOMUNIKASI LINGKUNGAN

**Essay Pengalaman tentang Isu Lingkungan
di Indonesia**

**Penyunting:
Anna Agustina
Andi Faisal Bakti
Siswantini Amihardja**

Judul :

KOMUNIKASI LINGKUNGAN
Essay Pengalaman Tentang Isu Lingkungan di Indonesia

Penyunting:

Anna Agustina, Andi Faisal Bakti, Siswantini Amihardja

ISBN : 978-623-96835-0-4



Desain Sampul dan Tata Letak:

B. Helpris Estaswara
Nixigo Sasvito

Penerbit:

COSDEV

Pusat Kajian Komunikasi dan Pembangunan Berkelanjutan
Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Pancasila

Bekerjasama dengan



FIKOM
UP



ORBICOM

Redaksi:

Jl. Srengseng Sawah, Jagakarsa, Jakarta Selatan,
12630, DKI Jakarta, Indonesia.
Telp : +6221-7870110
Fax : +6221-7870451
Email : cosdevorbicom@univpancasila.ac.id

Cetakan pertama, April 2021

Daftar Isi

Daftar Isiiii

Pengantar..... 1

Frendy Ahmad AFANDI, Amir FIKRI

Pertanian Indonesia dan Perdagangan Karbon
Dunia – Kajian Empiris Komunikasi Lingkungan14

Efendi Agus WALUYO

Berkah Versus Bencana: Pemaknaan Kebakaran
Hutan dan Lahan dalam Kajian Teori Komunikasi
Lingkungan.....31

Lisa ADHRIANTI

Komunikasi Bagi Pelestarian *Mangrove*: Telaah pada
Konsep Pengemasan Pesan Ramah Lingkungan di
Kawasan Wisata Hutan *Mangrove* Kota Bengkulu54

Eli Jamilah MIHARDJA, Togu PARDEDE,

Dyah EROWATI

Ketika Cinta Bersemi di Geopark.....75

Ade KADARISMAN

The Importance of Tourism Village Development in
Sustainable Tourism98

Nada Arina ROMLI

Komunikasi Lingkungan: *Branding* Komunitas
Indonesia Berkebun sebagai *Urban Farming*
Community.....108

Aminah SWARNAWATI, Tria PATRIANTI Kampanye Gaya Hidup <i>Zero Waste</i> melalui Media Sosial Instagram	123
Nadiah ABIDIN Finding the Ideal Environmental Communication Model for Promoting Good Waste Management in Indonesia	140
Roro Retno WULAN Perempuan Sunda di Perkebunan Teh dalam Perspektif Komunikasi Lingkungan.....	158
Sri Desti PURWATININGSIH, Ilona V. Oisina SITUMEANG Strategi Komunikasi dalam Pemanfaatan dan Pelestarian Hutan Konservasi Taman Nasional Gunung Halimun Salak	176
Retor Aquinaldo Wirabuanaputera KALIGIS, Aprilianti PRATIWI Komunikasi Lingkungan untuk Kesadaran Tinggi Berkelanjutan di Masyarakat	198
Anna AGUSTINA Komunikasi Lingkungan: Isu-isu Lingkungan pada E-Kompas Tahun 2017 dan 2018.....	211
Suluh Gembyeng CIPTADI, Anna AGUSTINA Mendiskusikan Opinion Leader Isu Lingkungan di Media Sosial Twitter.....	226

Angga ARIESTYA, Citra Lestari HELGA, Liliani Cakra DEWI	
Slow Fashion Movement: Is It Still A Tug of War Between Responsibility and Profit?	245
Emma RACHMAWATI	
Membumikan Isu Lingkungan Lewat Tiktok.....	263
Fitria ANGELIQA	
Menulis Lingkungan: Refleksi Dualitas, Diskusi Interdisipliner, hingga Kontestasi Kapital.....	275
Rustono Farady MARTA, Muhammad Iman Adi PERKASA, Joshua FERNANDO	
Menyingkap Persaingan dan Kepentingan Ekonomi Media dalam Memanfaatkan Isu Lingkungan.....	295
Herlina AGUSTIN, Rinda Aunillah SIRAIT	
Media dan Ancaman Kepunahan Satwa Liar di Indonesia.....	310
Leoni RAHMAWATI, Lintang Ratri RAHMIAJI	
Pesan untuk Menggerakkan Perilaku Konservasi dan Keberlanjutan Generasi Milenial dan Z.....	324
Lila NATHANIA	
Komunikasi Lingkungan: Seni Menginformasikan Prediksi dan Mengubah Perilaku	347
Sri MUSTIKA	
Praktik Komunikasi Persuasif dalam Pengelolaan Das untuk Mengantisipasi Perubahan Iklim	363

