

KOMUNIKASI PERSUASIF DINAS LINGKUNGAN HIDUP KABUPATEN AGAM DALAM MENDORONG PEMANFAATAN ECENG GONDOK SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN PEREKONOMIAN MASYARAKAT DI KAWASAN DANAU MANINJAU

Silvi Rahmi¹, Rahmadhona Fitri Helmi²

^{1,2}Universitas Negeri Padang, Indonesia

Email: rahmisilvi2001@gmail.com

Abstrak

Pertumbuhan eceng gondok yang tidak terkendali di Danau Maninjau merupakan persoalan lingkungan yang sekaligus memiliki potensi ekonomi apabila biomassa diolah menjadi produk bernilai guna. Penelitian ini bertujuan menganalisis bentuk dan efektivitas komunikasi persuasif Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Agam, respons masyarakat, serta keterkaitannya dengan pemberdayaan ekonomi melalui pemanfaatan eceng gondok. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan sebelas informan yang dipilih secara purposive, terdiri atas aparatur dinas, tokoh masyarakat adat, komunitas lingkungan, dan masyarakat sekitar Danau Maninjau. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara semi-terstruktur, dan dokumentasi, diuji melalui triangulasi sumber, lalu dianalisis dengan model interaktif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi persuasif relatif efektif pada tahap pengetahuan, pembentukan sikap positif, minat, dan partisipasi awal, tetapi belum optimal dalam membentuk perilaku produktif yang merata dan berkelanjutan. Efektivitas didukung oleh komunikator yang kredibel, pesan yang menghubungkan manfaat ekologis dan ekonomi, demonstrasi pengolahan, komunikasi tatap muka dan media digital, serta pelibatan tokoh lokal. Respons masyarakat terbagi menjadi tiga pola: sebagian telah mengikuti pelatihan dan mengolah eceng gondok menjadi kerajinan atau pupuk organik, sebagian baru menunjukkan minat dengan keterlibatan yang belum konsisten, dan sebagian lainnya masih berhenti pada tahap mengetahui program. Produk kerajinan dipasarkan sekitar Rp 25.000-Rp 75.000, dan salah satu pengrajin melaporkan tambahan pendapatan sekitar Rp 2.000.000-Rp 3.000.000 per bulan. Temuan ini menunjukkan bahwa komunikasi persuasif berfungsi sebagai faktor pemungkin pemberdayaan ekonomi, sedangkan keberlanjutan manfaat ekonomi tetap bergantung pada keterampilan, sarana produksi, mutu produk, kelembagaan, pendampingan, dan akses pasar.

Kata Kunci: Komunikasi Persuasif, Pemberdayaan Masyarakat, Eceng Gondok, Ekonomi Sirkular, Ekonomi Lokal.

Abstract

The uncontrolled growth of water hyacinth in Lake Maninjau is an environmental problem that may also create economic opportunities when the biomass is converted into useful products. This study analyzes the forms and effectiveness of persuasive communication undertaken by the Environmental Agency of Agam Regency, community responses, and its relationship with economic empowerment through water-hyacinth utilization. A descriptive qualitative approach was employed with eleven purposively selected informants comprising agency officials, customary leaders, environmental-community representatives, and local residents. Data were collected through observation, semi-structured interviews, and

documentation, verified through source triangulation, and analyzed using an interactive model. The findings indicate that persuasive communication was relatively effective at the stages of knowledge, positive attitude formation, interest, and initial participation, but was not yet optimal in generating broad and sustainable productive behavior. Effectiveness was supported by credible communicators, messages linking ecological and economic benefits, processing demonstrations, face-to-face and digital communication, and the involvement of trusted local figures. Community responses fell into three patterns: some residents attended training and processed water hyacinth into handicrafts or organic fertilizer, some expressed interest but participated inconsistently, while others remained at the awareness stage. Handicrafts were sold for approximately IDR 25,000-ID R75,000, and one artisan reported additional monthly income of approximately IDR 2,000,000-IDR 3,000,000. These findings show that persuasive communication functions as an enabling factor for economic empowerment, while sustained economic benefits still depend on skills, production facilities, product quality, local institutions, continued mentoring, and market access.

Keywords: *Persuasive Communication, Community Empowerment, Water Hyacinth, Circular Economy, Local Economy.*

A. PENDAHULUAN

Eceng gondok (*Eichhornia crassipes*) merupakan tumbuhan air dengan kemampuan berkembang biak cepat pada perairan yang kaya nutrisi. Pertumbuhan yang tidak terkendali membentuk hamparan rapat di permukaan air, menghambat penetrasi cahaya, mengganggu aktivitas perikanan dan transportasi, serta menambah beban sedimen ketika biomassa mati mengendap. Kajian mutakhir menunjukkan bahwa penanganan eceng gondok tidak cukup dilakukan melalui pengangkatan mekanis, tetapi perlu dikombinasikan dengan pemanfaatan biomassa menjadi produk yang bernilai guna dan bernilai ekonomi (Nandiyanto et al., 2024). Program pemanfaatan di Waduk Saguling, misalnya, memperlihatkan bahwa pelibatan masyarakat dalam pengolahan eceng gondok dapat berkontribusi terhadap pengurangan biomassa dan sedimentasi sekaligus menghasilkan kerajinan, kompos, pakan, dan bahan bakar alternatif (Salsabila et al., 2023).

Kondisi serupa ditemukan di Danau Maninjau, Kabupaten Agam. Pertumbuhan eceng gondok pada sejumlah bagian danau tidak hanya menjadi persoalan ekologis, tetapi juga memengaruhi ruang hidup masyarakat yang bergantung pada perikanan, jasa, dan aktivitas ekonomi di kawasan danau. Pada saat yang sama, eceng gondok memiliki serat yang dapat dikeringkan dan dianyam menjadi tas, dompet, peci, tempat tisu, serta dapat diolah menjadi pupuk organik. Data Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Agam menunjukkan bahwa produk tersebut dipasarkan dengan harga yang bervariasi. Hasil wawancara awal juga memperlihatkan bahwa salah satu pengrajin dapat menjual sekitar 30-60 produk per bulan dan memperoleh tambahan pendapatan sekitar Rp 2.000.000-Rp 3.000.000. Data ini menunjukkan adanya peluang ekonomi, tetapi belum dapat diperlakukan sebagai bukti peningkatan pendapatan masyarakat secara umum karena manfaatnya masih bergantung pada keterlibatan, kapasitas produksi, dan akses pasar (Dinas Lingkungan Hidup Agam, 2025).

