

KOMUNIKASI PERSUASIF BALAI TAMAN NASIONAL KOMODO KABUPATEN MANGGARAI BARAT DALAM MENCEGAH PERBURUAN SATWA LIAR

Oleh

Maria Karina Winny Naro^{1*}, Kadek Devi Kalfika Anggria Wardani², Putri Ekaresty Haes³, Putu Dyah Permatha Korry⁴

^{1,2,3,4}Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Pendidikan Nasional, Denpasar, Indonesia

Email: ^{1*}narokarin654@gmail.com, ²devikalfika@undiknas.ac.id,

³ekarestyhaes@undiknas.ac.id, ⁴mithakorry@undiknas.ac.id

Article History:

Received: 27-10-2025

Revised: 21-11-2025

Accepted: 30-11-2025

Keywords:

Persuasive Communication,
Yale Model, Wildlife
Conservation, Poaching
Prevention, Komodo
National Park, Public
Relations

Abstract: This study aims to describe the persuasive communication strategies implemented by the Komodo National Park Authority in preventing wildlife poaching in West Manggarai Regency. Wildlife poaching poses a serious threat to the sustainability of Komodo dragons and their primary prey, such as the Timor deer, thereby disrupting ecosystem balance and increasing the risk of human wildlife conflict. Although law enforcement efforts have been carried out, behavioral change within local communities cannot be achieved solely through legal measures without the support of effective and human-centered communication strategies. This research employs a qualitative descriptive approach using in-depth interviews, non-participant observation, and document analysis. The Yale Model of Persuasive Communication serves as the analytical framework to evaluate the effectiveness of the communicator, message construction, communication channels, and the stages of message learning, including attention, comprehension, learnability, acceptance, and retention. The findings indicate that the credibility of communicators such as Forest Rangers and respected community leaders plays a significant role in increasing message acceptance. Messages combining rational appeals with emotional narratives are proven to be more effective in fostering ecological awareness and empathy. Additionally, direct outreach and community-based counseling within conservation areas emerge as the most influential communication channels due to their personal and contextually relevant nature. In conclusion, persuasive communication serves as a strategic tool in building awareness, shaping attitudes, and encouraging behavioral change to reduce wildlife poaching. This study

highlights the importance of integrating persuasive communication with conservation management as a long-term preventive strategy

PENDAHULUAN

Komunikasi memegang peran penting dalam membentuk pemahaman, sikap, dan perilaku masyarakat, khususnya ketika berkaitan dengan isu lingkungan dan konservasi. Sebagai proses penyampaian pesan yang bertujuan memengaruhi atau mengubah perilaku, komunikasi persuasif menjadi instrumen strategis dalam upaya pelestarian alam (Siregar & Nursyamsi 2022, h. 4). Dalam konteks konservasi satwa liar, komunikasi tidak hanya sekadar penyampaian informasi, tetapi juga menuntut kemampuan lembaga pengelola untuk membangun hubungan yang efektif dengan masyarakat serta mendorong perubahan perilaku yang lebih ramah lingkungan (Upreti & Sharma 2022, h. 11). Di Indonesia, hal ini menjadi sangat penting mengingat banyaknya spesies endemik yang menghadapi ancaman kepunahan akibat perburuan liar, degradasi habitat, dan eksploitasi berlebihan. Salah satu kawasan konservasi yang rentan terhadap ancaman tersebut adalah Taman Nasional Komodo di Kabupaten Manggarai Barat, yang menjadi habitat utama komodo (*Varanus komodoensis*) serta berbagai satwa lain yang memiliki fungsi ekologis penting. Perburuan liar terhadap rusa timor sebagai mangsa utama komodo telah dilaporkan sejak 2015 dan terus berlanjut hingga 2024 sebagaimana tercatat dalam dokumen Balai Taman Nasional Komodo. Penurunan populasi mangsa ini tidak hanya berdampak pada keseimbangan rantai makanan, tetapi juga mengancam stabilitas ekosistem yang lebih luas (Kleden, Widiati & Arthanaya 2021, h. 7). Selain itu, praktik perburuan menggunakan jerat maupun senjata api rakitan memperbesar risiko kerusakan lingkungan dan menghambat pengelolaan kawasan konservasi secara berkelanjutan. Meskipun pemerintah telah menetapkan larangan perburuan melalui UU No. 5 Tahun 1990 dan berbagai regulasi turunan, penegakan hukum belum cukup efektif menekan praktik ilegal tersebut. Penelitian Efendi dan Yossyafaat (2024, h. 12) menunjukkan bahwa rendahnya kesadaran hukum serta lemahnya penegakan aturan menjadi penyebab utama terus terjadinya perburuan. Hal ini memperkuat pandangan bahwa perubahan perilaku masyarakat tidak dapat dicapai semata-mata melalui pendekatan represif, tetapi membutuhkan strategi komunikasi yang humanis, informatif, dan persuasif. Balai Taman Nasional Komodo sebagai otoritas pengelola kawasan memiliki tanggung jawab tidak hanya dalam pengawasan dan penegakan aturan, tetapi juga dalam melakukan kampanye, penyuluhan, dan edukasi kepada masyarakat. Melalui strategi itu, masyarakat didorong untuk memahami pentingnya kelestarian satwa liar dan dampak ekologis dari perburuan. Dalam wawancara awal, petugas Polisi Kehutanan Taman Nasional Komodo menyatakan bahwa penyuluhan *door to door* (anjangsana), dialog bersama tokoh adat, serta pendekatan berbasis komunitas merupakan langkah penting untuk membangun kesadaran dan rasa memiliki masyarakat terhadap kawasan konservasi. Pendekatan ini relevan mengingat sebagian besar masyarakat lokal memiliki hubungan historis dan budaya dengan kawasan konservasi, sehingga pesan-pesan persuasif harus disesuaikan dengan nilai-nilai sosial dan keyakinan setempat.

