

## Pengaruh Kampanye Peduli dan Berbudaya Lingkungan Hidup di Sekolah (PBLHS) terhadap Kesadaran Lingkungan Sivitas SMP Negeri 2 Banjaran

Azzahra Mutiabani Hatta<sup>1</sup>, Pradipta Dirgantara<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial, Universitas Telkom, Indonesia, azzahramhatta@student.telkomuniversity.ac.id

<sup>2</sup>Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial, Universitas Telkom, Indonesia, pdirgantara@telkomuniversity.ac.id

### Abstract

*Environmental awareness amidst the worrying environmental problems of the industrial era 4.0 is certainly very necessary. To foster environmental awareness starting from school or educational environments, the Indonesian government has made a policy where schools must run the Caring and Environmental Culture in Schools (PBLHS) campaign. Schools that successfully implement various points of this environmental improvement campaign then receive the Adiwiyata award from the government's environmental service. Of course, this PBLHS campaign needs to be studied in order to find out evidence of its success. This study aims to measure the magnitude of the influence of the Caring and Environmental Culture in Schools (PBLHS) campaign on the environmental awareness of the SMP Negeri 2 Banjaran community, Bandung Regency, which has won the title of National Adiwiyata school. This study uses a quantitative method with a population of 1266 consisting of students and teachers of SMP Negeri 2 Banjaran with a sample of 304 people. The results of the study showed a significant and positive influence of the PBLHS campaign on the environmental awareness of the SMP 2 Banjaran community with a determination coefficient of 45%, a constant value of 12.983 and a regression coefficient of the campaign variable of 0.428. It can be concluded that the implementation of a pro-environmental campaign in schools by paying attention to the content of the message, message structure, actors and appropriate campaign channels, has proven to have a positive effect on the environmental awareness of the school community that runs it.*

**Keywords:** *environmental campaign, environmental awareness*

### Abstrak

Kesadaran lingkungan di tengah masalah-masalah lingkungan era industri 4.0 yang mencemaskan tentunya sangat diperlukan. Untuk menumbuhkan kesadaran lingkungan yang dimulai dari masa sekolah atau lingkungan pendidikan, pemerintah Indonesia membuat suatu kebijakan dimana sekolah mesti menjalankan kampanye Peduli dan Berbudaya Lingkungan Hidup di Sekolah (PBLHS). Sekolah yang berhasil menjalankan berbagai poin-poin kampanye perbaikan lingkungan ini kemudian mendapat penghargaan Adiwiyata dari pemerintah dinas lingkungan. Tentunya kampanye PBLHS ini perlu diteliti guna mengetahui bukti keberhasilannya. Adanya penelitian ini bertujuan untuk mengukur besaran pengaruh kampanye Peduli dan Berbudaya Lingkungan Hidup di Sekolah (PBLHS) terhadap kesadaran lingkungan sivitas SMP Negeri 2 Banjaran kabupaten Bandung yang telah meraih gelar sekolah Adiwiyata Nasional. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan populasi sebanyak 1266 yang terdiri dari siswa-siswi dan guru SMP Negeri 2 Banjaran dengan sampel yang diambil sebanyak 304 orang. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan dan positif dari kampanye PBLHS terhadap kesadaran lingkungan Sivitas SMP 2 Banjaran dengan koefisien determinasi sebesar 45%, nilai konstanta sebesar 12,983 dan koefisien regresi variabel kampanye sebesar 0,428. Dapat disimpulkan bahwa dijalkannya kampanye pro-lingkungan di sekolah dengan memperhatikan isi pesan, struktur pesan, aktor dan saluran kampanye yang tepat, terbukti berpengaruh positif terhadap kesadaran lingkungan para sivitas sekolah yang menjalankannya.