Armawati ARBI

Melek Lingkungan Melalui Pemahaman Kalender
Bencana Tahunan Di Indonesia380

Tria PATRIANTI, Aminah SWARNAWATI

Komunikasi Mandatori Biodiesel di Indonesia dalam
Mitigasi Perubahan Iklim..... 400

Siswantini AMIHARDJA

Ecogender Experience on Hazardous Waste
Recycling on The Environmental Communication
Perspective..... 417

Marhaeni Fajar KURNIAWATI

Komunikasi Lingkungan, Adaptasi Perubahan Iklim
pada Tingkat Ekosistem Pelestarian Bekantan Desa
Panjaratan Kabupaten Tanah Laut
Kalimantan Selatan 432

Muhammad BADRI

Komunikasi Risiko Lingkungan untuk Pembangunan
Berkelanjutan 450

Lestari NURHAJATI, Xenia Angelica WIJAYANTO

Environmental Communications Local Wisdom In Bali,
East Nusa Tenggara, and East Kalimantan 473

Frida KUSUMASTUTI

Kekuatan Narasi: Komunikasi Inovasi Pengolahan
Limbah Sumber Energi Baru Terbarukan 491

Emilia BASSAR

Communication Campaign to Protect Coral Reef in
Wakatobi Regency 504

Komunikasi Bagi Pelestarian *Mangrove*:
Telaah pada Konsep Pengemasan Pesan
Ramah Lingkungan di Kawasan Wisata
Hutan *Mangrove* Kota Bengkulu

Lisa ADHRIANTI

Jurusan Ilmu Komunikasi, FISIP Universitas Bengkulu,
Bengkulu

E-mail: lisaadhrianti@unib.ac.id

Mangrove

Mangrove telah menjadi daya tarik wisata alam yang diminati di Kota Bengkulu. Kota yang terkenal sebagai kota terbesar kedua di pantai barat Pulau Sumatera, setelah Kota Padang. Bengkulu menyimpan pesona wisata alam yang menarik terutama yang berhubungan dengan pariwisata alam yang menyajikan pemandangan lingkungan pantai, laut, sungai, muara, serta hutan *mangrove*. Kawasan wisata hutan *mangrove* mulai banyak dikembangkan di sekitar wilayah Kota Bengkulu beberapa tahun terakhir. Saat ini diidentifikasi terdapat 3 kawasan wisata hutan *Mangrove* yang terkenal di sekitar kota Bengkulu, yaitu wisata *mangrove* di wilayah Kampung Nelayan Sejahtera Pelabuhan Pulaui Baai, wisata *mangrove* Bhadraka Jenggalu di Lingkar Barat, dan wisata *mangrove* Pulau Kumayan di Nakau. Ketiganya menyajikan kecantikan dan keunikan masing-masing yang dinilai cukup berhasil memikat dan memuaskan selera pengunjungnya.

Ekosistem *mangrove* memiliki fungsi yang sangat kompleks dari segi fisik, ekologi, ekonomi dan sosial budaya. Fisik hutan *mangrove* memiliki fungsi sebagai peredam gelombang laut, angin badai, penahan lumpur, penjerat sedimen, dan pelindung pantai dari proses abrasi. Fungsi ekologi, *mangrove* merupakan penghasil detritus, tempat pemijahan (*spawning grounds*), tempat pengasuhan (*nursery grounds*), dan tempat mencari makan (*feeding grounds*) bagi biota laut tertentu. Hutan *mangrove* yang memiliki bentuk unik dan menarik, dapat difungsikan sebagai tempat rekreasi dan mata pencaharian masyarakat sekitar. Hal ini memenuhi fungsi ekonomi *mangrove*. Selain itu hutan *mangrove* juga dapat difungsikan sebagai laboratorium alam bagi

pendidikan dan pengembangan keilmuan dan budaya dalam isu konservasi, penanaman kembali *mangrove* serta budaya menjaga lingkungan agar *sustainable*. Hal ini memenuhi fungsi sosial budaya hutan *mangrove* yang keseluruhan fungsi ini dijelaskan oleh Riana, dkk. (2020, p. 212) dalam kajian *mangrove*.

