BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Keindahan pariwisata Indonesia memang sudah diakui oleh dunia. Awalnya, informasi wisata hanya dapat disebar dengan penyampaian langsung dari mulut ke mulut. Tetapi seiring perkembangan zaman dan teknologi, informasi dalam masyarakat seperti sekarang ini informasi tidak hanya sekedar penyampaian pesan kepada orang lain akan tetapi lebih kepada ajakan. Persuasi seakan menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia.

Kondisi tersebut menjelaskan bahwa kehidupan masyarakat saat ini dibanjiri dengan pesan persuasi dan pesan tersebut relatif mempengaruhi semua aspek kehidupan, seperti dalam kehidupan sosial, politik, dan ekonomi (Dainton & Zelley, 2011: 103). Sektor pariwisata juga ikut terpengaruh dari kemajuan teknologi informasi yang tidak hanya sekedar penyebaran pesan, akan tetapi juga ajakan. Kondisi ini membuat banyak wisatawan lokal maupun internasional datang dan berkunjung ke tempat tempat wisata Indonesia karena penyampaian informasi akan keindahan alam Indonesia. Kondisi yang menjadi daya tarik wisatawan lokal dan internasional berkunjung ke Indonesia karena lingkungan alami Nusantara masih menjadi inti daya tarik pariwisata Indonesia (Gunawan & Ortis 2012: 26).

Suprijatna (2014) menyampaikan hasil survey wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Nusantara, sebagian besar (hampir 60%) tertarik karena keindahan alam. Kunjungan wisatawan domestik juga tak bisa diabaikan karena jumlahnya

semakin meningkat, Kemenparekraf RI & ILO dalam (Gunawan & Ortis 2012: 26) menyampaikan pertumbuhannya bagus (20%) dalam satu dekade akhir (2001- 2010). Kunjungan ke kawasan konservasi juga meningkat, pengunjung pada tahun 2002-2004 awalnya kurang dari 1 juta pengunjung, lalu pada tahun 2007-2008 pengunjung meningkat lebih dari 2 juta orang (Anonim: 2011).

Pemerintah mempunyai peran sentral dalam memajukan dan menjaga pariwisata alam dan lingkungan, disamping peran kelompok dan peran masyarakat sekitar serta pengunjung juga berperan besar dalam memajukan dan menjaga pariwisata terutama wisata alam, karena dalam praktiknya pemerintah mengatur regulasi yang nantinya akan dijalankan oleh masyarakat dan semua orang yang mengunjungi tempat wisata dalam hal ini adalah kawasan wisata alam. Sekarang ini, aktivitas pariwisata di kawasan wisata alam cenderung meningkat bersamaan dengan peningkatan kesadaran tentang konservasi alam (Pickering dan Hill, 2007). Suprijatna (2014: 7) menyampaikan bahwa wisata alam bukan hanya sebagai satu corak pariwisata khusus, melainkan sebagai suatu konsep pariwisata, mencerminkan wawasan lingkungan dan mengikuti kaidah-kaidah keseimbangan dan kelestarian alam.

Wisata alam tak sekedar petualangan, namun juga wisata yang berkelanjutan, berwawasan ekologi. Kepariwisataan alam kemudian berkembang dan bergeser menjadi pola wisata minat khusus dan wisata ekologis. Kedua pola wisata ini umumnya sangat mengandalkan kwalitas alam sehingga akan menjamin tetap terpeliharanya keberadaan dan kelestarian alam yang merupakan objek dan daya tarik wisata (Fandeli, 2002: 3). Seperti yang peneliti amati, pola wisata alam minat khusus

yang berkembang saat ini salah satunya adalah wisata gunung (mendaki gunung) yang merupakan wisata alam yang memanfaatkan wilayah konservasi. Pola wisata alam minat khusus ini juga berkembang di Sumatera Barat khususnya di Gunung Talang.

Gunung api Talang secara administratif masuk dalam Kecamatan Lembang Jaya, Kabupaten Solok, Provinsi Sumatera Barat, dengan ketinggian 2.604 mdpl (meter diatas permukaan laut) (http:pvmbg.geologi.esdm.go.id). Gunung Talang Memiliki dua jalur yang umum dilalui oleh pendaki gunung yaitu, jalur Aia Batumbuk yang baru resmi dibuka tahun 2013 lalu. Selain rute Aia Batumbuk, ada juga jalur Bukik Sileh yang lebih berat. Sebagai perbandingan, melalui jalur Air Batumbuk hanya butuh waktu sekitar 3 jam, *start* dari pos sekretariat pendakian hingga sampai ke area camping ground di cadas, dengan medan treking yang relatif mudah. Sedangkan melalui jalur Bukik Sileh butuh waktu setidaknya 4-6 jam, *start* dari Bukit Sileh, Kabupaten Solok, langsung menuju puncak, dengan medan treking yang jauh lebih berat.