**Kata kunci:** kampanye lingkungan, kesadaran lingkungan

I. PENDAHULUAN

Permasalahan lingkungan menjadi isu krusial yang dihadapi oleh banyak negara, termasuk Indonesia, di era industri 4.0. Zulfikar (2024) mencatat bahwa Indonesia termasuk dalam daftar 10 negara dengan tingkat keramah lingkungan terendah di dunia, berdasarkan penilaian dari Environmental Performance Index (EPI), Green Future Index (GFI), serta data emisi CO<sub>2</sub> dan polusi udara PM2.5. Kondisi ini mencerminkan rendahnya kesadaran dan kepedulian terhadap pelestarian lingkungan, yang juga diperkuat oleh fakta bahwa Indonesia merupakan negara penghasil sampah plastik terbesar ketiga di dunia dengan angka mencapai 3,4 juta ton sampah makroplastik (Mustika, 2024). Ironisnya, Indonesia dikenal sebagai negara kepulauan dengan keanekaragaman hayati laut dan daratan yang tinggi, serta memiliki hutan tropis luas yang menjadi paru-paru dunia (Pahlephi, 2023; Anugrah, 2021).

Tantangan ini semakin nyata ketika dilihat dalam konteks lokal, seperti di wilayah Kabupaten Bandung, khususnya Kecamatan Banjaran. Sebagai kawasan yang mengalami pertumbuhan penduduk dan aktivitas ekonomi yang pesat, Banjaran menghadapi masalah serius terkait pengelolaan lingkungan. Sampah yang menumpuk hingga ribuan ton di sekitar Pasar Banjaran dan kawasan sekolah (Aprilia, 2022), serta bencana banjir yang terjadi berulang kali (Kamaludin, 2024), menjadi indikasi bahwa keterlibatan masyarakat dan kesadaran lingkungan masih rendah. Kondisi ini berdampak langsung pada kualitas hidup masyarakat, termasuk siswa yang beraktivitas di lingkungan yang kurang sehat.

Dalam menjawab permasalahan tersebut, pendekatan edukatif melalui institusi pendidikan menjadi strategi yang potensial. Pendidikan lingkungan yang diterapkan di sekolah mampu menumbuhkan pemahaman, kesadaran, dan perilaku peduli lingkungan sejak usia dini (Hamzah, 2013). Salah satu program yang diluncurkan pemerintah untuk mendukung hal ini adalah kampanye Peduli dan Berbudaya Lingkungan Hidup di Sekolah (PBLHS), yang mengintegrasikan nilai-nilai pelestarian lingkungan ke dalam kegiatan sekolah. SMP Negeri 2 Banjaran merupakan salah satu sekolah yang telah menerapkan program ini secara konsisten dan telah meraih berbagai penghargaan Adiwiyata, mulai dari tingkat kabupaten hingga nasional (Admin, 2024).

Program PBLHS di SMPN 2 Banjaran mencakup berbagai kegiatan seperti kampanye zero waste, pengelolaan sampah terpadu, pembuatan kompos dan eco enzyme, serta gerakan penghijauan dan kreasi daur ulang. Melalui kegiatan tersebut, diharapkan terbentuknya kesadaran lingkungan yang kuat pada seluruh sivitas sekolah, baik siswa, guru, maupun tenaga kependidikan. Namun demikian, efektivitas kampanye ini terhadap peningkatan kesadaran lingkungan belum banyak diteliti secara kuantitatif, khususnya di wilayah Kabupaten Bandung. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengukur seberapa besar pengaruh kampanye PBLHS terhadap kesadaran lingkungan sivitas SMPN 2 Banjaran.

Penelitian ini didasarkan pada beberapa studi sebelumnya yang menunjukkan bahwa kampanye lingkungan dapat memberikan pengaruh positif terhadap sikap dan perilaku masyarakat. Krisyanti et al. (2020) menemukan bahwa kampanye #PantangPlastik di media sosial memberikan kontribusi sebesar 51% dalam membentuk kesadaran dan tanggung jawab lingkungan pengikutnya. Hanik dan Kadeni (2024) juga menyatakan bahwa gerakan PBLHS berpengaruh positif terhadap karakter peduli lingkungan siswa di sekolah dasar. Selain itu, penelitian Aprilianti (2023) dan Maryatmo et al. (2023) menunjukkan bahwa implementasi program Adiwiyata mampu meningkatkan literasi dan sikap peduli lingkungan peserta didik. Meski demikian, belum ada penelitian yang secara khusus menyoroti pengaruh kampanye PBLHS terhadap kesadaran lingkungan di SMP wilayah Kabupaten Bandung.

Dengan demikian, urgensi penelitian ini terletak pada perlunya evaluasi dan penguatan program kampanye lingkungan berbasis sekolah di daerah yang memiliki permasalahan lingkungan signifikan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dalam bidang komunikasi lingkungan dan pendidikan, serta memberikan rekomendasi praktis bagi pengembangan program lingkungan di institusi pendidikan.