Model Komunikasi Persuasif Yale menjadi kerangka teoritis utama dalam penelitian ini karena menjelaskan bagaimana perubahan sikap dapat dicapai melalui kredibilitas komunikator, struktur pesan, tahapan pembelajaran pesan, serta karakteristik audiens (Perloff 2003 dalam Upreti et al. 2022, h. 8–9). Model ini menekankan bahwa persuasi tidak terjadi secara instan,

melainkan melalui proses bertingkat mulai dari perhatian (*attention*), pemahaman (*comprehension*), kemudahan dipelajari (*learnability*), penerimaan (*acceptance*), hingga penyimpanan pesan (*retention*). Dalam konteks konservasi, keberhasilan strategi komunikasi sangat dipengaruhi oleh sejauh mana pesan dapat menyentuh aspek kognitif dan emosional masyarakat, serta memotivasi mereka untuk terlibat dalam tindakan pelestarian satwa. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa komunikasi persuasif yang dirancang dengan memperhatikan karakteristik audiens mampu meningkatkan kepedulian publik dan mendorong perilaku pro-lingkungan (Cahyani, Wibowo & Nugroho 2021, h. 16). Namun, penelitian yang secara khusus mengkaji penerapan komunikasi persuasif oleh lembaga pengelola taman nasional dalam konteks pencegahan perburuan satwa liar masih sangat terbatas. Sebagian besar studi terdahulu lebih berfokus pada aspek penegakan hukum atau tingkat pelanggaran, bukan pada strategi komunikasi sebagai upaya preventif.

Dengan demikian, penelitian ini berupaya mengisi kekosongan tersebut dengan menganalisis bagaimana komunikasi persuasif diterapkan oleh Balai Taman Nasional Komodo untuk meningkatkan kesadaran dan mengurangi praktik perburuan satwa liar. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan strategi komunikasi persuasif yang digunakan, sekaligus menilai efektivitas kredibilitas komunikator, daya tarik pesan, dan proses pembelajaran pesan dalam membentuk sikap masyarakat terhadap pelestarian satwa liar.

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian komunikasi persuasif dalam konteks konservasi, khususnya dalam implementasi Model Komunikasi Persuasif *Yale* di lapangan. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi dan rekomendasi bagi Balai Taman Nasional Komodo serta lembaga konservasi lainnya untuk merancang strategi komunikasi yang lebih efektif, berkelanjutan, dan berorientasi pada perubahan perilaku masyarakat. Penelitian ini juga diharapkan menjadi referensi bagi pemangku kepentingan yang terlibat dalam konservasi satwa liar, termasuk pemerintah daerah, LSM, dan komunitas lokal.

LANDASAN TEORI

Komunikasi Persuasif

Komunikasi persuasif merupakan proses komunikasi yang bertujuan memengaruhi pikiran, sikap, dan perilaku seseorang melalui penyampaian pesan yang terstruktur dan meyakinkan. Morissan (2014, h. 112) menyatakan bahwa komunikasi persuasif dilakukan secara sadar untuk mengubah atau memperkuat kepercayaan dan perilaku audiens melalui argumen logis maupun emosional. Proses persuasi tidak hanya bergantung pada isi pesan, tetapi juga dipengaruhi oleh kemampuan komunikator memahami situasi, kebutuhan, serta karakteristik psikologis audiens. Selanjutnya, Cangara (2022, h. 89) menjelaskan bahwa komunikasi persuasif bersifat dinamis dan berlangsung terus-menerus, karena melibatkan pembentukan dan negosiasi makna antara komunikator dan komunikan. Persuasi bukan sekadar transmisi informasi, melainkan proses membangun pemahaman bersama sehingga audiens bersedia menerima pesan tanpa adanya paksaan. Hal ini menjadikan persuasi sebagai pendekatan yang sangat relevan dalam upaya membangun kesadaran dan mengubah perilaku masyarakat, terutama terkait isu sosial yang memerlukan keterlibatan aktif warga. Dengan demikian, komunikasi persuasif dapat dipahami sebagai strategi komunikasi yang mengedepankan pendekatan argumentatif dan emosional untuk menciptakan perubahan sikap yang bersifat sukarela.

Model Komunikasi Persuasif Yale

Model Komunikasi Persuasif *Yale* merupakan teori klasik yang dikembangkan oleh Carl Hovland dan menjadi salah satu model paling berpengaruh dalam kajian persuasi. Hovland (dalam Perloff, 2017, h. 152) menyatakan bahwa perubahan sikap terjadi melalui proses pembelajaran pesan (*message learning process*) yang dipengaruhi oleh tiga komponen utama, yaitu komunikator, pesan, dan audiens. Menurut Hovland dan Janis (1959, h. 45), komunikator dianggap efektif apabila memiliki unsur kredibilitas, daya tarik, dan kekuasaan. Kredibilitas merujuk pada sejauh mana komunikator dipercaya dan dianggap memiliki keahlian dalam topik yang disampaikan. Sementara itu, daya tarik mencakup kemampuan komunikator membangun kedekatan psikologis dengan audiens. Ketiga unsur ini berperan penting dalam menentukan apakah audiens akan bersedia menerima pesan yang disampaikan. Di sisi lain, pesan persuasif yang efektif harus dirancang secara rasional, jelas, dan relevan dengan pengalaman audiens. Hovland menegaskan bahwa pesan yang memuat bukti atau data faktual serta memiliki alur argumentasi yang logis akan lebih mudah diterima. Pesan emosional juga dapat meningkatkan daya pengaruh, terutama pada isu yang melibatkan nilai moral atau sosial. Audiens merupakan elemen penting dalam model *Yale* karena karakteristik sosial, tingkat pendidikan, pengalaman, dan nilai budaya sangat memengaruhi bagaimana pesan diproses. Model ini menekankan empat tahapan pembelajaran pesan, yaitu *attention*, *comprehension*, *acceptance*, dan *retention*. Tahapan ini menunjukkan bahwa persuasi berlangsung bertahap, mulai dari timbulnya perhatian hingga penyimpanan pesan dalam ingatan yang kemudian memengaruhi perilaku. Dengan demikian, Model *Yale* memberikan kerangka yang sistematis untuk memahami bagaimana proses persuasi bekerja dan bagaimana strategi komunikasi dapat dirancang secara efektif untuk memengaruhi sikap masyarakat.