Namun, potensi ekonomi tidak otomatis mendorong seluruh masyarakat untuk terlibat. Sebagian warga masih memandang eceng gondok sebagai limbah yang tidak bernilai, belum mengetahui teknik pengeringan dan penganyaman, serta belum melihat kepastian pasar bagi produk olahan. Pemberdayaan berbasis eceng gondok di daerah lain juga menunjukkan bahwa perubahan ekonomi baru terjadi ketika masyarakat melewati proses penyadaran, transformasi pengetahuan dan keterampilan, serta penguatan kapasitas produksi (Setyowati et al., 2023). Karena itu, keberhasilan program tidak hanya bergantung pada tersedianya bahan

baku dan teknologi pengolahan, tetapi juga pada kemampuan pemerintah menyampaikan pesan yang dapat dipercaya, relevan, mudah dipahami, dan mendorong tindakan sukarela.

Dalam konteks tersebut, komunikasi persuasif menjadi instrumen penting dalam komunikasi publik dan komunikasi lingkungan. Pemerintah tidak cukup menyampaikan informasi mengenai kerusakan lingkungan, tetapi perlu membangun kesadaran, kepercayaan, minat, dan kemauan bertindak secara sukarela. Pesan perlu menghubungkan kepentingan ekologis dengan kebutuhan ekonomi masyarakat, menghadirkan bukti atau contoh yang dapat diamati, serta membuka ruang dialog. Studi Anggraeni (2024) menunjukkan bahwa kredibilitas komunikator, penyusunan pesan, keterbukaan, dan komunikasi langsung dapat memunculkan respons kognitif, afektif, dan konatif masyarakat. Yuntina (2021) juga menemukan bahwa perubahan layanan publik membutuhkan kombinasi komunikasi tatap muka dan media digital untuk mengurangi penolakan dan meningkatkan penerimaan masyarakat.

Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Agam telah menjalankan sosialisasi, edukasi, penyuluhan, pelatihan dan demonstrasi pengolahan, pendampingan, serta promosi produk. Kegiatan dilakukan melalui pertemuan tatap muka, pelatihan praktik, pameran, bazar, media sosial, dan situs resmi, dengan melibatkan pemerintah nagari, Forum Masyarakat Adat Maninjau Salingka, komunitas Gerakan Save Maninjau, tenaga teknis, dan masyarakat yang telah memiliki pengalaman mengolah eceng gondok. Meskipun demikian, partisipasi masyarakat belum merata, sarana pengolahan dan pemasaran masih terbatas, serta koordinasi antarpemangku kepentingan belum sepenuhnya berkelanjutan. Kondisi ini menunjukkan bahwa efektivitas persuasi perlu dianalisis tidak hanya dari intensitas penyampaian pesan, tetapi dari keterkaitan antara komunikator, pesan, saluran, karakter masyarakat, konteks sosial budaya, respons perilaku, dan dukungan program setelah komunikasi dilakukan (Dinas Lingkungan Hidup Agam, 2025).

Penelitian terdahulu mengenai komunikasi persuasif pemerintah lebih banyak membahas penerimaan program atau perubahan layanan publik (Yuntina, 2021), sedangkan kajian pemanfaatan eceng gondok cenderung menekankan aspek teknis pemanfaatan, pemberdayaan, dan partisipasi masyarakat (Setyowati et al., 2023). Masih diperlukan penjelasan mengenai bagaimana proses komunikasi pemerintah menjembatani perubahan cara pandang masyarakat terhadap gulma air menjadi tindakan produktif yang memiliki peluang ekonomi. Celah inilah yang menjadi fokus penelitian di Danau Maninjau (Pratama et al., 2024).

Penelitian ini bertujuan menganalisis pendekatan komunikasi persuasif Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Agam dalam mendorong pemanfaatan eceng gondok, mengidentifikasi perubahan pengetahuan, sikap, minat, dan perilaku masyarakat, serta menjelaskan faktor pendukung, penghambat, dan keberlanjutan program. Kontribusi akademik penelitian terletak pada integrasi perspektif komunikasi persuasif dengan pemberdayaan ekonomi berbasis lingkungan dengan menempatkan komunikasi sebagai faktor pemungkin perubahan perilaku, bukan sebagai penyebab tunggal peningkatan pendapatan. Secara praktis, penelitian ini menawarkan alur pendekatan yang dapat digunakan pemerintah daerah, yaitu memadukan komunikator yang kredibel, pesan ekologis-ekonomis yang relevan, demonstrasi praktik, pelibatan tokoh lokal, penggunaan saluran tatap muka dan digital, serta pendampingan setelah komunikasi agar perubahan pengetahuan dan minat dapat berkembang menjadi tindakan produktif dan peluang ekonomi yang lebih berkelanjutan.

B. TINJAUAN PUSTAKA

1. Komunikasi Persuasif dalam Program Publik

Komunikasi persuasif merupakan proses penyampaian pesan yang dirancang untuk memengaruhi pengetahuan, sikap, keyakinan, minat, atau perilaku audiens tanpa

menggunakan paksaan. Perloff (2020) menempatkan persuasi sebagai proses simbolik yang memungkinkan seseorang atau lembaga memengaruhi pihak lain melalui pesan dalam situasi yang tetap memberi ruang kebebasan memilih. Dalam program pemerintah, perubahan yang diharapkan bukan sekadar kepatuhan sesaat, melainkan penerimaan yang didasarkan pada pemahaman, kepercayaan, penilaian manfaat, dan kesediaan bertindak.

Kerangka *The Dynamics of Persuasion* digunakan sebagai dasar analisis melalui enam aspek. Pertama, kredibilitas komunikator yang mencakup kompetensi, kejujuran, dan kedekatan sumber pesan. Kedua, daya tarik pesan yang berkaitan dengan struktur, bukti, bahasa, serta penggunaan pendekatan rasional dan emosional. Ketiga, karakteristik audiens atau komunikan, meliputi latar sosial, pengalaman, motivasi, pendidikan, mata pencaharian, dan sikap awal terhadap isu. Keempat, media atau saluran komunikasi yang menentukan jangkauan, kedalaman interaksi, dan peluang umpan balik. Kelima, konteks sosial budaya yang mencakup norma, nilai, relasi tokoh lokal, dan situasi lingkungan tempat persuasi berlangsung. Keenam, dampak persuasif yang diamati melalui perubahan pengetahuan, sikap, minat, partisipasi, dan perilaku (Perloff, 2020).