Tabel 1 Daftar 10 Negara Paling Tidak Ramah Lingkungan di Dunia

NO	NEGARA	INDIKATOR
1	Qatar	Peringkat Indeks Kinerja Lingkungan: 137 Peringkat Indeks Masa Depan Hijau: 73 Rata-rata Konsentrasi PM2.5 per tahun: 38,2 mikrogram per meter kubik Emisi karbon dioksida per kapita: 8,26 ton
2	Iran	Peringkat Indeks Kinerja Lingkungan: 133

		Peringkat Indeks Masa Depan Hijau: 76 Rata-rata Konsentrasi PM2.5 per tahun: 30,3 mikogram per meter kubik Emisi karbon dioksida per kapita: 8,26 ton
3	Turki	Peringkat Indeks Kinerja Lingkungan: 172 Peringkat Indeks Masa Depan Hijau: 69 Rata-rata Konsentrasi PM2.5 per tahun: 20 mikogram per meter kubik Emisi karbon dioksida per kapita: 4,83 ton
4	China	Peringkat Indeks Kinerja Lingkungan: 160 Peringkat Indeks Masa Depan Hijau: 26 Rata-rata Konsentrasi PM2.5 per tahun: 32,6 mikogram per meter kubik Emisi karbon dioksida per kapita: 8,2 ton
5	Arab Saudi	Peringkat Indeks Kinerja Lingkungan: 109 Peringkat Indeks Masa Depan Hijau: 51 Rata-rata Konsentrasi PM2.5 per tahun: 32,7 mikogram per meter kubik Emisi karbon dioksida per kapita: 16,96 ton
6	Vietnam	Peringkat Indeks Kinerja Lingkungan: 178 Peringkat Indeks Masa Depan Hijau: 56 Rata-rata Konsentrasi PM2.5 per tahun: 4,7 mikogram per meter kubik Emisi karbon dioksida per kapita: 3,27 ton
7	Indonesia	Peringkat Indeks Kinerja Lingkungan: 164 Peringkat Indeks Masa Depan Hijau: 70 Rata-rata Konsentrasi PM2.5 per tahun: 34,3 mikogram per meter kubik Emisi karbon dioksida per kapita: 2,09 ton
8	Malaysia	Peringkat Indeks Kinerja Lingkungan: 130 Peringkat Indeks Masa Depan Hijau: 65 Rata-rata Konsentrasi PM2.5 per tahun: 19,4 mikogram per meter kubik Emisi karbon dioksida per kapita: 7,98 ton
9	Aljazair	Peringkat Indeks Kinerja Lingkungan: 155 Peringkat Indeks Masa Depan Hijau: 75 Rata-rata Konsentrasi PM2.5 per tahun: 20 mikogram per meter kubik Emisi karbon dioksida per kapita: 3,77 ton
10	Kuwait	Peringkat Indeks Kinerja Lingkungan: 87 Peringkat Indeks Masa Depan Hijau: 58 Rata-rata Konsentrasi PM2.5 per tahun: 29,7 mikogram per meter kubik Emisi karbon dioksida per kapita: 20,91 ton

(Zulfikar 2024)

## II. TINJAUAN LITERATUR

### A. Komunikasi

Komunikasi adalah aktivitas fundamental dalam kehidupan manusia. Lebih dari 80% waktu manusia digunakan untuk berkomunikasi (Yulia et al., 2015). Komunikasi memiliki peran penting dalam membangun hubungan sosial, menyampaikan informasi, hingga mempengaruhi sikap dan perilaku individu (Hariyanto, 2021). Tidak hanya secara verbal, komunikasi juga mencakup ekspresi non-verbal, bahasa tubuh, hingga penggunaan media (Maulana & Gumelar, 2013; Katalisnet, 2020).

Shannon & Weaver menjelaskan bahwa komunikasi adalah proses interaksi yang bersifat timbal balik, di mana seseorang memengaruhi orang lain baik secara langsung maupun tidak langsung melalui berbagai bentuk simbol (Damayani Pohan & Fitria, 2021). Komunikasi memiliki fungsi informatif, edukatif, persuasif, dan rekreatif (Qothrunnada, 2023).