Perburuan Satwa Liar

Perburuan satwa liar didefinisikan sebagai kegiatan menangkap, membunuh, atau mengambil satwa tanpa izin yang sah atau dengan cara yang melanggar peraturan yang berlaku (Kementerian LHK, 2023). Perburuan satwa liar dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kondisi ekonomi, tradisi, rendahnya kesadaran hukum, serta kurangnya pemahaman masyarakat mengenai dampak jangka panjang dari tindakan tersebut terhadap keseimbangan ekologi maupun sosial.

Efendi dan Yossyfaat (2024, h. 12) menjelaskan bahwa perburuan satwa liar tidak dapat dihentikan hanya melalui penegakan hukum yang bersifat represif, karena sebagian pelaku melakukannya atas dasar kebutuhan hidup atau ketidaktahuan mengenai aturan konservasi. Oleh sebab itu, pendekatan edukatif dan persuasif sangat diperlukan untuk membangun kesadaran masyarakat terhadap konsekuensi dari perburuan liar. Perburuan yang dilakukan secara ilegal tidak hanya mengancam populasi satwa tertentu, tetapi juga berpotensi memicu konflik antara manusia dan alam, mengganggu siklus ekologis, serta merusak keberlanjutan lingkungan. Dengan memahami faktor-faktor yang melatarbelakangi perburuan liar, strategi komunikasi yang disusun dapat lebih tepat sasaran, baik dari segi penyampaian pesan, pemilihan komunikator, maupun pendekatan yang digunakan dalam memengaruhi perilaku masyarakat.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk memahami secara mendalam strategi komunikasi persuasif yang diterapkan oleh Balai Taman Nasional Komodo dalam mencegah perburuan satwa liar. Pendekatan kualitatif deskriptif dipilih

karena memungkinkan peneliti menggambarkan fenomena secara apa adanya berdasarkan fakta dan pengalaman informan tanpa manipulasi variabel maupun pengujian hipotesis (Fraenkel dalam Riswanto et al., 2023, h. 78–79). Melalui metode ini, peneliti berupaya memperoleh pemahaman komprehensif mengenai pola komunikasi, teknik persuasi, serta dinamika interaksi antara petugas Balai Taman Nasional Komodo dan masyarakat lokal yang tinggal di dalam maupun sekitar kawasan konservasi. Teknik pengumpulan data meliputi wawancara mendalam, observasi lapangan, dan studi dokumentasi. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara deskriptif untuk menemukan pola, makna, dan konteks yang berkaitan dengan upaya pencegahan perburuan satwa liar melalui komunikasi persuasif (Riswanto et al., 2023, h. 3).

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di wilayah kerja Balai Taman Nasional Komodo, Kabupaten Manggarai Barat. Kawasan ini dipilih karena merupakan habitat utama spesies komodo dan menjadi lokasi yang paling terdampak oleh aktivitas perburuan, terutama perburuan rusa timor sebagai mangsa utama komodo. Kondisi tersebut menjadikan Manggarai Barat sebagai lokasi yang relevan untuk meneliti bagaimana strategi komunikasi persuasif digunakan dalam upaya pencegahan perburuan satwa liar. Waktu penelitian berlangsung sejak awal Oktober hingga akhir November 2025. Pelaksanaan penelitian meliputi beberapa tahapan, yaitu persiapan instrumen penelitian, pengumpulan data melalui wawancara dan observasi, serta pendokumentasian aktivitas penyuluhan dan interaksi antara petugas lapangan dengan masyarakat. Pemilihan periode tersebut disesuaikan dengan kegiatan operasional Balai Taman Nasional Komodo dan ketersediaan informan, sehingga proses penelitian dapat berjalan optimal dan menghasilkan data yang mendalam serta representatif.

Subjek Penelitian

Subjek penelitian terdiri atas dua kelompok utama, yaitu petugas Balai Taman Nasional Komodo meliputi Polisi Kehutanan, staf divisi humas, tokoh adat, dan masyarakat lokal yang tinggal di dalam maupun sekitar kawasan Taman Nasional. Pemilihan informan dilakukan secara purposif dengan mempertimbangkan keterlibatan mereka dalam aktivitas pencegahan perburuan dan relevansi informasi yang dapat diberikan. Petugas Balai dipilih untuk memahami strategi komunikasi yang mereka gunakan, tantangan lapangan, serta efektivitas pendekatan persuasif yang dijalankan. Sementara itu, masyarakat lokal menjadi informan kunci untuk mengetahui bagaimana pesan konservasi diterima, dipahami, dan memengaruhi perilaku mereka terhadap kegiatan perburuan, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Data dan Teknik Pengumpulan Data

Data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan petugas Balai Taman Nasional Komodo dan masyarakat lokal, serta observasi non-partisipan di lapangan. Data ini dianggap paling relevan karena mencerminkan kondisi riil terkait proses komunikasi, bentuk pesan persuasif, dan respons masyarakat terhadap upaya pencegahan perburuan. Data sekunder diperoleh dari dokumen resmi Balai Taman Nasional Komodo, peraturan pemerintah, laporan tahunan, literatur ilmiah, dan sumber tertulis lain yang berkaitan dengan topik penelitian. Jenis data yang digunakan adalah data kualitatif, karena fokus penelitian berada pada pemahaman mendalam mengenai proses persuasi, pola interaksi, dan konteks sosial masyarakat. Data kuantitatif hanya digunakan secara terbatas sebagai pelengkap, seperti jumlah kasus perburuan atau data populasi satwa dari laporan instansi. Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi, observasi non-partisipan, yaitu pengamatan

langsung terhadap pola komunikasi petugas dan masyarakat tanpa keterlibatan peneliti dalam aktivitas mereka. Selanjutnya wawancara semi-terstruktur, digunakan untuk menggali pengalaman, pandangan, dan pemaknaan informan terkait strategi komunikasi persuasif dalam mencegah perburuan. Studi dokumen, dilakukan dengan menelaah dokumen-dokumen relevan sebagai pendukung analisis data.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan model interaktif Miles dan Huberman (dalam Riswanto et al., 2023, h. 77–80), yang terdiri atas empat tahapan utama:

1. Pengumpulan Data, data diperoleh dari wawancara, observasi, dan studi dokumen. Pada tahap ini peneliti mengumpulkan seluruh informasi yang relevan dengan fokus penelitian.
2. Reduksi Data, data yang telah terkumpul dipilih, disederhanakan, dan difokuskan pada informasi yang berkaitan dengan strategi komunikasi persuasif serta dinamika pencegahan perburuan satwa liar. Reduksi dilakukan agar data lebih terarah dan mudah dianalisis.
3. Penyajian Data, data yang telah direduksi disajikan dalam bentuk narasi deskriptif, tabel ringkas, atau kutipan wawancara agar memudahkan peneliti memahami hubungan antarkonsep serta pola yang muncul.
4. Verifikasi dan Penarikan Kesimpulan, pada tahap ini peneliti menafsirkan makna data, memeriksa keabsahan temuan, serta menyusun kesimpulan berdasarkan teori dan konteks penelitian. Proses verifikasi dilakukan secara berulang untuk memastikan kredibilitas dan validitas hasil penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Komunikasi persuasif yang dilakukan Balai Taman Nasional Komodo dalam mencegah perburuan satwa liar merupakan proses strategis yang menggabungkan kredibilitas komunikator, kekuatan pesan, ragam saluran komunikasi, karakteristik khalayak, serta dampak perubahan perilaku yang muncul. Upaya ini tidak hanya berfokus pada penyampaian informasi, tetapi membangun kesadaran, keterlibatan sosial, dan rasa memiliki masyarakat terhadap kelestarian satwa liar terutama satwa endemik seperti komodo, kakatua kecil jambul kuning, dan satwa prioritas lainnya. Hasil temuan penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi persuasif Balai Taman Nasional Komodo dijalankan melalui pendekatan edukatif, dialogis, emosional dan partisipatif yang diperkuat dengan pelatihan, sosialisasi, penyuluhan, monitoring satwa, serta kegiatan konservasi berbasis masyarakat.

Sumber Komunikasi (*Source of Communication*)

Sumber komunikasi memiliki peran sebagai komunikator dalam pelaksanaan program konservasi dilakukan oleh penyuluh, ranger, polisi kehutanan, dan staf Balai Taman Nasional Komodo yang memiliki legitimasi institusional serta pengetahuan teknis mengenai konservasi satwa liar. Kredibilitas komunikator terlihat dari kemampuan mereka memberikan edukasi berbasis data, pengalaman lapangan, serta interaksi langsung dengan masyarakat. Dalam wawancara, informan dari Petugas Polisi Kehutanan menyampaikan pengalamannya dalam menyampaikan pesan larangan berburu juga menjelaskan manfaat dan alasannya. "Tetap harus dua-duanya. Tidak bisa hanya melarang. Kami selalu jelaskan alasan mengapa tidak boleh berburu, seperti apa dampaknya bagi ekosistem dan juga apa dampaknya bagi mereka sendiri. Misalnya, kalau rusa berkurang, maka komodo juga akan kekurangan pakan. Jika komodo terancam, maka kawasan mereka pun ikut terancam. Biasanya kalau sudah dijelaskan manfaat dan akibatnya,

masyarakat lebih mengerti” (LY, 10 November 2025).

Dalam data yang telah diperoleh langsung dari Balai Taman Nasional Komodo, bentuk kredibilitas lainnya terlihat pada kegiatan Pelatihan Tenaga Pengajar Program Ranger Goes to School yang diikuti 20 peserta dari berbagai sekolah. Kehadiran narasumber dari Balai Taman Nasional Komodo dan Bekal Pemimpin memperkuat kepercayaan peserta terhadap materi konservasi yang diberikan. Para naturalist guide di Desa Pasir Panjang juga mengikuti pelatihan selama 12 JPL (Jam Pembelajaran) dengan materi ekologi komodo, interpretasi jalur wisata, hingga hospitality. Kegiatan ini menunjukkan bahwa Balai Taman Nasional Komodo memastikan komunikator yang bertugas di lapangan memiliki kompetensi profesional sehingga proses komunikasi berlangsung lebih meyakinkan dan efektif.

”Kami biasanya menjalin komunikasi dengan masing-masing audiens. Kita menyampaikan informasi kepada siswa. Biasanya ada kegiatan RGTS (Ranger Goes to School), kita sampaikan di situ. Kita datang mengajar ke sekolah, menyampaikan informasi, seperti itu. Kemudian contoh kepada asosiasi, kita ada punya WA Group dengan asosiasi, kita harus menyampaikan informasi di situ dan memberikan landasan-landasan atau dasar-dasarnya. Misalnya, oh aturannya menuju ke sini, kita sampaikan aturannya, kita tegaskan lagi aturannya” (AS, 6 November 2025).

Pada Model Komunikasi Persuasif *Yale*, unsur *Source of Communication* menekankan peran kredibilitas, keahlian, dan kepercayaan terhadap komunikator. Pendapat informan tersebut juga mengilustrasikan bagaimana sumber komunikasi berfungsi sebagai pihak yang memberikan penekanan berulang terhadap aturan sebuah ciri khas dalam persuasi menurut model Yale, di mana pesan dari sumber yang jelas, tegas, dan konsisten lebih mudah mendapatkan perhatian serta pemahaman dari audiens. Dengan demikian, penyampaian pendapat informan tersebut memperlihatkan bahwa peran sumber komunikasi dalam proses persuasi tidak hanya sebagai pembawa pesan, tetapi juga sebagai figur otoritatif yang memperkuat legitimasi pesan, memengaruhi penerimaan audiens, serta meningkatkan efektivitas perubahan sikap dalam konteks pelestarian satwa liar di kawasan Taman Nasional Komodo.

Pembelajaran Pesan (*Message Learning*)

Proses pembelajaran pesan dalam Model Komunikasi Persuasif *Yale* menjelaskan bahwa perubahan sikap masyarakat hanya dapat terjadi apabila pesan yang disampaikan berhasil menarik perhatian, dipahami, mudah dipelajari, diterima, dan disimpan dalam memori audiens. Berdasarkan hasil wawancara dengan informan petugas Balai Taman Nasional Komodo dan masyarakat serta tokoh adat, kelima tahapan ini tampak jelas dalam praktik komunikasi yang dilakukan Balai Taman Nasional Komodo kepada berbagai kelompok sasaran, mulai dari siswa, masyarakat desa, hingga asosiasi pelaku wisata.