Hutan *mangrove* yang memiliki nilai ekonomis ini jika diperinci bisa didapat dari *ambiance* kayu dan pepohonan *mangrove* yang membentuk pemandangan unik. Pemandangan yang dihasilkan oleh kayu pepohonan *mangrove* membentuk jaring dan jalinan yang menarik dan memberikan nilai estetis yang unik yang dimiliki oleh masing-masing hutan *mangrove*. Jaring dan jalinan kayu pepohonan hutan *mangrove* dari perspektif ilmu komunikasi memiliki pesan komunikasi verbal yang menarik wisatawan, verbal yang disampaikan jalinan kayu dan pohon *mangrove* dapat memancing mata dan menggerakkan kaki yang tergelitik dengan pesona kecantikan alam *Mangrove*. Nilai ekonomis ini tidak bisa dilepaskan dari esensi fungsi nilai estetis yang menyertai kawasan wisata *Mangrove*. Fungsi ekonomis wisata hutan *mangrove*, dan fungsi sosial budaya terkait konservasi lingkungan dirasa perlu untuk diseimbangkan melalui komunikasi lingkungan.

Komunikasi lingkungan menjadi menarik untuk terus diamati dan memiliki keterhubungan dengan berbagai aspek kehidupan manusia lainnya termasuk sektor pariwisata di suatu daerah. Komunikasi lingkungan menempati porsi besar untuk mengamati, mengkaji dan menganalisis berbagai atraksi ataupun fenomena yang bersumber dari lingkungan untuk kemudian dipergunakan guna menciptakan harmonisasi pengemasan dan pengelolaan informasi atau pesan-pesan

yang mampu memberikan solusi atas keseimbangan pelestarian lingkungan berdasarkan kesadaran dan kepedulian masyarakat sekitar dan pengembangan nilai ekonomis suatu area. Muatan pesan komunikasi yang komunikatif terkait menyeimbangkan isu ramah lingkungan dan ekonomis perlu dilakukan melalui pengemasan ragam desain komunikasi yang khusus. Hal ini diperlukan karena untuk memenuhi sisi ekonomis hutan wisata *mangrove*, antara lain memberikan kesan baik dan membuat pengunjung mau kembali datang, pengelola perlu memenuhi sarana prasarana pelengkap yang mendukung aneka hobby pengunjung. Selain itu pengelola juga perlu melakukan marketing digital, mengingat bermedia sosial dipercaya akan mengundang, mempengaruhi pengunjung, dan menjadikan *Mangrove* selalu dirindukan untuk disambangi berkali-kali karena sisi alami yang dimiliki. Namun, upaya pelestarian ekosistem *mangrove* melalui pesan-pesan yang bersifat edukatif persuasif, disebarkan secara massif serta berkesinambungan menjadi tantangan yang harus dihadapi oleh pengelola kawasan wisata *mangrove* di Kota Bengkulu. Hal ini kemudian dapat dikaji berdasarkan perspektif komunikasi lingkungan yang mendukung aspek pariwisata.

Mangrove dan Daya Tawar Wisata Lingkungan

Permasalahan lingkungan yang sedang kita hadapi saat ini dapat dikatakan telah mencapai tingkat yang cukup mengkhawatirkan masyarakat global. Berbagai isu tereduksinya lingkungan seperti pemanasan global, berkurangnya ketersediaan air bersih, polusi, dan bencana alam sebagai bentuk rusaknya lingkungan telah menjadi masalah serius bagi setiap negara. Salah satu sektor

yang ikut menyumbang kerusakan lingkungan ditengarai adalah sektor pariwisata.

Sektor pariwisata menjadi buah simalakama bagi kelestarian lingkungan, dan pengembangan sektor ekonomi masyarakat Indonesia. Namun, penulis berasumsi bahwa hal itu terjadi jika dalam pengembangannya tidak mempertimbangkan konsep *green development* dari konsekuensi adanya alih fungsi dari ruang terbuka hijau (RTH) yang digunakan untuk kawasan pariwisata. Bagi kawasan hutan *mangrove* yang terbentuk dari ekosistem alami di suatu wilayah, tanggung jawab pelestarian lingkungan menjadi lebih berat. Sebuah tanggung jawab berat bagi wilayah dan masyarakat sekitar, agar dapat tetap mempertahankan kondisi asli dan menjaga kebersihan kawasan hutan *mangrove* yang telah menjadi area wisata, di tengah minat masyarakat yang kian tinggi untuk berkunjung menikmati pesona alam tersebut. Di sinilah pentingnya perspektif manajemen komunikasi lingkungan untuk mengurai berbagai permasalahan yang melingkupi sektor pariwisata hutan *mangrove* di Kota Bengkulu.