Jenis-jenis komunikasi meliputi komunikasi verbal, nonverbal, lisan, tertulis, interpersonal, kelompok, publik, massa, politik, budaya, olahraga, keluarga, pembangunan, dan dakwah. Komponen utama komunikasi mencakup komunikator, pesan, encoding, media, decoding, komunikan, dan umpan balik (Qothrunnada, 2023).

### B. Komunikasi Lingkungan

Komunikasi lingkungan adalah proses pertukaran pesan yang berkaitan dengan isu-isu lingkungan, dengan tujuan membentuk persepsi, kesadaran, dan tindakan terhadap dunia alam (Jurin et al., 2010). Menurut Cox (2006), komunikasi lingkungan memiliki dua fungsi:

1. Fungsi Pragmatis – menekankan komunikasi sebagai sarana pendidikan, persuasi, dan mobilisasi masyarakat terhadap isu lingkungan.
2. Fungsi Konstitutif – menekankan komunikasi sebagai alat pembentuk realitas sosial tentang lingkungan.

Komunikasi lingkungan tidak hanya menyampaikan informasi, tapi juga nilai, etika, dan norma budaya tentang hubungan manusia dengan alam (Corbett, 2006).

Media berperan besar dalam membingkai isu lingkungan dan memengaruhi opini publik (Hansen, 2010). Keterlibatan aktif masyarakat, terutama melalui komunikasi yang inklusif dan partisipatif, mampu mendorong perubahan sikap dan perilaku terhadap lingkungan.

### C. Kampanye Lingkungan

Kampanye merupakan salah satu bentuk komunikasi strategis yang bertujuan untuk menyebarkan pesan kepada khalayak luas demi membentuk opini, meningkatkan kesadaran, atau mengubah perilaku (Rice & Atkin, 2013). Kampanye memiliki karakteristik meliputi adanya efek yang diharapkan, target audiens yang besar, rentang waktu yang terbatas, dan proses komunikasi yang terstruktur (Venus, 2018).

Ciri khas kampanye lingkungan adalah bersifat persuasif dan humanistik, menasar sisi emosional dan rasional audiens agar bersedia terlibat secara aktif (Misnawati, 2013). Fungsi kampanye antara lain membentuk opini publik, meningkatkan kesadaran, memperkuat citra institusi, dan mendorong aksi nyata (Venus, 2019; Ostergaard, 2002). Dalam penelitian ini, variabel kampanye PBLHS menggunakan indikator dari Venus (2018), yaitu:

1. Isi pesan
2. Struktur pesan
3. Aktor kampanye
4. Saluran kampanye

#### a. Kesadaran Lingkungan

Kesadaran merupakan kondisi mental seseorang yang melibatkan perhatian terhadap diri dan lingkungannya (Sunaryo, 2004; Semiun, 2010). Kesadaran lingkungan berarti pemahaman dan kepekaan individu terhadap isu-isu lingkungan serta kemauan untuk berpartisipasi aktif dalam upaya pelestariannya.

Sánchez & Lafuente (2010) mengembangkan tiga indikator utama kesadaran lingkungan, yaitu:

1. Keyakinan atau nilai umum – persepsi individu tentang kondisi dan pentingnya lingkungan.
2. Sikap pribadi – tanggung jawab moral terhadap pelestarian lingkungan.
3. Pengetahuan – tingkat pemahaman individu terhadap isu-isu lingkungan.

Pengetahuan yang cukup akan mempengaruhi sikap dan perilaku pro-lingkungan. Oleh karena itu, kesadaran lingkungan tidak hanya dibentuk oleh informasi, tetapi juga oleh nilai-nilai dan pengalaman pribadi.

b. Kerangka Pemikiran

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kampanye PBLHS (Peduli dan Berbudaya Lingkungan Hidup di Sekolah) terhadap kesadaran lingkungan siswa di SMP Negeri 2 Banjaran.

Kerangka berpikir dibangun atas dasar konsep kampanye (Venus, 2018), dan indikator kesadaran lingkungan (Sánchez & Lafuente, 2010). Penelitian ini mengasumsikan bahwa dimensi kampanye PBLHS (isi pesan, struktur pesan, aktor kampanye, saluran kampanye) berkontribusi pada peningkatan kesadaran lingkungan siswa (keyakinan, sikap pribadi, pengetahuan).

D. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kajian teori dan hasil studi terdahulu, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

*H0*: Tidak terdapat pengaruh kampanye PBLHS terhadap kesadaran lingkungan sivitas SMP Negeri 2 Banjaran.

*H1*: Terdapat pengaruh kampanye PBLHS terhadap kesadaran lingkungan sivitas SMP Negeri 2 Banjaran.

### III. METODOLOGI PENELITIAN

Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan salah satu bentuk penelitian ilmiah yang dilakukan secara sistematis untuk menganalisis bagian-bagian, fenomena, serta hubungan kausal di antara hubungan-hubungannya (Abdullah et al., 2022). Dalam metode kuantitatif, realitas dapat diukur dan dipahami secara objektif melalui data yang dapat diverifikasi (Creswell, 2014). Pendekatan deskriptif penelitian ini digunakan untuk menggambarkan besaran pengaruh kampanye PBLHS (Peduli dan Berbudaya Lingkungan Hidup di Sekolah) terhadap kesadaran lingkungan sivitas SMP Negeri 2 Banjaran.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh sivitas akademika SMP Negeri 2 Banjaran yang berjumlah 1.266 orang. Penarikan sampel menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 5% ( $\alpha = 0,05$ ), sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 304 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah purposive sampling, dengan kriteria:

1. merupakan bagian dari sivitas SMP Negeri 2 Banjaran.
2. terlibat dalam pelaksanaan kampanye PBLHS.

### IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Analisis Deskriptif

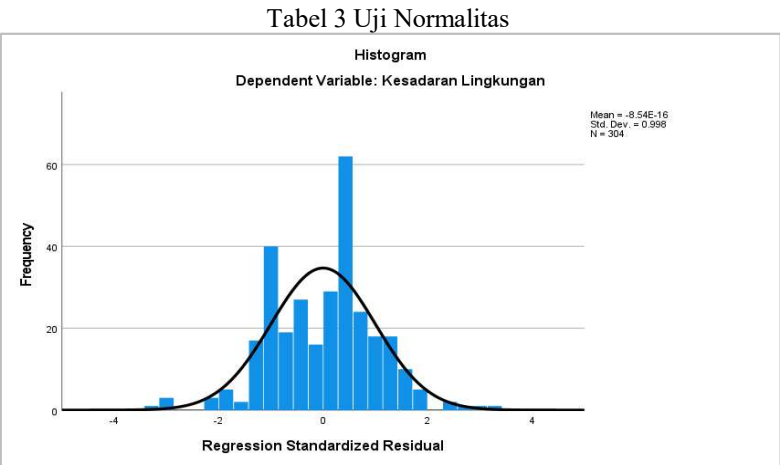
Tabel 2 Hasil Analisis Deskriptif

No	Variabel	Presentase	Kategori
1	Kampanye	84%	Sangat Tinggi
2	Kesadaran Lingkungan	88%	Sangat Tinggi

(Olahan Penulis, 2025)

Berdasarkan penyebaran kuesioner terhadap 304 penjaw, diperoleh hasil respons responden terkait variabel kampanye yaitu sebesar 84,05 % dimana berada dalam kategori sangat tinggi dan variabel kesadaran lingkungan sebesar 88,07% yang berada pada kategori sangat tinggi pada garis kontinum.

a. Uji Normalitas



(Olahan Penulis 2025)

Hasil pengujian normalitas yang ditampilkan melalui histogram terlampir memperlihatkan bahwa data mengikuti pola distribusi berbentuk kurva lonceng yang simetris, yang menjadi karakteristik utama distribusi normal. Karena kurva tersebut tidak condong ke salah satu sisi, maka dapat disimpulkan bahwa data penelitian ini terdistribusi secara normal.

B. Analisis Korelasi

Tabel 4 Analisis Korelasi Pearson

Coefficients <sup>a</sup>					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	12.983	1.199		10.829
	Kampanye PBLHS	.428	.027	.671	15.733

a. Dependent Variable: Kesadaran Lingkungan

(Olahan Penulis 2025)

Hasil koefisien korelasi antara variabel kampanye PBLHS dan variabel kesadaran lingkungan yaitu sebesar 0,671. Melihat pada kriteria interpretasi koefisien korelasi pada gambar 4.12 terlampir, maka dapat ditetapkan bahwa nilai tersebut masuk dalam kategori kuat dengan interval 0,600 – 0,799. Dengan demikian, pengaruh antara variabel independent dan variabel dependen penelitian ini dapat dikonklusikan memiliki keterkaitan pengaruh yang “kuat”.