Perhatian (*Attention*)

Dalam konteks ini, perhatian tidak hanya tercipta dari isi pesan, tetapi juga dari kehadiran komunikator secara langsung di tengah masyarakat. Kehadiran fisik petugas Balai Taman Nasional Komodo memberikan kesan kredibilitas yang kuat dan menunjukkan keseriusan mereka dalam menyampaikan informasi, sehingga masyarakat merasa dihargai dan terdorong untuk mendengarkan. Hal ini memperkuat prinsip bahwa pada tahap awal persuasi, audiens akan memperhatikan ketika komunikator dianggap kompeten, pesan memiliki relevansi emosional, dan cara penyampaian disesuaikan dengan latar sosial audiens.

”Kalau ada penyuluhan dari Taman Nasional Komodo, saya biasanya langsung ikut dengar, soalnya mereka jelasin dengan cara yang gampang dimengerti. Tapi yang paling bikin kita cepat

memperhatikan itu kalau mereka kasih contoh kejadian nyata, misalnya kasus orang yang pernah diserang komodo atau ada yang ditangkap karena berburu satwa. Kalau sudah begitu, semua orang langsung serius. Apalagi kalau penyuluhnya datang langsung ke kampung, kita merasa memang penting untuk didengar. Jadi biasanya kalau ada petugas datang dan kumpul di bale-bale, orang kampung langsung kumpul karena tahu mereka mau jelasin hal penting.” (MS, 4 November 2025). Pernyataan informan tersebut menunjukkan bahwa perhatian masyarakat muncul ketika pesan konservasi disampaikan dengan cara yang relevan, konkret, dan sesuai dengan pengalaman yang mereka pahami. Dalam model komunikasi persuasif *Yale*, tahap perhatian dipengaruhi oleh kredibilitas sumber, daya tarik pesan, serta kemampuan komunikator menyesuaikan penyampaian dengan konteks audiens. Informan MS menegaskan bahwa penyuluhan dari Balai Taman Nasional Komodo mampu menarik perhatian karena materi yang disampaikan berkaitan langsung dengan kehidupan sehari-hari masyarakat Pulau Komodo. Penyampaian contoh nyata mengenai kasus perburuan atau insiden keselamatan membuat masyarakat merasa pesan tersebut penting dan mendesak, sehingga mereka lebih fokus dalam mendengarkan.

Pemahaman (Comprehension)

“Ya, kami lebih cepat mengerti dan paham terkait penyampaian pesan dalam penyuluhan yang telah dilakukan petugas. Dan juga keuntungan dari penyampaian itu kami sudah rasakan. Contoh, seperti kami masyarakat juga ikut serta menjaga binatang buas, seperti komodo. Dampaknya kami sudah rasakan. Contoh, tamu-tamu yang datang ke daerah wisata ini. Dari situ mungkin mereka bisa dapat dampak positifnya dari larangan-larangan dari petugas-petugas itu” (RI, 28 Oktober 2025).

Pernyataan informan tersebut menunjukkan bahwa tingkat pemahaman masyarakat sangat bergantung pada cara pesan disusun dan disampaikan oleh komunikator. Dalam model komunikasi persuasif *Yale*, pemahaman menjadi tahap penting setelah perhatian diperoleh, di mana audiens harus mampu mengerti isi pesan secara jelas agar dapat memprosesnya ke tahap persuasi berikutnya. Informan tersebut menggambarkan bahwa petugas Balai Taman Nasional Komodo mampu menciptakan pemahaman melalui penggunaan bahasa sederhana, struktur penjelasan yang runtut, serta penyampaian contoh nyata yang dekat dengan kehidupan masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa Balai Taman Nasional Komodo menghindari penyampaian pesan yang terlalu teknis atau ambigu. Mereka sengaja menyesuaikan bahasa dengan tingkat pendidikan dan pengalaman masyarakat setempat. Pendekatan tersebut selaras dengan prinsip *comprehension* dalam model *Yale*, yang menekankan bahwa audiens akan memahami pesan ketika isi komunikasi disampaikan secara lugas, logis, dan relevan. Informan juga menekankan bahwa penggunaan contoh konkret menjadi faktor penting dalam meningkatkan pemahaman. Ketika petugas menjelaskan aturan dengan mengaitkan pada kasus yang pernah dialami atau diamati oleh warga, pesan menjadi lebih mudah dicerna dan tidak menimbulkan kerancuan.

Kemudahan Dipelajari (Learnability)

“Kalau kita jelaskan ke masyarakat, kita usahakan pakai contoh yang sederhana saja. Misalnya soal perburuan, kita kasih lihat apa dampaknya kalau satwa berkurang, atau kalau ketahuan bisa kena hukuman. Biasanya kita ulang-ulang penjelasan itu, supaya mereka benar-benar paham dan ingat. Kadang kita tunjukkan juga kondisi di lapangan, seperti sarang yang rusak atau jejak komodo, biar mereka bisa lihat langsung dan tidak hanya dengar teori.” (RP, 10 November 2025).

Pernyataan informan tersebut menggambarkan dengan jelas bagaimana Balai Taman Nasional Komodo memastikan bahwa pesan konservasi mudah dipelajari oleh masyarakat. Dalam Model Komunikasi Persuasif *Yale*, tahap *learnability* menekankan pentingnya penyampaian pesan yang sederhana, konkret, berulang, dan relevan agar dapat dipahami dan diingat dalam jangka panjang. Informan menjelaskan bahwa penggunaan contoh nyata, baik berupa kejadian perburuan, dampak ekologis, maupun kondisi lapangan, mempermudah masyarakat untuk memvisualisasikan pesan dan memahami maknanya secara langsung. Pendekatan berbasis pengalaman konkret ini membuat masyarakat tidak hanya menerima informasi secara verbal, tetapi juga melalui pengamatan langsung, sehingga proses belajar menjadi lebih bermakna. Ketika petugas menunjukkan sarang telur yang rusak atau jejak komodo di sekitar desa, audiens dapat melihat bukti nyata yang memudahkan mereka memahami mengapa perburuan berbahaya dan mengapa aturan harus dipatuhi.