Manajemen komunikasi lingkungan sangat diperlukan bagi keberhasilan persuasi dan pengemasan pesan-pesan komunikatif untuk memperkuat berbagai elemen yang melingkupi kehidupan lingkungan. Robert Cox dalam bukunya *Environmental Communication and the Public Sphere*, mengemukakan bahwa komunikasi lingkungan adalah sarana pragmatis dan konstitutif untuk memberikan pemahaman mengenai lingkungan kepada masyarakat, seperti halnya hubungan kita dengan alam semesta. Ini merupakan sebuah media simbolik yang digunakan untuk menciptakan masalah lingkungan dan negosiasi perbedaan respon terhadap

permasalahan lingkungan yang terjadi. Dengan kata lain komunikasi lingkungan digunakan untuk menciptakan kesepahaman mengenai permasalahan lingkungan (Cox, 2010:20) sehingga diperlukan upaya nyata dan serius untuk dapat membangun dan meningkatkan kepedulian manusia terhadap lingkungan hidup agar tidak terus terjadi kerusakan dan penurunan kualitas lingkungan (Wahyudin, 2017, p. 113).

Ketiga kawasan wisata *mangrove* yang dikembangkan di kota Bengkulu memiliki keistimewaan masing-masing yang ditawarkan kepada pengunjungnya. Kawasan pertama adalah objek wisata hutan *mangrove* di kampung Sejahtera Kecamatan Sumber Jaya Pulau Baai kota Bengkulu. Hanya dengan membayar sewa perahu wisata senilai Rp.10.000 per orang, maka wisatawan bisa puas mengelilingi 247,61 hektar hutan *mangrove* yang ada di lokasi tersebut (Sulisti Afriani; Rina Trisna, 2019, p. 26). Dahulunya kawasan tersebut merupakan daerah yang kumuh, semrawut dan kotor. Citra kawasan tersebut identik dengan area prostitusi, karena selama ini masyarakat Bengkulu jika mendengar kata Pulau Baai maka yang terlintas dibenak mereka bukan hanya pelabuhan utama yang dimiliki daerah, melainkan juga wilayah prostitusi. Kondisi Pulau Baai saat ini kemudian berubah dengan adanya pembangunan dan campur tangan pemerintah daerah serta andil dari masyarakat setempat yang bersama-sama menjadikan kawasan tersebut menjadi salah satu objek wisata yang menarik di kota Bengkulu.

Kawasan Kampung Sejahtera sekarang sudah terkenal, bahkan viral di media sosial sebagai tempat yang sangat diminati oleh para wisatawan. Melalui suguhan pemandangan alam dengan latar belakang

sungai, deretan kapal-kapal nelayan tradisional dan hutan *mangrove*, beserta tambahan tampilan keseruan anak-anak nelayan yang berenang untuk memungut lemparan koin yang dilempar ke sungai oleh para wisatawan, akhirnya mampu menjadikan kawasan ini sebagai destinasi wisata baru di Kota Bengkulu. Berikut beberapa potret kawasan wisata hutan *mangrove* Kampung Sejahtera Pulau Baai Kota Bengkulu:



Gambar. 1

Keterangan: Jembatan masuk menuju kawasan wisata *mangrove* Kampung Sejahtera



Gambar. 2
Keterangan: Perahu nelayan di sekitar kawasan wisata *mangrove* Kampung Sejahtera



Gambar. 3
Keterangan: Pemandangan beralatar hutan *mangrove* Kampung Sejahtera

Kawasan wisata *mangrove* kedua adalah Taman Wisata *Mangrove* Bhadrিকা di Jalan Jenggalu Lingkar Barat Gading Cempaka Kota Bengkulu. Wilayah ini memiliki potensi wisata yang besar terutama ekowisata baik berupa pantai atau ekosistem *Mangrove*. Potensi wisata Bhadrিকা Jenggalu Bengkulu adalah potensi tegakan *mangrove*, wisata air, dan pantai. Tegakan *Mangrove* yang terdapat di Desa Merak Belantung dapat dimanfaatkan sebagai sarana pembelajaran kepada pelajar dan mahasiswa untuk lebih mengenal alam dan meningkatkan kesadaran terhadap lingkungan hidup (Riana et al., 2020, p. 213).