Secara operasional, teknik persuasi dalam penelitian ini dibaca dari cara pemerintah menggunakan penjelasan rasional mengenai dampak lingkungan dan peluang ekonomi, pendekatan emosional yang mengaitkan Danau Maninjau dengan ruang hidup dan tanggung jawab bersama, demonstrasi praktik pengolahan, penggunaan contoh keberhasilan, serta pelibatan tokoh yang dipercaya. Respons masyarakat dibedakan antara sekadar mengetahui program, mulai menerima dan berminat, mengikuti kegiatan, hingga benar-benar mengolah dan memasarkan produk. Perbedaan ini penting agar keberhasilan komunikasi tidak dinilai hanya dari tersampainya informasi.

Dalam pelaksanaan program publik, enam aspek tersebut saling berkaitan. Kredibilitas aparat dapat melemah apabila pesan tidak sesuai dengan kebutuhan audiens. Pesan yang baik juga dapat kehilangan pengaruh apabila disampaikan melalui saluran yang tidak memberi kesempatan dialog. Sebaliknya, keterlibatan tokoh adat, komunitas lokal, dan pelaku yang telah berhasil dapat memperkuat legitimasi pesan karena masyarakat melihat kesesuaian antara informasi, pengalaman nyata, dan norma setempat. Dalam penelitian ini, keenam aspek tersebut digunakan sebagai pisau analisis untuk menilai bagaimana sumber pesan, isi pesan, karakter audiens, saluran, dan konteks sosial budaya membentuk respons masyarakat hingga tahap tindakan.

2. Pemanfaatan Eceng Gondok dan Pemberdayaan Ekonomi

Pemanfaatan eceng gondok mengubah posisi tumbuhan invasif dari beban lingkungan menjadi sumber daya. Nandiyanto et al. (2024) menunjukkan bahwa biomassa eceng gondok dapat dikembangkan untuk kerajinan, kompos, biochar, adsorben, pakan, bahan bakar, dan material komposit. Pemanfaatan biomassa yang sebelumnya dipandang sebagai gangguan menjadi bahan baku produk baru sejalan dengan logika ekonomi sirkular, yaitu memperpanjang nilai guna sumber daya dan mengurangi beban limbah atau biomassa yang tidak dimanfaatkan. Kajian He et al. (2022) juga menunjukkan bahwa pengelolaan eceng gondok dapat dianalisis secara terpadu dari aspek ekonomi dan lingkungan. Bagi masyarakat sekitar danau, pilihan produk tetap perlu disesuaikan dengan teknologi yang tersedia, keterampilan, kontinuitas bahan baku, akses pasar, dan kemampuan organisasi kelompok.

Pemberdayaan ekonomi tidak hanya diukur dari pelatihan yang telah dilaksanakan, tetapi dari kemampuan masyarakat memproduksi secara mandiri, memperoleh akses sarana, berpartisipasi dalam pengambilan keputusan, dan menjual produk secara berkelanjutan. Setyowati et al. (2023) menemukan bahwa pemberdayaan kerajinan eceng gondok berjalan melalui penyadaran, transformasi pengetahuan dan keterampilan, serta pengayaan kemampuan produksi. Pratama et al. (2024) menambahkan bahwa partisipasi masyarakat

diperkuat oleh pengakuan sebagai mitra, kesempatan terlibat, akses terhadap sumber daya, komunikasi dua arah, dan pengembangan kapasitas.

Berdasarkan uraian tersebut, hubungan analitis penelitian disusun sebagai berikut: komunikasi persuasif pemerintah melalui komunikator, pesan, teknik persuasi, media, dan konteks sosial budaya diharapkan membentuk respons kognitif, afektif, dan konatif masyarakat. Respons tersebut dapat berkembang menjadi partisipasi dalam pelatihan, pengolahan, produksi, dan pemasaran. Pada tahap berikutnya, keterlibatan produktif dapat membuka peluang ekonomi. Namun, komunikasi tidak diposisikan sebagai penyebab tunggal peningkatan ekonomi; hasil ekonomi dipengaruhi pula oleh keterampilan, modal dan sarana produksi, teknologi, mutu produk, kelembagaan kelompok, akses pasar, serta kontinuitas pendampingan. Dengan demikian, komunikasi berfungsi sebagai faktor pemungkin yang menghubungkan kesadaran lingkungan dengan tindakan pemberdayaan.

3. Penelitian Terdahulu dan Kerangka Analisis

Penelitian terdahulu memperlihatkan dua rumpun kajian yang masih cenderung berjalan terpisah. Pada rumpun komunikasi pemerintah, Anggraeni (2024) menekankan peran kredibilitas, keterbukaan, dan penyusunan pesan, sedangkan Yuntina (2021) menunjukkan pentingnya sosialisasi dan media digital untuk mengurangi resistensi terhadap perubahan layanan. Pada rumpun pemanfaatan eceng gondok, Setyowati et al. (2023) menekankan tahapan kesadaran dan penguatan keterampilan, sementara Pratama et al. (2024) menempatkan partisipasi, inklusivitas, komunikasi dua arah, dan kapasitas sebagai unsur keberlanjutan. Kajian-kajian tersebut memberikan dasar penting, tetapi belum secara spesifik menjelaskan mekanisme komunikasi persuasif pemerintah dalam mentransformasikan masalah gulma air menjadi tindakan produktif dan peluang ekonomi masyarakat di kawasan Danau Maninjau.

Kebaruan penelitian ini terletak pada integrasi tiga tingkat analisis yang sebelumnya lebih sering dibahas secara terpisah, yaitu proses komunikasi persuasif pemerintah, perubahan respons dan perilaku masyarakat, serta konsekuensi lanjutannya bagi pemanfaatan sumber daya dan peluang ekonomi lokal. Analisis menggunakan enam aspek Perloff (2020) komunikator, pesan, audiens, media, konteks sosial budaya, dan dampak kemudian menghubungkannya dengan bukti partisipasi, produk yang dihasilkan, indikasi manfaat ekonomi, faktor pendukung dan penghambat, serta keberlanjutan program. Kerangka ini menempatkan komunikasi sebagai mekanisme pemberdayaan dalam transformasi masalah lingkungan menuju pemanfaatan sumber daya yang lebih sirkular, bukan sebagai satu-satunya penentu peningkatan pendapatan.

C. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memperoleh gambaran mendalam mengenai proses komunikasi persuasif, respons masyarakat, manfaat yang dirasakan, serta kendala pelaksanaan program. Pendekatan kualitatif dipilih karena objek penelitian berkaitan dengan pengalaman, persepsi, interaksi, dan makna yang dibentuk oleh aparatur pemerintah, tokoh lokal, komunitas lingkungan, serta masyarakat penerima program (Sugiyono, 2022). Penelitian dilaksanakan di Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Agam dan kawasan masyarakat sekitar Danau Maninjau.

Informan ditentukan secara *purposive* berdasarkan empat kriteria, yaitu memiliki pengetahuan mengenai program, mempunyai kewenangan atau peran dalam pelaksanaan, terlibat dalam kegiatan pemanfaatan eceng gondok, atau mengalami langsung proses komunikasi dan pemberdayaan. Sebelas informan dipilih untuk mewakili tiga posisi utama dalam proses komunikasi, yakni komunikator pemerintah, perantara lokal atau komunitas, dan masyarakat sebagai sasaran komunikasi, sebagaimana ditampilkan pada Tabel 1. Kriteria

tersebut digunakan agar data mencakup pengalaman dari sisi penyampai pesan sekaligus pihak yang menerima dan menerapkannya.

Tabel 1. Informan Penelitian

No	Jabatan/Kelompok Informan	Jumlah
1	Kepala Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Agam	1
2	Kepala Bidang Pengendalian Pencemaran dan Kerusakan Lingkungan	1
3	Kepala Bidang Penaatan dan Peningkatan Kapasitas Lingkungan Hidup	1
4	Ketua Forum Masyarakat Adat Maninjau Salingka	1
5	Koordinator Gerakan Save Maninjau	2
6	Masyarakat di sekitar Danau Maninjau	5

Sumber: Data Penelitian, 2025

Data primer diperoleh melalui wawancara dengan seluruh informan dan observasi terhadap pelaksanaan sosialisasi, pelatihan, pendampingan, serta aktivitas pengolahan eceng gondok. Pengumpulan data primer berlangsung pada Oktober-Desember 2025. Wawancara semi-terstruktur memuat pokok pertanyaan mengenai kredibilitas komunikator, isi dan teknik pesan, saluran komunikasi, penerimaan masyarakat, perubahan pengetahuan dan sikap, keterlibatan dalam pengolahan, manfaat ekonomi yang dirasakan, serta faktor pendukung dan penghambat. Observasi digunakan untuk melihat praktik penyampaian pesan dan kegiatan pengolahan, sedangkan data sekunder diperoleh dari laporan kegiatan, data produk dan harga, dokumentasi program, publikasi resmi, berita, buku, serta artikel ilmiah.

Keabsahan data diuji melalui triangulasi sumber dengan membandingkan informasi antara aparatur, tokoh adat, komunitas, pengrajin, dan masyarakat. Data dianalisis menggunakan model interaktif yang mencakup reduksi data, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan (Miles et al., 2020). Dalam proses reduksi dan penyajian, data dikelompokkan berdasarkan enam aspek komunikasi persuasif Perloff, respons pengetahuan, sikap, dan perilaku masyarakat, bukti pemanfaatan dan manfaat ekonomi, serta faktor pendukung, penghambat, dan keberlanjutan. Analisis dilakukan sejak pengumpulan data sehingga perbedaan informasi dan kebutuhan pendalaman dapat segera diidentifikasi.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Komunikasi Persuasif Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Agam dalam Mendorong Pemanfaatan Eceng Gondok sebagai Upaya Peningkatan Perekonomian Masyarakat di Kawasan Danau Maninjau

Pelaksanaan komunikasi persuasif Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Agam dapat dikelompokkan ke dalam lima bentuk utama, yaitu sosialisasi dan penyuluhan, pelatihan serta demonstrasi pengolahan, pendampingan, pelibatan tokoh atau komunitas lokal yang dipercaya, serta promosi produk melalui pameran, bazar, media sosial, dan situs resmi. Pesan tidak hanya menjelaskan dampak ekologis eceng gondok, tetapi juga mengaitkannya dengan teknik pengolahan, nilai guna produk, harga, dan peluang tambahan pendapatan. Temuan utama menunjukkan bahwa daya persuasif paling kuat muncul ketika masyarakat menerima penjelasan yang konkret, melihat contoh produk, mempraktikkan proses pengolahan, dan memperoleh penguatan dari tokoh atau pengrajin yang dekat dengan kehidupan mereka. Dengan demikian, proses komunikasi bergerak dari penyampaian informasi menuju pembentukan minat dan keberanian untuk mencoba, meskipun tidak seluruh masyarakat sampai pada tahap produksi yang berkelanjutan.

"Pendekatan yang kami lakukan lebih banyak melalui sosialisasi, edukasi, dan pelatihan langsung kepada masyarakat. Dalam pelaksanaannya kami juga melibatkan pihak-pihak yang memahami pengelolaan lingkungan dan pemanfaatan eceng gondok agar masyarakat lebih percaya terhadap informasi yang disampaikan." (wawancara, 10 Desember 2025).

Keterlibatan masyarakat dalam program tidak terbatas sebagai penerima informasi. Warga turut berpartisipasi dalam kegiatan sosialisasi, pelatihan, gotong royong pengangkutan eceng gondok, pemilahan bahan, proses produksi, hingga pemasaran hasil olahan. Partisipasi tersebut diperkuat melalui kerja sama Dinas Lingkungan Hidup dengan pemerintah nagari, tokoh adat, komunitas lingkungan, akademisi, pihak swasta, dan kelompok masyarakat. Proses ini meningkatkan keterampilan sekaligus menumbuhkan kepedulian terhadap kondisi Danau Maninjau, walaupun kemampuan dan konsistensi keterlibatan setiap warga masih berbeda. Temuan tersebut diperkuat oleh keterangan Ibu Adinda Putri selaku staf pengendalian pencemaran dan kerusakan lingkungan:

"Kami melibatkan tenaga teknis dan pendamping lapangan yang memahami proses pengolahan eceng gondok sehingga masyarakat bisa memperoleh penjelasan yang lebih jelas dan praktis. Selain itu, masyarakat juga diberikan pelatihan secara langsung agar mampu mengolah eceng gondok menjadi produk yang memiliki nilai ekonomi." (wawancara, 10 Desember 2025).