C. Analisis Regresi Linear Sederhana

Tabel 5 Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients <sup>a</sup>					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	12.983	1.199		10.829
	Kampanye PBLHS	.428	.027	.671	15.733

a. Dependent Variable: Kesadaran Lingkungan



(Olahan Penulis 2025)

Nilai konstanta menunjukkan sebesar 12,983 yang artinya jika variabel independent (X) kampanye PBLHS diasumsikan nol (0) atau konstan, dapat diartikan bahwa nilai (Y) kesadaran lingkungan sebesar 12,983. Nilai koefisien regresi (X) kampanye PBLHS sebesar 0,428 yang bersifat positif, dapat diartikan bahwa jika variabel X mengalami kenaikan satu poin maka menyebabkan nilai dari (Y) kesadaran lingkungan sebesar 0,428. Dapat disimpulkan bahwa (X) kampanye PBLHS mempunyai pengaruh positif atau proporsional terhadap (Y) kesadaran lingkungan.

#### D. Koefisien Determinasi

Tabel 6 Koefisien Determinasi

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.671 <sup>a</sup>	.450	.449	2.51758
a. Predictors: (Constant), Kampanye PBLHS				
b. Dependent Variable: Kesadaran Lingkungan				

(Olahan Penulis 2025)

$$\begin{aligned}
 KD &= R^2 \times 100\% \\
 &= 0,450 \times 100\% \\
 &= 45\%
 \end{aligned}$$

Berdasarkan nilai presentase tersebut, maka diambil kesimpulan bahwa besaran keterkaitan variabel X terhadap variabel Y yaitu 45%. Di sisi lain sebesar 55% merupakan pengaruh dari variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

#### E. Uji Hipotesis (Uji t)

Tabel 7 Uji Hipotesis

Coefficients <sup>a</sup>					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	12.983	1.199		10.829
	Kampanye PBLHS	.428	.027	.671	15.733
a. Dependent Variable: Kesadaran Lingkungan					

Mengacu pada gambar 7 dapat dilihat hasil uji T pada penelitian ini mendapat nilai signifikansi  $0,001 < 0,05$  dengan nilai T hitung sebesar 15.733 > t tabel sebesar 1,70113, yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Karena itu dapat ditetapkan bahwa terdapat pengaruh kampanye Peduli dan Berbudaya Lingkungan Hidup di Sekolah (PBLHS) terhadap kesadaran lingkungan sivitas SMP Negeri 2 Banjaran.

#### V. PENUTUPAN

Hasil penelitian ini menegaskan bahwa kampanye Peduli dan Berbudaya Lingkungan Hidup di Sekolah (PBLHS) yang diterapkan di SMP Negeri 2 Banjaran secara nyata mampu meningkatkan kesadaran lingkungan sivitas sekolah. Dengan koefisien korelasi sebesar 0,671 dan kontribusi pengaruh sebesar 45%, kampanye ini terbukti efektif

dalam membentuk keyakinan, sikap, dan pengetahuan siswa serta guru terhadap isu-isu lingkungan. Temuan ini menunjukkan bahwa strategi kampanye yang terstruktur—dengan memperhatikan isi pesan, aktor, dan saluran komunikasi—berperan penting dalam membangun kesadaran kolektif di lingkungan sekolah. Oleh karena itu, pelaksanaan kampanye lingkungan seperti PBLHS tidak hanya perlu dipertahankan, tetapi juga diperluas dan diintegrasikan ke dalam budaya sekolah secara menyeluruh. Penelitian ini dapat menjadi dasar bagi sekolah dan pemangku kebijakan untuk menyusun program edukasi lingkungan yang lebih sistematis, kontekstual, dan berdampak jangka panjang.

## REFERENSI

- Abdullah, R., Sari, N. P., & Firmansyah, A. (2022). *Metode penelitian kuantitatif: Pendekatan dan aplikasi*. Pustaka Nusantara.
- Admin. (2024). *Profil SMP Negeri 2 Banjaran dan penghargaan Adiwiyata*. Dinas Pendidikan Kabupaten Bandung.
- Anugrah, R. (2021). *Hutan tropis Indonesia sebagai paru-paru dunia*. Yayasan Hijau Lestari.
- Aprilia, D. (2022). *Permasalahan pengelolaan sampah di wilayah pasar Banjaran*. Jurnal Pengelolaan Lingkungan, 7(1), 23–30.
- Aprilianti, N. (2023). *Pengaruh program Adiwiyata terhadap sikap peduli lingkungan siswa*. Jurnal Pendidikan Lingkungan, 11(2), 45–56.
- Cox, R. (2006). *Environmental communication and the public sphere*. Sage Publications.
- Corbett, J. B. (2006). *Communicating nature: How we create and understand environmental messages*. Island Press.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Damayani Pohan, M., & Fitria, D. (2021). *Model komunikasi Shannon & Weaver dalam komunikasi digital*. Jurnal Ilmu Komunikasi, 9(2), 12–19.
- Hamzah, A. (2013). *Pendidikan lingkungan di sekolah dasar: Upaya membentuk karakter peduli lingkungan*. Pustaka Edu.
- Hanik, U., & Kadeni, A. (2024). *Pengaruh gerakan PBLHS terhadap karakter siswa*. Jurnal Pendidikan Hijau, 10(1), 77–84.
- Hansen, A. (2010). *Environment, media and communication*. Routledge.
- Hariyanto, D. (2021). *Komunikasi dan pembentukan perilaku sosial*. Media Ilmu Press.
- Jurin, R. R., Roush, D., & Danter, J. (2010). *Environmental communication: Skills and principles for natural resource managers, scientists, and engineers* (2nd ed.). Springer.
- Kamaludin, A. (2024). *Kajian banjir tahunan di Kecamatan Banjaran*. Jurnal Tata Kota dan Lingkungan, 12(1), 34–41.
- Katalisnet. (2020). *Jenis-jenis komunikasi dan contohnya dalam kehidupan sehari-hari*. <https://www.katalisnet.com/komunikasi/>
- Krisyanti, L., Setiawan, B., & Wulandari, M. (2020). *Dampak kampanye #PantangPlastik terhadap kesadaran lingkungan*. Jurnal Media Sosial, 5(3), 101–112.
- Maryatmo, D., Hapsari, I., & Susanto, R. (2023). *Program Adiwiyata dan literasi lingkungan siswa SMP*. Jurnal Ekopedagogi, 6(2), 91–99.
- Maulana, R., & Gumelar, H. (2013). *Komunikasi nonverbal dalam pembelajaran*. Jurnal Komunikasi Pendidikan, 2(1), 45–52.
- Misnawati. (2013). *Komunikasi kampanye lingkungan: Strategi dan penerapan*. Graha Ilmu.
- Ostergaard, B. (2002). *The campaign handbook: Planning and managing a successful campaign*. Routledge.
- Pahlephi, M. (2023). *Biodiversitas Indonesia dalam ancaman kerusakan ekosistem*. Jurnal Konservasi Alam, 8(1), 11–19.
- Qothrunnada, A. (2023). *Jenis dan fungsi komunikasi dalam masyarakat modern*. Komunika, 15(1), 67–76.
- Rice, R. E., & Atkin, C. K. (2013). *Public communication campaigns* (4th ed.). SAGE Publications.
- Sánchez, M., & Lafuente, R. (2010). *Environmental awareness and consciousness: A comparative study*. Environmental Research Journal, 4(2), 23–31.



- Semiun, Y. (2010). *Kesadaran dan kepekaan dalam psikologi perkembangan*. Andi.
- Sunaryo, W. (2004). *Psikologi untuk keperawatan*. EGC.
- Venus, A. (2018). *Strategi kampanye komunikasi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Venus, A. (2019). *Kampanye dan perubahan perilaku sosial*. Simbiosis Rekatama Media.
- Yulia, R., Fadillah, S., & Pratama, D. (2015). *Aktivitas komunikasi manusia dalam kehidupan sehari-hari*. Jurnal Komunikasi Interpersonal, 3(1), 55–61.
- Zulfikar, A. (2024). *Environmental Performance Index dan posisi Indonesia dalam indeks keberlanjutan global*. Jurnal Ilmu Lingkungan, 10(1), 12–20.