Cara untuk menikmati kawasan wisata hutan *mangrove* Bhadrিকা adalah dengan berjalan menyusuri hutan *mangrove* yang dapat memberikan pengalaman dan pengetahuan mengenai jenis-jenis spesies *mangrove* dan ciri-ciri khasnya. Terdapat 5 spesies *mangrove* yang ditemui di taman wisata Bhadrিকা Jenggalu Bengkulu, dua diantaranya merupakan jenis *mangrove* yang termasuk ke dalam kelompok *Mangrove* utama yang terbagi ke dalam 2 famili yaitu: famili *Avicenniaceae* dan *Rhizophoraceae*. Kemudian tiga diantaranya merupakan jenis *mangrove* yang termasuk ke dalam kelompok *mangrove* penunjang, terbagi ke dalam famili yaitu; famili *Myrsinaceae*, *Euphorbiaceae*, *Combretaceae* (Riana et al., 2020, p. 214). Kegiatan ini diharapkan dapat menumbuhkan minat dan kesadaran akan pentingnya ekosistem *mangrove*. Berikut beberapa tampilan kawasan wisata *mangrove* Bhadrিকা Jenggalu Kota Bengkulu:



Gambar. 4
Keterangan: Dekorasi spot foto kawasan wisata hutan *mangrove* Bhadrika Jenggalu



Gambar. 5
Keterangan: Tampilan kawasan wisata hutan *mangrove* Bhadrika Jenggalu



Gambar. 6

Keterangan: Hutan *Mangrove* Bhadraka Jenggalu

Kawasan wisata *mangrove* ketiga adalah Pulau Kumayan yang merupakan objek wisata hutan bakau yang dibuat oleh warga di tanah rawa. Objek wisata Pulau Kumayan terletak di tengah kota Bengkulu dan berlokasi sangat dekat dari bandara Fatmawati Kota Bengkulu. Berada di kelurahan Surabaya atau tepatnya berada tak jauh dari wisata Danau Dendam Tak Sudah, Pulau Kumayan merupakan objek wisata alam yang dikembangkan oleh seorang warga bernama Hermasyah dari Kelurahan Surabaya, Kecamatan Sungai Serut, Kota Bengkulu. Hermasyah memiliki lahan seluas 15 hektar yang dialokasikan untuk menjadi objek wisata Pulau Kumayan. Karena lahan tersebut berada di kawasan rawa, pemilik lahan memilih untuk membangun obyek wisata alam.

Tidak seperti lokasi lain, hutan *mangrove* ini dibangun di perairan rawa. Berada di kawasan rawa, Pulau Kumayan memberikan pemandangan yang anti *mainstream*. Jika pada umumnya memberikan pemandangan hamparan air yang membiru atau

biru kehijauan, maka Pulau Kumayan menyuguhkan pemandangan air yang bukan hanya identik dengan hijau namun juga kecoklatan dengan permukaan yang tenang.

Selain itu, berbeda dengan rawa pada umumnya yang ditumbuhi semak-semak belukar, Pulau Kumayan ditumbuhi pohon *mangrove*. Hal ini memang merupakan desain dari pemiliknya yang ingin membuat hutan *mangrove*. Tidak seperti vegetasinya saat ini, nama Kumayan sebenarnya memiliki arti bambu. Obyek wisata ini diberi nama Kumayan (bambu) dikarenakan asal usul daerahnya yang awalnya merupakan bukit yang ditumbuhi banyak bambu. Oleh karena itu, meskipun ditanami dengan pohon *mangrove*, pemilik menamai obyek wisata ini Kumayan (<https://kataomed.com/pulau/info-pulau-kumayan-bengkulu-spot-wisata-baru-yang-lagi-hits>).