Gunung Talang saat ini memang menjadi tujuan pendakian favorit di Sumatera Barat, setelah gunung Marapi. Trendnya terus meningkat sejak dibuka jalur baru di Aia Batumbuk, ada potensi mengalahkan Gunung Marapi. Jalur *trcking* yang mudah, gunung yang relatif rendah, jarak yang dekat dari pusat kota Padang, pemandangan memikat sepanjang perjalanan, dengan hamparan kebun teh, dan pemandangan menakjubkan dari puncaknya, menjadikan Gunung Talang jadi favorit baru para pendaki (www.kompasiana.com). Potensi ini menjadi keuntungan bagi

sektor pariwisata Indonesia khususnya Sumatera Barat, tetapi kondisi ini tidak dibarengi dengan kesadaran pengunjung untuk menjaga dan melestarikan lingkungan.

Fakta diatas didasarkan pada observasi dan wawancara di posko pencatatan pendaki di Aia Batumbuk Gunung Talang, di gunung ini rata-rata pengunjung mencapai 1000 pengunjung/pekan, dimana Gunung Talang jalur Aia Batumbuak hanya dibuka pada akhir pekan saja yaitu Jumat, Sabtu dan Minggu, kecuali jalur dari Bukit Sileh yang dibuka regular setiap hari. Sebagai gunung yang paling populer dengan jumlah pengunjung mencapai 1000 pengunjung/pekan tentunya potensi sampah yang akan dihasilkan juga akan semakin banyak, dengan potensi dan trend yang semakin meningkat, Gunung Talang juga berpotensi menjadi gunung paling kotor jika kesadaran akan lingkugan pendaki kurang .

Berdasarkan pengamatan langsung peneliti ke lokasi peneltian, pengunjung yang semakin banyak mengunjungi Gunung Talang membuat permasalahan sampah yang tidak terkontrol di Gunung Talang, sampah plastik dan kaleng menjadi sampah dominan, dihampir disetiap *shelter* (tempat mendirikan tenda) dan hampir disepanjang jalur pendakian dijumpai sampah plastik yang dibuang sembarangan oleh pendaki gunung, kondisi paling parah terjadi di *camp ground* (lapangan bola), tepat dibawah kawah Gunung Talang, kondisi ini terjadi karena didaerah *camp ground* adalah lokasi yang cukup luas untuk mendirikan tenda, sehingga kebanyakan aktivitas dihabiskan di lokasi ini dan sisa-sisa dari plastik makanan dan peralatan pendakian yang tidak terpakai ditinggalkan dan dibiarkan begitu saja.

Salah satu faktor yang menyebabkan rusaknya lingkungan yang sampai saat ini masih tetap menjadi tugas besar bagi bangsa Indonesia adalah faktor pembuangan

limbah sampah. Pemandangan kurang menyenangkan ini menjadi permasalahan serius, tidak hanya di kota besar tapi juga di alam bebas seperti di gunung-gunung di Indonesia. Berdasarkan (SNI 19-2454-2002) “Sampah adalah limbah yang bersifat padat terdiri dari bahan organik dan bahan anorganik yang dianggap tidak berguna lagi dan harus dikelola agar tidak membahayakan lingkungan dan melindungi investasi pembangunan”.

Melihat permasalahan lingkungan dan seiring dengan aktifitas mendaki gunung yang semakin meningkat, membuat lingkungan semakin terancam. Ironisnya kondisi ini terjadi di gunung yang lekat dengan aktifitas pecinta alam. Mendaki gunung adalah kegiatan jalan kaki di pegunungan dan merupakan awal dari berbagai kegiatan yang nantinya mungkin dilakukan di gunung. Selain menyenangkan, kegiatan penuh pengalaman ini tentunya memiliki resiko sehingga dibutuhkan stamina, keahlian, mental dan perlengkapan memadai untuk dapat sampai ke puncaknya. Tingkat kesulitan pendakian tergantung tipe dan rute medannya apakah berupa semak belukar, hutan lebat, lembah, ataupun berupa tebing. Mendaki bisa dilakukan perorangan atau berkelompok dengan mengikuti rute yang sudah ada atau mungkin membuka jalur baru (www.dlajah.com).

Kegiatan *Mountaineering* yang semakin hari semakin populer tidak dibarengi juga dengan kesadaran pendaki untuk menjaga kondisi lingkungan tetap bersih, salah satu bukti kesadaran pendaki gunung yang rendah dalam menjaga lingkungan adalah dengan banyaknya sampah yang berserakan di gunung, hampir semua gunung di Indonesia mempunyai masalah ini. Sisa-sisa dari aktifitas pendakian seperti bungkus makan cepat saji, sisa perlatan yang rusak selama pendakian, ataupun sisa-sisa dari

konsumsi yang dibiarkan begitu saja. Banyak faktor yang membuat aktifitas membuang sampah sembarangan ini menjadi wajar bagi pendaki gunung, seperti ikut-ikutan pendaki lain yang membuang sampah sembarangan, ketidaktahuaan akan bahaya laten dari membuang sampah sembarangan, ketidak pedulian dan faktor lain.