Respons masyarakat terhadap komunikasi persuasif menunjukkan tiga pola yang memperlihatkan tingkat efektivitas yang berbeda. Pertama, sebagian warga telah bergerak dari tahap menerima pesan menuju tindakan dengan mengikuti pelatihan, mencoba pengolahan, terlibat dalam produksi, atau membantu pemasaran. Kedua, sebagian warga telah memahami manfaat program dan menunjukkan minat, tetapi keterlibatannya belum konsisten. Ketiga, sebagian lainnya masih berada pada tahap mengetahui program tanpa melanjutkan ke tindakan produktif. Penerimaan lebih kuat ketika masyarakat melihat contoh produk, manfaat yang konkret, pelatihan praktik, serta keterlibatan tokoh atau pengrajin yang dipercaya. Sebaliknya, kepastian pasar, waktu yang harus dialokasikan, keterampilan yang dibutuhkan, keterbatasan sarana, dan ketergantungan pada sektor perikanan menahan perubahan perilaku. Atas dasar pola tersebut, komunikasi persuasif dapat dinilai relatif efektif pada perubahan kognitif, afektif, dan partisipasi awal, tetapi belum optimal pada pembentukan perilaku produktif yang konsisten dan merata.

Konsistensi temuan tersebut diperkuat melalui triangulasi data. Wawancara dengan aparat, tokoh lokal, komunitas, pengrajin, dan masyarakat menunjukkan kesesuaian mengenai bentuk pesan, pendekatan yang digunakan, serta variasi respons warga. Observasi kegiatan memperlihatkan pentingnya demonstrasi dan praktik langsung dalam menjembatani penjelasan dengan keterampilan, sedangkan dokumentasi program dan produk memperlihatkan adanya hasil olahan, kegiatan promosi, serta data harga yang mendukung temuan wawancara. Kesesuaian antara wawancara, observasi, dan dokumentasi ini memperkuat interpretasi bahwa perubahan masyarakat berlangsung bertahap dari mengetahui, menerima, mencoba, hingga pada sebagian pelaku berkembang menjadi aktivitas produksi dan pemasaran.

Selanjutnya, pemanfaatan eceng gondok telah menghasilkan berbagai produk, antara lain tas, dompet, peci, tempat tisu, dan asbak yang mempunyai nilai jual. Produk tersebut dipromosikan melalui pameran dan kegiatan daerah serta berpotensi memberikan tambahan pendapatan bagi masyarakat yang terlibat. Harga produk berada pada kisaran Rp 25.000-Rp 75.000. Temuan ini menunjukkan terbukanya peluang ekonomi, khususnya bagi pelaku yang telah memiliki keterampilan produksi, tetapi belum dapat digeneralisasi sebagai peningkatan pendapatan masyarakat Danau Maninjau secara keseluruhan. Jenis produk yang dihasilkan dari eceng gondok dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Produk Kerajinan Eceng Gondok Danau Maninjau

Sumber: Dokumentasi Antara Sumbar dalam naskah penelitian, 2023

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan Bapak Ridwan Shaleh selaku pengrajin eceng gondok pada 15 Oktober 2025, beliau menyampaikan bahwa: “Sebagai pengrajin eceng gondok saya dan masyarakat yang menekuni usaha ini sangat bersyukur karena dengan adanya produk eceng gondok berupa tas, dompet, peci, dan tempat tisu yang kami buat bisa menjadi tambahan pendapatan bagi kami. Rata-rata orang yang membeli produk kami ini adalah orang yang berasal dari daerah luar Maninjau, mereka lewat dan melihat produk ini unik lalu mereka tertarik membeli. Dalam satu bulan rata-rata produk ini terjual 30-60 buah tergantung lagi ramai atau tidak, kalau untuk pendapatan kami bisa mendapatkan uang berkisar antara Rp 2.000.000 hingga Rp 3.000.000.”



Gambar 2. Variasi Produk Kerajinan Eceng Gondok di Kawasan Danau Maninjau

Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2026

Bukti ekonomi yang ditemukan bersifat nyata tetapi masih terbatas pada pelaku yang telah terlibat aktif. Produk kerajinan seperti tas, dompet, peci, tempat tisu, dan asbak dipasarkan pada kisaran Rp 25.000-Rp 75.000, sedangkan salah satu pengrajin melaporkan penjualan sekitar 30-60 produk per bulan dengan tambahan pendapatan Rp 2.000.000-Rp 3.000.000. Data tersebut menunjukkan terbukanya peluang usaha dan tambahan pendapatan bagi pelaku yang telah memiliki keterampilan produksi dan akses pemasaran, bukan bukti bahwa pendapatan seluruh masyarakat kawasan Danau Maninjau telah meningkat. Dalam perspektif pemberdayaan, perubahan yang terlihat tidak hanya berupa pendapatan, tetapi juga bertambahnya kapasitas masyarakat untuk mengenali nilai ekonomi eceng gondok, mempelajari teknik pengolahan, menghasilkan produk, dan mulai mengakses pasar. Manfaat tersebut belum merata dan stabil karena mutu produk, kapasitas produksi, keterampilan, sarana, kelembagaan, akses pasar, dan kesinambungan pembinaan masih perlu diperkuat.

Dari perspektif ekonomi sirkular, perubahan paling penting terletak pada bergesernya posisi eceng gondok dari biomassa pengganggu menjadi bahan baku yang kembali masuk ke dalam aktivitas produksi. Kerajinan dan pupuk organik menunjukkan bentuk pemanfaatan yang dapat mengurangi biomassa sekaligus menciptakan nilai tambah. Pola ini sejalan dengan pemanfaatan eceng gondok sebagai material bernilai guna yang dibahas Nandiyanto et al. (2024) dan pendekatan pengelolaan berkelanjutan yang mempertimbangkan aspek ekonomi-lingkungan (He et al., 2022). Namun, transformasi tersebut baru dapat berkelanjutan apabila kapasitas pengolahan dan permintaan pasar berkembang sebanding dengan ketersediaan bahan baku.

a. Kredibilitas komunikator

Kredibilitas dibangun melalui kombinasi legitimasi kelembagaan dan kedekatan sosial. Aparatur Dinas Lingkungan Hidup memberikan penjelasan mengenai kebijakan dan kondisi lingkungan, tenaga teknis memperkuat kompetensi pada aspek pengolahan, tokoh adat dan pemerintah nagari menghadirkan kepercayaan sosial, sedangkan pengrajin lokal menunjukkan bukti praktis bahwa eceng gondok dapat diolah. Perpaduan kompetensi, kejujuran, pengalaman, dan kedekatan tersebut sesuai dengan pandangan Perloff bahwa sumber pesan yang kredibel lebih mampu membangun penerimaan terhadap pesan persuasif (Perloff, 2020).