Berikut beberapa tampilan gambar dari objek wisata pulau Kumayan kota Bengkulu:



Gambar. 7

Keterangan: Hutan *Mangrove* Pulau Kumayan



Gambar. 8
Keterangan: Pepohonan Bakau Pulau Kumayan



Gambar. 9
Keterangan: Dekorasi spot foto di objek wisata Pulau Kumayan

Pengemasan Pesan Komunikatif Wisata *Mangrove*

Bagi terwujudnya kawasan wisata hutan *mangrove* yang ramah lingkungan, diperlukan upaya untuk mengedukasi masyarakat sekitar melalui berbagai pesan yang bersifat persuasif (mempengaruhi) namun tetap komunikatif dengan ciri seperti mengajak/membujuk, bukan dengan memaksa atau menakut-nakuti. Keberhasilan dalam aplikasi strategi pengemasan pesan akan menyebabkan keberhasilan bagi implementasi komunikasi lingkungan maupun komunikasi pariwisata yang dijalankan oleh komunikator (pribadi/pemerintah daerah) kepada komunikan (masyarakat/industri) yang dapat diterima dan dipahami, untuk kemudian mudah diaplikasikan. Oleh karena itu betul-betul harus diyakini bersama, bahwa manusia merupakan aktor yang memiliki peran penting dalam menimbulkan kerusakan lingkungan maupun dalam menjaga kelestarian lingkungan.

Komunikasi lingkungan terdiri dari dua cakupan. Pertama, komunikasi lingkungan yang berfungsi pragmatis. Cakupan ini dapat diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari dengan cara mengedukasi, memperingatkan, dan memersuasi masyarakat untuk memecahkan permasalahan yang ada di lingkungan (Atmakusumah, 2000, h. 58). Kedua, Komunikasi lingkungan yang berfungsi konstitutif. Cakupan ini lebih mengarah pada proses pemaknaan kita terhadap alam. Fakta yang didapatkan bisa dilihat dari dua sisi yang berbeda, sehingga kita dapat lebih mengetahui kebenaran yang ada (Atmakusumah, 2000, h. 58). Pada konteks bahasan topik, komunikasi lingkungan pragmatis dianggap lebih tepat dan mampu diterima dengan baik oleh masyarakat yang berada di sekitar area

wisata konservasi dan juga masyarakat yang menjadi pengunjung kawasan wisata hutan *mangrove* di kota Bengkulu.

Muatan komunikasi lingkungan bukan saja pesan yang disampaikan, tetapi juga cara-cara kita berkomunikasi yang akan mempengaruhi persepsi kita tentang lingkungan. Selanjutnya, persepsi ini membantu membentuk bagaimana kita mendefinisikan hubungan kita dengan alam dan bagaimana kita bertindak terhadap alam. Dengan demikian komunikasi tidak hanya menggambarkan tetapi juga membangun interaksi dengan lingkungan, memproduksi perilaku yang sesungguhnya secara alami telah dimiliki manusia dalam berhubungan dengan lingkungan (Hapsari, 2016, p. 32). Dengan kata lain yang diperlukan saat ini adalah usaha kreatif dan optimisme agar mampu menyusun, mengolah dan mempublikasikan konsep pengembangan wisata. Pengembangan wisata adalah kegiatan dan usaha yang dikoordinasikan untuk menarik wisatawan, menyediakan semua sarana dan prasarana serta fasilitas yang diperlukan serta melayani permintaan wisatawan (Syaukani, 2003, p.2).

Wisata *mangrove* yang dilakukan oleh pemerintah Bengkulu dan masyarakat sekitar area masing-masing, adalah salah satu bukti nyata usaha kreatif pengembangan wisata yang dapat digolongkan ke dalam pengembangan kegiatan-kegiatan ekowisata. Ekowisata adalah suatu bentuk perjalanan wisata ke area alami yang dilakukan dengan tujuan mengkonservasi lingkungan dan melestarikan kehidupan dan kesejahteraan penduduk setempat. Ekowisata merupakan salah satu pendekatan untuk mewujudkan pembangunan wilayah pesisir yang berkelanjutan. Menurut Hadinoto (1996),

dan ekowisata adalah suatu bentuk kegiatan pariwisata yang memanfaatkan keaslian lingkungan alam, di mana terjadi interaksi antara lingkungan alam dan aktivitas rekreasi, konservasi dan pengembangan, serta antara penduduk dan wisatawan. Semula ekowisata dilakukan oleh wisatawan pecinta alam yang menginginkan di daerah tujuan wisata tetap utuh dan lestari, di samping budaya dan kesejahteraan masyarakatnya tetap terjaga (Anonim, 2000). Berdasarkan deskripsi tersebut dapat disimpulkan bahwa kegiatan ekowisata mengintegrasikan kegiatan pariwisata, konservasi, dan pemberdayaan masyarakat lokal, sehingga masyarakat setempat dapat ikut serta menikmati keuntungan dari kegiatan wisata yang dibangun melalui pengembangan potensi- potensi lokal yang dimiliki.

Pada umumnya ketiga lokasi wisata *mangrove* yang telah diidentifikasi di Kota Bengkulu tersebut, tidak hanya menampilkan kawasan *mangrove* sebagai suatu kawasan yang alami tanpa adanya sentuhan objek pendukung lain yang mampu memancing ketertarikan pengunjung yang datang ke lokasi wisata. Peningkatan daya tarik yang dibentuk dalam sarana-prasarana dasar yang biasa dicari pengunjung seperti kamar kecil, tempat duduk, area istirahat dan makan, serta situs menarik seperti sudut untuk foto sebagai penciri masing-masing area wisata di bangun di beberapa tempat. Pengembangan daya tarik area wisata seperti spot foto tersebut merupakan ide kreatif dan menarik selain sumber daya alam asli yaitu keindahan hutan *mangrove* itu sendiri. Meski hal itu tetap perlu memperhatikan kesatuan dan karakter situs yang dibangun sebagai pembeda dibanding situs wisata yang lain. Hal-hal ini adalah contoh meningkatkan nilai tawar situs wisata yang memenuhi minat pengunjung

saat ini yang selalu ingin mengunggah status dengan foto-foto terbaru. Situs sudut foto yang kreatif dan menarik sangat sesuai untuk dijadikan latar belakang foto di aneka media sosial yang hampir dimiliki oleh setiap individu yang berkunjung, misalnya Instagram dan Facebook.

Di antara kesuksesan pengembangan area wisata tersebut, di sisi lain masih terdapat kelemahan bagi pengemasan pesan yang berorientasi kepada pelestarian lingkungan. Pesan yang disampaikan oleh kawasan wisata hutan *mangrove* di kota Bengkulu terlihat masih sangat menonjolkan sisi bisnis atau kepentingan untuk menarik kunjungan semata, sehingga komponen untuk peduli terhadap lingkungan di kawasan wisata tersebut masih kurang dan perlu ditingkatkan. Pengelola dan pemilik kawasan wisata masih berlomba-lomba menyediakan titik foto yang dianggap menarik dan menyuguhkan beberapa fasilitas lain yang terkait dengan kepentingan pemenuhan kebutuhan pangan bagi pengunjung (makan minum). Sementara itu pesan-pesan edukasi bertema pelestarian lingkungan yang mampu mempersuasi pengunjung masih sangat minim. Perlu adanya peningkatan komunikasi lingkungan agar area ekowisata *mangrove* ini selain memberikan nilai ekonomi juga tetap memiliki nilai konservasi lingkungan. Pesan-pesan tentang hal ini perlu disusun oleh pengelola ekowisata *mangrove* Bengkulu.

Penyusunan pesan dapat dilihat dari *message sidedness*, satu sisi (*one sided*) atau dua sisi (*two sided*). Penyusunan yang satu sisi memberikan penekanan hanya pada posisi kepentingan pihak pengirim pesan, sedangkan dua sisi adalah pesan yang juga memberikan penekanan kepentingan penerima

pesan. Dua sisi dapat berupa informasi positif – negatif, atau pesan yang menarik bagi pengunjung dan edukasi pengunjung. Biasanya yang ditonjolkan dalam pesan di area wisata adalah hal-hal yang menyangkut kekuatan atau kelebihan atau aspek positif dari produk wisata saja. Sementara pada penyusunan pesan yang baik adalah pesan yang bersifat dua sisi (*two sided*) (Yuli Sarifatul Dwi Putrinda, 1981, p. 20). Untuk konteks area ekowisata penulis setuju dengan perlunya pesan yang bersifat *two sided*, di samping segi kekuatan dan aspek positif berupa daya tarik dari area wisata, perlu juga disampaikan edukasi lingkungan bagi pengunjung seperti jangan buang sampah sembarangan atau kumpulkan sampah yang anda bawa.

Kenyataan saat ini, di ketiga kawasan wisata hutan *mangrove* kota Bengkulu, pengemasan pesan masih diarahkan pada tahapan yang menampilkan bentuk pesan hanya satu sisi (*one sided*), sehingga yang ditekankan hanya kepada aspek pemilik modal kawasan wisata, yang tentunya ingin kawasan yang ditawarkannya mendapat apresiasi dari pemerintah, dan menjadi tempat wisata baru yang sering dikunjungi. Padahal jika dapat mengupayakan pesan dua sisi (*two sided*), maka yang akan menjadi lebih baik karena mengundang perhatian pihak lain yang dapat berkolaborasi dengan pengelola kawasan wisata dan pengunjung lainnya. Dengan kata lain pesan yang tersaji akan dapat menampilkan aspek edukasi mengenai hutan *mangrove* dan upaya pelestariannya. Sebagai misal, pesan tentang jenis-jenis spesifikasi sebaran *mangrove* atau bahkan ajakan untuk menjadi pengunjung bijak dengan kegiatan “sekali datang sekali tanam” atau “sekali jumpa sekaligus perawatan” sehingga kepedulian bagi pelestarian

mangrove dapat terus diupayakan bersama-sama antara pemilik, pengelola, dan pengunjung kawasan wisata.

Penutup

Tujuan komunikasi lingkungan dalam rangka mengajarkan, mengajak, dan mendorong pihak-pihak terkait (pemerintah, swasta, dan masyarakat) untuk berpartisipasi mengatasi permasalahan lingkungan, tetap harus menjadi filosofi pemilik dan pengelola kawasan wisata di kota Bengkulu. Upaya pesan edukatif ramah lingkungan sejatinya dapat secara leluasa disebarluaskan untuk memenuhi keinginan masyarakat agar sadar atau peduli lingkungan. Kita ambil beberapa contoh misalnya menarik jika dirancang tulisan-tulisan atau atraksi-atraksi kreatif yang mampu memancing memori pengunjung untuk mengetahui tentang ekosistem *mangrove* terkait dengan misalnya bagaimana awalnya *mangrove* terbentuk, habitat terbaik bagi *mangrove*, manfaat *mangrove* bagi makhluk lainnya serta cara terbaik untuk membuat *mangrove* tetap aman dan berkembang dengan baik di kota Bengkulu. Pengemasan pesan juga akan lebih menarik dengan format promosi di media-media sosial yang dirancang secara kreatif dan menampilkan infografis yang menarik, disebarluaskan serta dievaluasi secara berkala. Selain itu menarik juga untuk menjadikan kawasan wisata *mangrove* sebagai arena atau wadah yang disediakan bagi diskusi-diskusi kelompok atau komunitas pecinta lingkungan sehingga ide dan solusi dapat terus dilahirkan untuk kemudian diaplikasikan bagi perbaikan kualitas kawasan wisata.

Referensi

Atmakusumah. (2000). Mengangkat masalah lingkungan ke media massa. Jakarta, Indonesia: Obor

Hapsari, D. R. (2016). Peran Jaringan Komunikasi Dalam Gerakan Sosial Untuk Pelestarian Lingkungan Hidup. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 1(1), 25. <https://doi.org/10.25008/jkiskisi.v1i1.33>

Riana, A., Pianti, D. O., Ramadhila, R., Pranata, Y., & Nata, P. R. (2020). Potensi Hutan *Mangrove* sebagai Ekowisata Bagi Masyarakat Pesisir Bengkulu. *ISEJ: Indonesian Science Education Journal*, 1(3), 210–215.

Sulisti Afriani; Rina Trisna. (2019). *STRATEGI PENGEMBANGAN PARIWISATA MANGROVE DI KAMPUNG SEJAHTERA, KOTA BENGKULU*. 2(1), 25–40.

Wahyudin, U. (2017). Strategi Komunikasi Lingkungan Dalam Membangun. *Jurnal Common*, 1(2), 130–134. <https://doi.org/10.34010/common.v1i2.576>.

Yuli Sarifatul Dwi Putrinda. (1981). Strategi Komunikasi Edukasi Pertanian Ramah Lingkungan di Desa Sumbergepoh, Kecamatan Lawang, Kabupaten Malang. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.

Littlejohn, S.W. dan Foss, K.A. (2009). *Teori Komunikasi (Theories of Human Communication)*, Edisi 9. Salemba Humanika. Jakarta

Littlejohn, S.W. dan Foss, K. A. (2016). *Ensiklopedia Teori Komunikasi Jilid 1 Ed.1*. Kencana. Jakarta

Mead, G. H. (1967). *Mind, Self, and Society*. The University of Chicago Press. Chicago & London.

Pezzullo, P. C. dan Cox, R. (2018). *Environmental Communication and the Public Sphere 5th Edition*. SAGE Publications, Inc.

Servaes, J. (2020). *Communication for Development and Social Change*. Springer.

Yenrizal. (2017). *Lestarian Bumi dengan Komunikasi Lingkungan*. Deepublish. Yogyakarta.