Hal ini sesuai dengan prinsip bahwa pesan yang divisualisasikan melalui contoh nyata memiliki tingkat keteringatan lebih tinggi dibandingkan pesan abstrak. Rawuh juga menekankan bahwa pengulangan pesan merupakan strategi penting dalam proses pembelajaran. Pengulangan memastikan bahwa pesan tidak hanya didengarkan sekali, tetapi diperkuat dari waktu ke waktu sehingga tersimpan dalam memori masyarakat. Pengulangan ini menjadi bagian yang sangat penting dalam komunikasi persuasif terutama pada masyarakat yang memiliki tingkat pendidikan beragam, sehingga penyampaian berulang dapat membantu mengurangi kesalahpahaman dan memperkuat pemahaman inti.

Penerimaan (*Acceptance*)

Setelah audiens mampu memahami pesan, aspek penting berikutnya dalam proses komunikasi persuasif adalah tahap penerimaan. Pada tahap ini, individu mengevaluasi pesan yang diterima berdasarkan keyakinan awal, nilai-nilai pribadi, pengalaman hidup, serta tingkat kepercayaan mereka terhadap sumber penyampai pesan. Penerimaan tidak hanya terjadi karena kekuatan argumen, tetapi juga karena kesesuaian pesan dengan realitas yang dialami dan kebutuhan psikologis maupun sosial audiens. Dalam konteks komunikasi konservasi, penerimaan menjadi indikator bahwa pesan tidak lagi hanya dipahami secara kognitif, tetapi juga diyakini, diinternalisasi, dan dianggap layak dijadikan pedoman tindakan. Ketika pesan selaras dengan kepentingan dan pengalaman individu, maka kecenderungan mereka untuk menerima dan menerapkan pesan tersebut dalam kehidupan sehari-hari akan semakin tinggi.

“Ya, sudah merasakan dampak dari larangan itu. Contoh, sudah banyak guide lokal yang sudah turun langsung ke wisata. Dampak positif yang mereka sudah rasakan itu luar biasa. Dan sekarang itu nelayan untuk anak-anak mudanya sudah berkurang untuk nelayan. Mereka itu sudah turun ke wisata.” (Rusdy Iskandar, 28 Oktober 2025).

Pernyataan tersebut menggambarkan bahwa penerimaan masyarakat Pulau Rinca terhadap pesan konservasi tidak terjadi secara pasif, tetapi melalui proses evaluasi yang didasarkan pada manfaat nyata yang mereka rasakan. Dalam Model Komunikasi Persuasif *Yale*, penerimaan dipengaruhi oleh argumentasi rasional yang dalam kasus ini terlihat dari hubungan sebab-akibat antara larangan berburu, kelestarian komodo, dan peningkatan peluang ekonomi lokal. Informan menegaskan bahwa ketika masyarakat melihat bahwa perubahan perilaku konservatif membawa dampak positif, seperti meningkatnya lapangan pekerjaan sebagai guide wisata dan berkurangnya ketergantungan pada kegiatan melaut, mereka menjadi lebih terbuka dan bersedia menerima pesan dari petugas Taman Nasional Komodo. Selain itu, penerimaan juga

diperkuat oleh nilai pribadi masyarakat yang berkaitan dengan keamanan dan kelestarian lingkungan. Informan menjelaskan bahwa jika rusa sebagai mangsa komodo berkurang, komodo akan turun ke perkampungan. Kesadaran rasional ini membuat pesan konservasi dipandang bukan sekadar aturan, tetapi kebutuhan bersama untuk menjaga keamanan warga. Hal ini menunjukkan bahwa penerimaan terbentuk dari kombinasi antara argumentasi logis dan relevansi emosional terhadap situasi hidup masyarakat.

Penyimpanan (*Retention*)

Pada tahap penyimpanan, efektivitas pesan bergantung pada kemampuan audiens menyimpan informasi dalam memori jangka panjang sehingga pesan tersebut dapat memengaruhi perilaku secara berkelanjutan. Dalam konteks penyuluhan pencegahan perburuan satwa liar di Pulau Komodo, retensi pesan terjadi ketika informasi yang disampaikan petugas diulang, diperjelas melalui contoh konkret, serta dikaitkan dengan pengalaman hidup masyarakat sehari-hari. Salah satu informan menjelaskan bahwa pesan mengenai larangan perburuan dan pentingnya menjaga komodo dapat dipahami dan diingat masyarakat karena disampaikan secara berulang melalui berbagai kegiatan penyuluhan. Pengulangan ini tidak hanya terjadi dalam forum resmi, tetapi juga dalam percakapan sehari-hari, terutama ketika masyarakat menyaksikan langsung dampak dari perburuan, seperti menurunnya populasi rusa yang menjadi pakan komodo. Ia menuturkan bahwa masyarakat akhirnya memahami kaitan erat antara perburuan dan perilaku komodo yang semakin sering turun ke pemukiman:

“Kalau rusanya habis, otomatis pakan komodonya juga berkurang. Jadi jangan salah kalau komodo sering turun ke kampung karena pakannya di hutan berkurang karena berburu liar. Alhamdulillah, setelah adanya penyuluhan berkala yang dilakukan petugas Taman Nasional Komodo dan juga memang adanya adat istiadat masyarakat daerah ini, kami selalu sama-sama jaga alam ini. hutan bisa aman, komodo juga bisa lestari, dan kunjungan-kunjungan itu full karena memang alamnya sudah bersih. Tidak ditebang kiri-kanan, tidak mereka langgar.” (MS, 4 November 2025).