b. Daya tarik pesan dan teknik persuasi

Pesan memadukan pendekatan rasional dan emosional. Unsur rasional tampak pada penjelasan mengenai dampak eceng gondok, teknik pengolahan, jenis produk, harga, peluang usaha, dan kemungkinan tambahan pendapatan. Unsur emosional dibangun melalui ajakan menjaga Danau Maninjau sebagai ruang hidup dan warisan bersama. Teknik demonstrasi, pemberian contoh produk, serta penggunaan pengalaman pengrajin membuat pesan tidak berhenti pada imbauan normatif, melainkan menghadirkan tindakan yang dapat dicoba dan manfaat yang dapat diamati.

c. Karakteristik audiens atau komunikan

Perbedaan pendidikan, pengalaman, pengetahuan, usia, dan mata pencaharian menuntut penyesuaian cara penyampaian pesan. Dinas dan pendamping menggunakan bahasa sederhana, contoh produk, praktik langsung, diskusi, serta pendampingan bertahap. Masyarakat yang bergantung pada sektor perikanan tidak diarahkan untuk meninggalkan pekerjaan utama, melainkan diperkenalkan pada pengolahan eceng gondok sebagai kegiatan produktif tambahan. Penyesuaian ini meningkatkan relevansi pesan, tetapi tidak menghapus seluruh keraguan masyarakat terhadap risiko usaha dan kepastian pasar.

d. Media atau saluran komunikasi

Komunikasi tatap muka menjadi saluran utama karena materi pengolahan membutuhkan demonstrasi, dialog, dan umpan balik langsung. Pertemuan masyarakat, penyuluhan, pelatihan, dan pendampingan memberi kesempatan kepada peserta untuk

bertanya dan mempraktikkan teknik yang dijelaskan. Media sosial, situs resmi, pameran, dan bazar digunakan untuk memperluas jangkauan informasi dan promosi produk. Kombinasi saluran langsung dan digital memungkinkan fungsi edukasi dan fungsi pemasaran berjalan secara saling melengkapi.

e. Konteks sosial budaya

Pelibatan Forum Masyarakat Adat Maninjau Salingka, pemerintah nagari, tokoh masyarakat, dan komunitas lokal membuat pesan pemerintah lebih dekat dengan nilai dan kebiasaan warga. Musyawarah, gotong royong, tanggung jawab menjaga danau, serta penggunaan bahasa yang akrab membantu membangun rasa memiliki terhadap program. Konteks ini mengurangi kesan bahwa program merupakan instruksi sepihak birokrasi dan mengarahkannya menjadi agenda bersama yang menghubungkan kepentingan ekologis, sosial, dan ekonomi.

f. Dampak persuasif dan perubahan perilaku

Dampak komunikasi terlihat secara bertahap. Pada tingkat pengetahuan, masyarakat memperoleh informasi mengenai dampak eceng gondok, teknik pemanfaatan, jenis produk, dan kemungkinan nilai ekonominya. Pada tingkat sikap dan minat, sebagian warga mulai memandang eceng gondok bukan hanya sebagai gulma, tetapi sebagai bahan baku yang dapat dimanfaatkan. Pada tingkat perilaku, sebagian masyarakat mengikuti pelatihan, terlibat dalam pengangkatan dan pemilahan bahan, memproduksi kerajinan atau pupuk organik, serta memasarkan produk. Namun, tidak seluruh masyarakat yang mengetahui program bergerak sampai tahap produksi. Perbedaan capaian pada setiap tahap ini menunjukkan bahwa keberhasilan persuasi tidak cukup dinilai dari tersampainya pesan, tetapi perlu dilihat dari seberapa jauh pesan memicu tindakan yang dapat dipertahankan.

Jika dibaca melalui enam aspek komunikasi persuasif, efektivitas program terbentuk dari hubungan antarelemen, bukan dari satu unsur secara terpisah. Kredibilitas aparatur dan tokoh lokal memperkuat penerimaan sumber pesan; pesan ekologis-ekonomis menjadi lebih meyakinkan ketika disertai demonstrasi, contoh produk, dan pengalaman pengrajin; komunikasi tatap muka memungkinkan dialog serta praktik langsung; sementara media digital memperluas jangkauan informasi dan promosi. Akan tetapi, perubahan dari penerimaan pesan menuju perilaku produktif melemah ketika sarana, pendampingan, standardisasi mutu, kelembagaan, dan akses pasar tidak memadai. Temuan ini menegaskan batas efektivitas komunikasi: persuasi mampu membuka perubahan pengetahuan, sikap, dan keberanian mencoba, tetapi keberlanjutan tindakan memerlukan dukungan program yang konsisten.

g. Hubungan komunikasi persuasif dengan pemberdayaan ekonomi

Hubungan antara komunikasi persuasif dan pemberdayaan ekonomi terlihat sebagai rantai proses yang bertahap. Pesan yang menghubungkan masalah lingkungan dengan manfaat ekonomi membangun pemahaman dan kepercayaan; demonstrasi serta pendampingan mengubah minat menjadi keterampilan awal; keterampilan membuka peluang produksi; dan produksi baru menghasilkan manfaat ekonomi ketika produk dapat dipasarkan. Bukti lapangan berupa keterlibatan dalam pelatihan, munculnya produk kerajinan dan pupuk organik, penjualan pada kisaran harga tertentu, serta tambahan pendapatan yang dilaporkan pengrajin menunjukkan bahwa rantai tersebut telah bekerja pada sebagian pelaku. Namun, rantai pemberdayaan terputus pada sebagian warga karena keterbatasan waktu, keterampilan, sarana, kepastian pasar, dan pendampingan. Karena itu, komunikasi tidak diposisikan sebagai penyebab tunggal kenaikan pendapatan, melainkan sebagai faktor pemungkin yang menghubungkan kesadaran lingkungan dengan kapasitas produktif; hasil ekonomi selanjutnya ditentukan oleh ekosistem usaha yang mendukung.