Kondisi inilah yang membuat para pecinta alam mendirikan komunitas peduli sampah gunung yang mereka namai *trashbag community*. Slogan komunitas ini adalah "gunung bukan tempat sampah". *Trashbag community*, dibentuk sebagai jawaban atas kegiatan *traveling* naik gunung yang makin marak, namun tidak diimbangi dengan kesadaran membuang sampah yang benar. *Trashbag community* terbentuk pada 11 November 2011 di taman Nasional Gede Pangrango, komunitas dengan slogan "gunung bukan tempat sampah" tersebut saling bahu membahu untuk membersihkan gunung di Indonesia dari sampah.

Gambar 1.1 Logo *Trashbag Community*
Sumber: www.trashbagcommunity.com

Trashbag community adalah sebuah gerakan moral kampanye idealis peduli lingkungan, berbentuk komunitas (*nonprofit*) yang anggotanya berasal dari berbagai organisasi maupun kalangan bebas/ independent di seluruh Indonesia. *Trashbag community* adalah sekelompok pendaki multi disiplin ilmu yang

berdedikasi untuk mengurangi masalah sampah digunung serta menjunjung tinggi penerapan konservasi alam (www.trashbagcommunity.com).

Gambar 1.2 Kegiatan Kampanye *Trashbag Community*
Sumber: www.trashbagcommunity.com

Jejaring sosial *facebook*, *instagram*, *path* dan *twitter*, *trashbag community* memposting segala kegiatan yang dilakukan *trashbag community*. Serta mengajak semua orang untuk turut serta dalam kampanye "gunung bukan tempat sampah" sebagai bentuk komunikasi persuasi dalam kampanye peduli lingkuan yang mereka lakukan. Penyebaran anggota *trashbag community* semakin luas yang di dominasi oleh anak muda, anggota *trashbag community* terbagi di daerah-daerah Indonesia dan berpusat di Jakarta. Regional yang sudah terbentuk, Medan, Sumatera Barat, Kalimantan Barat, Kalimantan Selatan, Pontianak, Banjarma sin, Manado, Palu, Yogyakarta, Jawa Tengah, Nusa Tenggara Barat, Jawa Timur, dan berbagai daerag lain di Indonesia (www.trashbagcommunity.com).

Penulis sendiri merupakan anggota dari *trashbag community*, yang pertama kali melakukan kampanye peduli sampah gunung di Gunung Kerinci pada 17 Agustus 2013, bermula dari ajakan teman sesama pendaki gunung yang kebetulan sudah lebih dulu ikut dengan *trashbag community* untuk membawa sampah semampunya untuk

dibawa turun ke pos pencatatan pendakian dengan kantong platik besar yang sudah bertuliskan “gunung bukan tempat sampah”. Sampah yang sudah kami kumpulkan dan kami bawa turun, kami tinggalkan di pos pencatatan pendakian Gunung Kerinci dengan tujuan sebagai wujud kekecewaan kami terhadap penglolaan TNKS (Taman Nasional Kerinci Seblat) yang membiarkan sampah digunung semakin mengkhawatirkan tanpa ada upaya nyata yang dilakukan pengelola TNKS.

Sejak saat itu penulis mencari tahu tentang *trashbag community* dan bergabung secara resmi melalui akun *facebook trashbag community*, dan ikut serta dalam beberapa kegiatan *trashbag community* di Gunung Sumatera Barat seperti di Gunung Marapi tahun 2013 dan Gunung Talang pada 17 Agustus 2016. Ternyata kondisi yang peneliti jumpai di Gunung Kerinci tidak jauh berbeda dengan di Gunung Marapi dan Gunung Talang Sumatera Barat, selama melakukan aksi dengan *trashbag community* regional Sumatera Barat di Gunung Marapi sampah plastik dan kaleng (*anorganik)* lebih dari dua ton sampah yang berhasil dikumpulkan. Dan sekarang peneliti menjumpai kondisi yang hampir sama di Gunung Talang Sumatera Barat dengan sampah yang semakin tidak terkontrol seiring dengan kepopuleran Gunung Talang yang semakin tinggi.