Pernyataan ini menunjukkan bahwa retensi pesan konservasi bukan hanya berada pada tataran kognitif, tetapi juga tertanam melalui pengalaman konkret yang dirasakan langsung oleh masyarakat. Ketika masyarakat melihat bahwa menjaga alam membawa hasil nyata seperti hutan yang tetap lestari, komodo yang tetap aman, dan pariwisata yang semakin berkembang maka pesan tersebut tersimpan secara otomatis karena relevan dengan kehidupan mereka sehari-hari. Dalam Model *Yale*, pengalaman nyata (*direct experience*) merupakan salah satu faktor paling kuat dalam menyimpan pesan dalam memori jangka panjang. Selain itu, retensi pesan diperkuat oleh peran tokoh adat sebagai penjaga nilai budaya dan penutur tradisi. Informan menjelaskan bahwa sejak masa sebelum Taman Nasional Komodo berdiri, masyarakat telah memiliki aturan adat untuk tidak mengganggu komodo, tidak membakar rumput sembarangan, dan tidak merusak hutan. Kearifan lokal ini membuat pesan konservasi dari Taman Nasional Komodo tidak terasa asing, melainkan memperkuat pengetahuan yang sudah ada. Ketika pesan baru cocok dengan nilai lama, memori bekerja lebih efisien karena informasi tersimpan sebagai bagian dari sistem makna yang telah mapan.

Perubahan Sikap Audiens (*Attitude Change of Audience*)

Tahap akhir dalam Model *Yale* adalah perubahan sikap, yaitu kondisi ketika audiens bukan hanya memahami dan menerima pesan, tetapi juga menginternalisasi dan menerjemahkannya ke dalam perilaku nyata. Menurut Upreti et al. (2022), keberhasilan perubahan sikap dipengaruhi oleh karakteristik audiens, seperti tingkat keterlibatan, tingkat pengetahuan, nilai budaya, serta

kesiapan mental mereka dalam menerima persuasi. Sementara itu, Hovland menjelaskan bahwa perubahan sikap terjadi melalui tiga komponen utama: kognitif, afektif, dan konatif. Dalam konteks komunikasi persuasif Balai Taman Nasional Komodo terkait pencegahan perburuan satwa liar, perubahan sikap masyarakat Pulau Komodo dan kawasan penyangga tampak melalui pengalaman informan, baik dari sisi masyarakat maupun dari sisi aparatur lapangan.

Komponen Kognitif (Pengetahuan)

Perubahan pada aspek kognitif terlihat ketika audiens memperoleh pemahaman baru mengenai dampak perburuan liar terhadap ekosistem dan lingkungan mereka. Melalui penyuluhan dan pendekatan informal, Polisi Kehutanan memberikan penjelasan yang rasional dan mudah dipahami masyarakat. Salah satu informan petugas Taman Nasional Komodo menegaskan bahwa dalam setiap penyuluhan, mereka tidak hanya menyampaikan larangan, tetapi juga menjelaskan alasan dan dampaknya.

"Kami selalu jelaskan mengapa tidak boleh berburu, kalau rusa berkurang, komodo kekurangan pakan. Kalau komodo terancam, kawasan juga ikut terancam. Biasanya kalau dijelaskan manfaat dan akibatnya, masyarakat lebih mengerti" (LY, 10 November 2025)

Pengetahuan ini memperkuat pola pikir masyarakat bahwa tindakan berburu tidak hanya melanggar aturan, tetapi juga mengancam keberlanjutan kawasan yang menjadi identitas mereka. Tokoh adat Muhammad Aksan juga menyebut bahwa "masyarakat kini lebih paham bahwa menebang pohon, membakar lahan, atau mengganggu habitat komodo dapat merusak keseimbangan hutan dan mengurangi daya tarik wisata" (MA, 4 November 2025). Pemahaman rasional inilah yang menjadi dasar awal perubahan sikap, sesuai dengan konsep kognitif dalam teori Hovland.

Komponen Afektif (Perasaan)

Perubahan sikap juga terlihat dari sisi emosional. Masyarakat memiliki hubungan historis dan kultural dengan komodo, yang menjadi sumber nilai afektif kuat. Tokoh adat Muhammad Aksan menceritakan bahwa masyarakat Pulau Komodo memandang komodo sebagai bagian dari identitas leluhur, sehingga pesan konservasi lebih mudah diterima ketika dikaitkan dengan nilai adat. Salah satu informan tokoh adat menuturkan bahwa "masyarakat mengikuti pesan konservasi ketika penyampaian menghormati adat dan budaya, karena adat tidak boleh dirobak fungsi adat dan aturan harus duduk bersama" (MA, 4 November 2025).

Emosi positif berupa rasa memiliki, kebanggaan, dan tanggung jawab budaya ini memperkuat penerimaan pesan. Dari perspektif aparat menambahkan bahwa pendekatan emosional jauh lebih efektif dibanding penyampaian formal.

"Kami lebih banyak duduk bersama, ngopi, ngobrol santai. Pesan disisipkan perlahan. Kalau terlalu formal, mereka malah takut" (RP, 10 November 2025)

Pendekatan interpersonal seperti ini menciptakan rasa aman dan kedekatan emosional, yang memperkuat perubahan sikap. Dengan adanya kedekatan emosional, pesan konservasi menjadi bukan sekadar instruksi, tetapi kebutuhan moral sehingga audiens lebih siap berubah.

Komponen Konatif (Tindakan/Perilaku)

Komponen konatif tercermin melalui perubahan tindakan nyata masyarakat. Informan menunjukkan adanya penurunan perilaku yang dapat merusak ekosistem, seperti penebangan liar, pembakaran, atau aktivitas yang mengganggu habitat komodo. Dari perspektif petugas, informan dari petugas Taman Nasional Komodo menguatkan bahwa terjadi perubahan perilaku terutama di daerah dekat kawasan.