2. Kendala Komunikasi Persuasif Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Agam dalam Mendorong Pemanfaatan Eceng Gondok sebagai Upaya Peningkatan Perekonomian Masyarakat di Kawasan Danau Maninjau

Faktor pendukung komunikasi persuasif berasal dari kredibilitas aparatur dan tenaga teknis, keterlibatan tokoh adat dan komunitas lokal yang dipercaya, pesan yang menghubungkan kepentingan lingkungan dan ekonomi, penggunaan demonstrasi praktik, tersedianya contoh produk yang dapat dilihat, serta kombinasi komunikasi tatap muka dan media digital. Dukungan tersebut memperkecil jarak antara pesan pemerintah dan pengalaman sehari-hari masyarakat. Keberadaan pengrajin yang telah memperoleh manfaat juga berfungsi sebagai bukti sosial yang memperkuat daya persuasif program.

Dari sisi internal, hambatan meliputi pendampingan yang belum berkelanjutan, keterbatasan sarana pengolahan, kapasitas produksi, standardisasi mutu, serta perluasan pemasaran. Pelatihan yang hanya dilakukan pada waktu tertentu belum cukup untuk menjaga keterampilan dan motivasi masyarakat. Keterbatasan mesin pencacah, alat pengering, ruang kerja, dan peralatan pendukung juga menghambat kemampuan produksi. Ketika ajakan untuk memanfaatkan eceng gondok tidak diikuti dukungan yang memadai, kepercayaan terhadap keberlanjutan program dapat menurun.

Dari sisi eksternal, hambatan berkaitan dengan keraguan sebagian masyarakat terhadap manfaat ekonomi program, tingkat partisipasi yang belum merata, ketergantungan warga pada sektor perikanan, keterbatasan keterampilan, kepastian pasar, serta pertumbuhan eceng gondok yang cepat dibandingkan kapasitas pengolahan. Keberlanjutan program juga bergantung pada koordinasi pemerintah daerah, pemerintah nagari, instansi terkait, kelompok masyarakat, akademisi, pelaku usaha, dan pihak swasta. Perbedaan agenda, intensitas dukungan, dan akses terhadap pasar dapat memengaruhi kesinambungan keterlibatan masyarakat.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa persoalan utama bukan hanya kualitas penyampaian pesan, tetapi juga konsistensi dukungan setelah komunikasi dilakukan. Pengetahuan yang diperoleh melalui sosialisasi tidak otomatis berkembang menjadi kegiatan ekonomi apabila masyarakat tidak memperoleh pendampingan, peralatan, penguatan kelompok, peningkatan mutu dan desain produk, serta akses pasar. Karena itu, efektivitas komunikasi perlu dibaca bersama kapasitas program untuk menyediakan kondisi yang memungkinkan pesan diterapkan secara nyata. Konsistensi antara ajakan pemerintah dan dukungan program juga menentukan kredibilitas lembaga serta keberlanjutan partisipasi masyarakat.

Keraguan dan partisipasi masyarakat yang belum merata berkaitan dengan cara warga mempertimbangkan risiko, waktu, dan keuntungan dari kegiatan baru. Masyarakat yang mengandalkan perikanan cenderung menunggu bukti keberhasilan sebelum mengalokasikan tenaga dan waktu untuk mengolah eceng gondok. Kondisi ini menuntut proses persuasi yang berkelanjutan melalui contoh keberhasilan, keterlibatan pengrajin lokal, komunikasi dua arah, dan penyajian manfaat ekonomi yang dapat diamati. Pertumbuhan eceng gondok yang cepat serta kebutuhan koordinasi lintas pihak juga menegaskan bahwa pengelolaannya tidak dapat dibiarkan hanya kepada satu dinas.

Upaya penanganan dilakukan melalui sosialisasi dan penyuluhan berulang, pelatihan lanjutan, pendampingan setelah kegiatan, dukungan mesin pencacah dan peralatan, pembinaan kapasitas serta mutu produk, dan promosi melalui media sosial, situs resmi, pameran, dan bazar. Koordinasi juga diarahkan kepada pemerintah nagari, dinas koperasi dan UMKM, tokoh adat, kelompok masyarakat, akademisi, pelaku usaha, dan pihak swasta. Rangkaian upaya ini penting karena pesan persuasif akan lebih kuat apabila masyarakat melihat jalur yang nyata dari pengetahuan menuju produksi dan dari produksi menuju pasar.

Secara keseluruhan, efektivitas komunikasi persuasif berada pada tingkat relatif baik dalam membangun pengetahuan, sikap positif, minat, keterampilan awal, dan partisipasi sebagian masyarakat, tetapi belum optimal dalam menghasilkan perilaku produktif yang merata dan manfaat ekonomi yang berkelanjutan. Faktor pendukung utama ialah kredibilitas komunikator, keterlibatan tokoh lokal, pesan yang mengintegrasikan kepentingan lingkungan dan ekonomi, demonstrasi praktik, contoh keberhasilan, serta penggunaan saluran tatap muka dan digital. Sebaliknya, efektivitas melemah ketika pendampingan tidak kontinu, sarana dan keterampilan produksi terbatas, masyarakat belum yakin terhadap pasar, ketergantungan pada perikanan tetap tinggi, dan koordinasi lintas pihak belum konsisten. Dengan demikian, kualitas komunikasi dan kualitas dukungan program setelah komunikasi merupakan dua unsur yang harus berjalan bersama.

3. Keberlanjutan Pemanfaatan Eceng Gondok dan Pemberdayaan Ekonomi

Keberlanjutan program tidak cukup bergantung pada intensitas sosialisasi selama intervensi pemerintah berlangsung. Temuan penelitian menunjukkan bahwa keberlanjutan ditentukan oleh kemampuan masyarakat mempertahankan keterampilan, memperoleh sarana produksi, menjaga mutu, menemukan pasar, dan bekerja melalui jaringan atau kelompok yang mampu beroperasi setelah pendampingan berkurang. Oleh karena itu, kelembagaan masyarakat, regenerasi pelaku, dan hubungan dengan pasar merupakan bagian penting dari keberlanjutan pemberdayaan.

Dari sisi komunikasi, strategi jangka panjang perlu bergerak dari pola sosialisasi satu arah menuju komunikasi dua arah yang periodik, berbasis kebutuhan, dan menggunakan bukti kemajuan program. Pengrajin lokal dapat berperan sebagai komunikator sebaya, sedangkan tokoh adat, pemerintah nagari, perguruan tinggi, sektor swasta, dan dinas terkait dapat memperluas fungsi pendampingan, inovasi produk, branding, serta pemasaran. Kolaborasi tersebut juga membantu menjaga agar pesan lingkungan tetap terkait dengan manfaat yang relevan bagi masyarakat.

Keberlanjutan ekonomi perlu dievaluasi dengan indikator yang lebih terukur, seperti jumlah pelaku aktif, frekuensi produksi, volume dan nilai penjualan, tambahan pendapatan, jangkauan pasar, keberlangsungan kelompok usaha, serta volume eceng gondok yang berhasil dimanfaatkan. Dalam penelitian ini, data tersebut belum tersedia secara longitudinal sehingga kesimpulan mengenai peningkatan ekonomi harus dibatasi pada peluang dan manfaat yang dilaporkan oleh pelaku yang telah terlibat.

4. Kontribusi Akademik dan Praktis Penelitian

Secara akademik, penelitian ini memperkuat kajian komunikasi persuasif dalam program publik berbasis lingkungan dengan menunjukkan bahwa efektivitas persuasi perlu dinilai secara bertahap dari perubahan pengetahuan, sikap, minat, partisipasi, sampai perilaku produktif. Temuan juga memperjelas bahwa komunikasi berfungsi sebagai faktor pemungkin pemberdayaan ekonomi, bukan variabel yang secara langsung dan tunggal menghasilkan peningkatan pendapatan. Kerangka ini membantu menjelaskan mengapa pesan yang telah diterima dengan baik belum tentu berujung pada kegiatan usaha apabila tidak disertai keterampilan, sarana, kelembagaan, pendampingan, dan akses pasar.

Secara praktis, temuan menghasilkan model pendekatan yang dapat menjadi referensi pemerintah daerah dalam mengintegrasikan pengelolaan lingkungan dan pemberdayaan ekonomi. Model tersebut terdiri atas komunikator yang memiliki legitimasi sekaligus kedekatan sosial, pesan yang memadukan manfaat ekologis dan ekonomi, demonstrasi berbasis praktik, pelibatan tokoh lokal dan pelaku yang telah berhasil, kombinasi saluran tatap muka dan digital, pendampingan pascapelatihan, fasilitasi kelembagaan dan pemasaran, serta pemantauan perubahan perilaku dan hasil ekonomi. Pendekatan ini menempatkan

komunikasi sebagai bagian dari rangkaian pemberdayaan, sehingga ajakan pemerintah memiliki jalur yang jelas dari pengetahuan menuju produksi dan dari produksi menuju pasar.

E. KESIMPULAN

Komunikasi persuasif Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Agam relatif efektif dalam membangun pengetahuan, sikap positif, minat, dan partisipasi awal masyarakat dalam pemanfaatan eceng gondok, tetapi belum optimal dalam membentuk perilaku produktif yang merata dan berkelanjutan. Efektivitas terutama ditopang oleh komunikator yang kredibel, pesan yang menghubungkan manfaat ekologis dengan peluang ekonomi, demonstrasi praktik, komunikasi tatap muka dan media digital, serta pelibatan tokoh lokal. Respons masyarakat menunjukkan tiga tahap utama, yaitu telah bertindak dan berproduksi, telah berminat tetapi belum konsisten, serta baru mengetahui program tanpa melanjutkan ke tindakan produktif.

Hubungan komunikasi persuasif dengan pemberdayaan ekonomi bersifat tidak langsung tetapi nyata pada sebagian pelaku. Komunikasi membuka pemahaman, minat, dan keberanian mencoba; pelatihan dan pendampingan memperkuat keterampilan; kemudian produksi dan pemasaran membuka peluang pendapatan. Produk kerajinan dipasarkan pada kisaran Rp 25.000-Rp 75.000 dan salah satu pengrajin melaporkan tambahan pendapatan sekitar Rp 2.000.000-Rp 3.000.000 per bulan. Data tersebut menunjukkan peluang ekonomi, bukan peningkatan pendapatan masyarakat secara umum, karena hasil masih bergantung pada keterampilan, sarana produksi, mutu produk, kelembagaan kelompok, pendampingan, dan akses pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, A. (2024). *Komunikasi Persuasif Pada Program "Shelter Warga" Oleh Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (DP3A) Kota Makassar= Persuasive Communication in the "Residents' Shelter" Program by the Office of Women's Empowerment and Child Protection* (Doctoral Dissertation, Universitas Hasanuddin).
- Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Agam, D. L. H. K. (2025). *Data produk, harga, dan pelaksanaan program pemanfaatan eceng gondok Danau Maninjau*. Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Agam.
- He, X., Ling, C. C. Y., Sun, Z., Xu, X., Li, S. F. Y., Wang, X., Tan, H. T. W., Yusof, M. L. M., Ghosh, S., & Wan, C.-H. (2022). Sustainable management of water hyacinth via gasification: Economic, environmental, and toxicity assessments. *Journal of Cleaner Production*, 372, 133725.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2020). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (4th ed.). SAGE Publications.
- Nandiyanto, A. B. D., Ragadhita, R., & Hofifah, S. N. (2024). Progress in the utilization of water hyacinth as effective biomass material. *Environment, Development and Sustainability*, 26, 24521–24568. <https://doi.org/10.1007/s10668-023-03655-6>
- Perloff, R. M. (2020). *The Dynamics of Persuasion: Communication and Attitudes in the Twenty-First Century*. Routledge.
- Pratama, Y. A., Resnawaty, R., & Raharjo, S. T. (2024). Partisipasi masyarakat dalam pengolahan eceng gondok di Bendungan Jatiluhur. *Empati: Jurnal Ilmu Kesejahteraan Sosial*, 13(1), 74–87.
- Salsabila, A., Sofiyah, & Kurniawan, T. (2023). Utilization of water hyacinth to reduce sedimentation and evapotranspiration in the Saguling Reservoir by PT PLN Indonesia Power Saguling POMU. *International Journal of Science and Society*, 5(4), 27–37. <https://doi.org/10.54783/ijssoc.v5i4.762>

- Setyowati, A. D., Yusuf, A., Malik, A., & Wang, J. (2023). Community empowerment through making Iboni craft to improve community welfare and the economic impact. *JPPM (Jurnal Pendidikan dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 10(1), 72–82. <https://doi.org/10.21831/jppm.v10i1.59436>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Yuntina. (2021). *Strategi komunikasi persuasif Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Ogan Ilir pada perubahan layanan administrasi kependudukan* (Undergraduate Thesis, Sriwijaya University).