Berdasarkan wawancara peneliti dengan Rozi Erdus sebagai ketua *trasahbag community* regional Sumatera Barat, aksi nyata yang dilakukan oleh pemerintah menangani masalah sampah gunung di wilayah Sumatera Barat belum terasa secara nyata, karena pemerintah baru berupaya dalam membuat regulasi dan fasilitator dalam menangani masalah sampah, sejauh ini aksi nyata baru dilakukan oleh kelompok-kelompok penggiat alam bebas, dan individu-individu yang sadar

lingkungan, salah satunya adalah *trashbag community*, kondisi ini adalah yang terjadi di gunung-gunung Sumatera Barat, *trashbag community* regional Sumatera Barat sendiri berdiri pada 01 Juni 2013 yang pertama kali melakukan kampanye "gunung bukan tempat sampah" di Gunung Marapi dan sekarang fokus di Gunung Talang Sumatera Barat.

Trashbag community sebagai komunitas yang peduli dengan permasalahan lingkungan telah menjadi wadah bagi orang-orang yang peduli dengan permasalahan lingkungan terutama permasalahan sampah gunung. Seperti gambar 1.3 dalam kegiatannya *trashbag community* melakukan *Action* (aksi pembersihan gunung secara langsung dengan mengumpulkan dan membawa turun sampah anorganik dari gunung untuk dibuang ditempat pembuangan sampah), *Education* (berbagi dan bertukar pengetahuan agar permasalahan sampah digunung dapat terkontrol), dan *Controliing* (pengawasan terkait aktivitas pendakian yang berpotensi menimbulkan sampah digunung), dalam menujudkan visi dan misi *trashbag community*.

Gambar 1.3 Kegiatan Kampanye *Trashbag Community*
Sumber: www.trashbagcommunity.com

Aktivitas kampanye yang akan dijadikan fokus penelitian ini adalah kampanye persuasif "gunung bukan tempat sampah" oleh *trashbag community* regional

Sumatera Barat. Kampanye tersebut bertujuan mendorong adanya perubahan perilaku individu yang mengacu pada fenomena permasalahan lingkungan yaitu sampah di gunung. Artinya dalam penelitian ini peneliti ingin melihat praktik kampanye persuasif *trashbag community* regional Sumatera Barat.

Melalui penelitian ini peneiti juga ingin mengetahui proses perubaham perilaku pendaki gunung terkait kampanye "gunung bukan tempat sampah" *trashbag community* regional Sumatera Barat. Proses perubaham perilaku pendaki gunung ini peneliti analisis dengan menggunakan teori AIDDA. Penggunaan teori AIDDA dalam penelitian ini karena dalam kampanye yang dilakukan oleh *trashbag community* regional Sumatera Barat adalah mendorong perubahan perilaku untuk lebih peduli lingkungan dengan tidak membuang sampah sembarangan di gunung. Kondisi ini sesuai dengan tujuan akhir dari teori AIDDA yaitu Action. Sehingga nantinya kegiatan kampanye yang dilakukan *trashbag community* regional Sumatera Barat dapat diukur keefektifitasannya sampai pada tahapan mana dalam teori AIDDA *(Attention, Interst, Desire, Decision, Action).*

Alasan lain kenapa peneliti tertarik melakukan penelitian melakukan penelitian tentang *trashbag community* karena peneliti juga merupakan pencinta kegiatan *travelling* terutama kegiatan *mountaineering* (mendaki gunung). Peneliti melihat sampah menjadi persoalan serius di setiap gunung yang pernah peneliti kunjungi, dan peneliti juga tertarik dengan isu-isu lingkungan seperti permasalahan sampah. Latar belakang pendidikan peneliti sebagai mahasiswa komunikasi, peneliti ingin berkontribusi secara kontinyu dalam kegiatan ini dan latar belakang peneliti sebagai mahasiswa komunikasi bisa dimanfaatkan secara maksimal dalam proses

kampanye peduli lingkungan dalam hal ini adalah “gunung bukan tempat sampah” yang digagas *trashbag community*.

Selain itu peneliti tertarik memilih tempat penelitian di Gunung Talang, karena gunung ini adalah gunung yang *trend* kepopulerannya semakin meningkat bagi para (*mountaineer)* pendaki gunung dibandingkan gunung lain di Sumatera Barat, dengan pengunjung gunung ini rata-rata mencapai 1000 pengunjung per akhir pekan dan rekor terbanyak pendakian Gunung Talang adalah 7000 pengunjung dalam satu *moment* pendakian. Angka tersebut berdasarkan kepada wawancara ketika peneliti mengunjungi Gunung Talang Sumatera Barat.

Maka berdasarkan penjabaran diatas peneliti melakukan penelitian dengan judul: **Komunikasi Persuasif *Trashbag Community* Regional Sumatera Barat dalam Kampanye “Gunung Bukan Tempat Sampah” di Gunung Talang Sumatera Barat**

UNIVERSITAS ANDALAS
UNTUK KEDJAJAAN BANGSA