“Ada perubahan masyarakat lebih peduli soal sampah, alat tangkap, dan lebih sadar menjaga kawasan, pelaku perburuan sebagian besar berasal dari luar kawasan, sehingga perubahan sikap masyarakat lokal tidak bisa langsung diukur dari berkurangnya perburuan. Meski demikian, perubahan perilaku lokal tetap penting karena mereka menjadi mata dan telinga Taman Nasional Komodo dalam menjaga kawasan” (LY, 10 November 2025). Perilaku konkret ini menunjukkan bahwa tahap persuasi telah menghasilkan perubahan sikap yang terinternalisasi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Balai Taman Nasional Komodo memiliki peran strategis dalam upaya pencegahan perburuan satwa liar, khususnya satwa kunci seperti komodo dan rusa sebagai mangsa utamanya. Temuan penelitian menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi sangat dipengaruhi oleh kredibilitas sumber pesan, relevansi pesan dengan kehidupan masyarakat, serta kemampuan petugas Taman Nasional Komodo dalam menyesuaikan bahasa, media, dan metode penyampaian dengan karakteristik audiens yang beragam. Mengacu pada model komunikasi persuasif *Yale*, proses belajar pesan (*message learning*) yang meliputi perhatian, pemahaman, penerimaan, penyimpanan, hingga perubahan sikap terbukti terjadi secara bertahap. Masyarakat menunjukkan peningkatan pemahaman mengenai dampak perburuan satwa liar terhadap ekosistem, terutama setelah mendapatkan penjelasan yang sederhana, logis, dan dikaitkan langsung dengan kondisi lingkungan mereka. Pada saat yang sama, pendekatan personal yang dilakukan polhut dan penyuluh melalui percakapan santai, anjungsana, hingga pertemuan adat memungkinkan audiens menerima pesan tanpa rasa tertekan maupun takut, sehingga tahapan persuasi berjalan lebih alami.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ali, H., & Hastasari, C. (2020). *Komunikasi Persuasif Pada Hubungan Interpersonal Perokok Aktif Dan Pasangannya Persuasive Communication In Interpersonal Relationshiop Between An Active Smoker And His Partner*. III(I), 35–44.
- [2] Bantam, D. J., Ramadhani, R. A., Setiowati, A., & Nabila, A. (2024). *Komunikasi Persuasif Pada Karyawan Toko Aksesoris Handphone*. 2(3), 160–164.
- [3] Brodjonegoro, S. S. (2023). *IKATAN SARJANA KOMUNIKASI INDONESIA*. 8(2), 466–481.
- [4] Chavan, A. S., Muley, E. D., & Naphade, S. R. (2023). *Animal trafficking and poaching : major threats to the biodiversity*. 11(5), 45–49.
- [5] Firmansyah, I., Budiasa, I. W., Agusta, C., Aulia, D., & Sukwika, T. (2023). *Modelling of carrying capacity at komodo national park : system dynamics approach*. 13(3), 492–506.
- [6] Fransiskus Leric Kleden, Ida Ayu Putu Widiati, I. W. A., BERBURU, P. H. L., & BARAT, S. D. W. Y. T. L. B. M. (2021). *PENEGAKAN HUKUM LARANGAN BERBURU*. 2(2), 228–232.
- [7] Gessa, A., Simplicious, J., Jessica, M., Gessa, S. J., Tayeebwa, W., & Tumwesigye, C. (2024). *The Role of Public Relations in Wildlife Conservation : Examples From Uganda The Role of Public Relations in Wildlife Conservation : Examples From Uganda*. 17(1). <https://doi.org/10.1177/19400829241233471>
- [8] Hasanudin, A., & Shasrini, T. (2025). *Komunikasi Persuasif Komunitas Pondok Belantara Adventure Riau Dalam Mengampanyekan Isu Lingkungan Pada Masyarakat Kota Pekanbaru*. 6(1), 19–42.

- [9] Kyalo, E. (2024). Public Relations Strategies for Non-Profit Organizations Public Relations Strategies for Non-Profit Organizations. *Journal of Public Relations*, Vol. 3(Issue No.1), 1–13.
- [10] Mariati, S., Parera, A. K., & Rahmanita, M. (2022a). <title/>. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 27(2), 153. <https://doi.org/10.30647/jip.v27i2.1621>
- [11] Mariati, S., Parera, A. K., & Rahmanita, M. (2022b). Analisis Keberlanjutan Taman Nasional Komodo sebagai Destinasi Wisata Berkelanjutan | Jurnal Ilmiah Pariwisata. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 27(2), 153–164.
- [12] Muntasir, R., & Murdiati, E. (2024). *Komunikasi Persuasif Tokoh Adat dalam Mempertahankan Sejarah Desa Lesung Batu Kecamatan Rawas Ulu Kabupaten Musi Rawas Utara Sumatera Selatan*. 1, 1–13.
- [13] Oktaviandru, B. (n.d.). *Strategi Komunikasi Persuasif dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Siswa di SMK Bisnis dan Teknologi Bekasi*. 2(2), 348–354.
- [14] Olivia, C., Putri, A., Triratma, B., & Sunoko, K. (2021). *PENERAPAN ARSITEKTUR EKOLOGI PADA RANCANG BANGUN TAMAN WISATA ALAM DI PULAU KOMODO SEBAGAI KONSERVASI KOMODO* (Vol. 4). halaman. <https://jurnal.ft.uns.ac.id/index.php/senthong/index>
- [15] Roospondanwangi, A. P., Program, L., Ilmu, S., Utama, M., Teori, P., Pascasarjana, P., & Sebelas, U. (2018). *KONSERVASI MANGROVE DI TAPAK TUGUREJO SEMARANG*. 7(1), 26–38.
- [16] Upreti, Y. R., & Sharma, P. (2022). *Persuasive communication strategy as a guiding theoretical framework to positive health behavior change*. November.
- [17] Vincentius Varrell1, Siti Juhriah Novianty2, P. H. (2024). Ilomata International Journal of Social Science. *Ilomata International Journal of Social Science*, 5(1), 88–104.
- [18] Waruwu, 2023:2898. (2023). *Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi*. 1, 1–7.
- [19] Wibowo, R., & Rahardjo, B. (2019). (n.d.). *Studi Ancaman terhadap Komodo dan Satwa Mangsa di TNK. [Data internal TNK]*.
- [20] Zamzami, Z. maula, Winarno, G. D., Fitriana, Y. R., & Banuwa, I. S. (2021). Analisis Temuan Patroli Polisi Hutan Terhadap Perburuan Satwa Liar Di Resort Way Kanan, Taman Nasional Way Kambas. *Jurnal Belantara*, 4(2), 186–194. <https://doi.org/10.29303/jbl.v4i2.680>

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN