

## STRATEGI KOMUNIKASI LINGKUNGAN DALAM MEMBANGUN KEPEDULIAN MASYARAKAT TERHADAP PENGGUNAAN TABUNG GAS

**RAMAH LINGKUNGAN (Studi Pada PT. CNG Hilir Raya)**

**Redho Irdiansyah<sup>1</sup>, Eraskaita Ginting<sup>2</sup>, Badarudin Azarkasyi<sup>3</sup>**

Ilmu Politik, FISIP Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

Email:

[Redhoirdiansyah@gmail.com](mailto:Redhoirdiansyah@gmail.com), [eraskaitaginting\\_uin@radenfatah.ac.id](mailto:eraskaitaginting_uin@radenfatah.ac.id)

[Badarudinazarkasyi\\_uin@radenfatah.ac.id](mailto:Badarudinazarkasyi_uin@radenfatah.ac.id)

### **ABSTRACT**

*Environmentally friendly gas cylinders (GASRA) are an alternative fuel solution to replace fossil fuels such as diesel, LPG, MFO, etc. which are more environmentally friendly. However, the public is still not fully aware of its use, due to the lack of public knowledge. Environmental communication is an effort to increase public awareness of the dangers of environmental damage. So, to provide awareness of these various problems, the role of environmental communication is to communicate various environmental damage and how to save it. To achieve this goal, it is necessary to have appropriate strategies for the continuity and existence of natural resources and the environment. The aim of this research is to determine environmental communication strategies in building public awareness of the use of environmentally friendly gas cylinders (Study at PT. CNG Hilir Raya) This research method used a qualitative approach. Research data was collected through direct interviews with Mr. Faisal Amin as head manager. The analysis technique goes through the reduction, presentation and verification stages. The results of PT environmental communication strategy research. CNG Hilir Raya, in building public awareness of the use of environmentally friendly gas cylinders, is actively promoting and developing opportunities through outreach and collaborating with local governments in the context of expansion and distribution. Conveying various advantages of products whose main goal is to reduce emissions of dangerous pollutants on earth. Meanwhile, there are obstacles to environmental communication strategies in building public awareness of the use of environmentally friendly gas cylinders (Study at PT. CNG Hilir Raya). The first obstacle is the very large investment costs, secondly it requires companies to be fast, precise and thorough in producing and distributing environmentally friendly gas cylinders because cylinders cannot store gas for too long.*

**Keywords:** *Communication, Environment, Strategy*

### **ABSTRAK**

Tabung gas ramah lingkungan (GASRA) adalah solusi bahan bakar alternatif pengganti bahan bakar fosil seperti solar, LPG, MFO, dll yang lebih ramah lingkungan. Namun penggunaannya sendiri masih belum sepenuhnya disadari oleh masyarakat, karena faktor minimnya pengetahuan masyarakat. Komunikasi lingkungan merupakan upaya dalam meningkatkan kesadaran masyarakat atas bahaya kerusakan lingkungan. Sehingga untuk memberikan penyadaran atas berbagai permasalahan tersebut, peran dari komunikasi lingkungan dilakukan yaitu mengkomunikasikan berbagai kerusakan lingkungan dan bagaimana upaya penyelamatannya. Untuk mencapai tujuan tersebut dibutuhkan adanya startegi yang tepat guna keberlanjutan dan keberadaan sumber daya alam dan lingkungan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi lingkungan dalam membangun kepedulian masyarakat terhadap penggunaan tabung gas ramah

lingkungan (Studi pada PT. CNG Hilir Raya) Metode Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Data penelitian dikumpulkan dengan cara wawancara langsung dengan bapak Faisal Amin selaku kepala manager. Teknik analisis melalui tahap reduksi, penyajian dan verifikasi. Hasil penelitian strategi komunikasi lingkungan PT. CNG Hilir Raya dalam membangun kepedulian masyarakat terhadap penggunaan tabung gas ramah lingkungan secara aktif mempromosikan dan mengembangkan peluang melalui sosialisasi dan bekerja sama dengan pemerintah daerah dalam rangka perluasan dan pendistribusian. Menyampaikan berbagai kelebihan dari produk yang mana tujuan utama mengurangi emisi polutan berbahaya di bumi. Sedangkan hambatan strategi komunikasi lingkungan dalam membangun kepedulian masyarakat terhadap penggunaan tabung gas ramah lingkungan (Studi pada PT. CNG Hilir Raya). Hambatannya pertama biaya investasi yang sangat besar, kedua lebih menuntut perusahaan untuk cepat, tepat dan teliti dalam memproduksi dan mendistribusikan tabung gas ramah lingkungan karena tabung yang tidak dapat menyimpan gas terlalu lama.

**Kata Kunci:** Komunikasi, Lingkungan, Strategi

## **PENDAHULUAN**

PT. CNG dalam publikasinya pada website resminya [cng.co.id](http://cng.co.id) “CNG (Compressed Natural Gas), berdiri sebagai perusahaan pertama yang berfokus pada pengembangan bisnis gas alam terkompresi di Indonesia, yang juga menangani penyediaan gas bumi ke industri-industri terutama kepada industri-industri yang terletak jauh dari keberadaan pipa gas”. Tabung gas CNG atau *Compressed Natural Gas* dibuat dengan melakukan kompresi metana (CH<sub>4</sub>) yang diekstrak dari gas alam yang terintegrasi dalam bentuk tabung yang 30 persen lebih efisien penggunaannya dibanding *Liquid Petroleum Gas* (LPG). CNG Adalah gas yang berasal dari alam dan tidak beraroma, tidak memiliki warna, dan memiliki ukuran yang lebih ringan dibandingkan dengan udara sehingga akan mengalami penguapan apabila terjadi kebocoran. Maka dari itu, dalam bencana kebakaran yang disebabkan oleh penggunaan CNG cenderung bersifat minimum. Namun, ada beberapa kelebihan yang dimiliki oleh CNG yaitu tidak akan memberikan dampak terhadap pencemaran tanah dan air meskipun terjadi penyalahgunaan atau kecelakaan. Disisi lain, harga gas CNG memiliki harga yang lebih terjangkau dan menggunakan teknologi yang terbilang sederhana. Kehadiran produk dari PT. CNG yaitu tabung gas GASRA (Gas Ramah Lingkungan) ini diharapkan dapat memenuhi kebutuhan industri.

Sejalan dengan publikasi [Tribunnews.com](http://tribunnews.com) oleh Purwanti Direktur Utama CNG Hilir Raya, Hernoe Roespriadi menyatakan “peluncuran produk GASRA ini adalah bagian dari upaya perseroan untuk menyediakan pasokan gas bagi bisnis ritel di Palembang”, untuk dapat mengurangi minimnya pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen terutama pada tata cara penggunaan atau pemasangan untuk memposisikan tabung gas khusus GASRA yang turut

memberikan kontribusi pada kebakaran serta ledakan. Kasus ledakan yang terjadi terutama pada penggunaan LPG dan CNG 3 Kg dan 12 kg memberikan dampak pada tingkat kekhawatiran masyarakat dan akan memberikan kerugian seperti luka-luka, kehilangan tempat tinggal, dan tidak jarang pula menelan korban jiwa.

Susanti menyatakan “Komunikasi berperan dalam kehidupan manusia terutama sebagai cara untuk berinteraksi kepada seama, karena sebagai makhluk sosial manusia tidak bisa jika tidak melakukan interaksi dengan manusia lainnya, dengan adanya komunikasi seseorang dapat melakukan pekerjaan, dan berdampingan dengan lingkungan, seperti dalam lingkungan RT, desa, kelompok belajar, perguruan tinggi, hingga lainnya sebagai kehidupan yang dijalani secara bersama-sama (Yuliana and Lestari, 2019). Dengan melalui komunikasi, kita sebagai manusia dapat merasakan kebersamaan sebagai makhluk yang hidup dengan berdampingan, dan tidak dapat menghindari dari adanya komunikasi serta dapat menerima pesan yang disampaikan oleh orang lain .

Tindakan tersebut akan terus terjadi selama kita menjalani masa kehidupan, untuk dapat mencapai keseimbangan dalam resiko lingkungan maka sangat diperlukan pendekatan komunikasi lingkungan yang akan lebih menekankan keterlibatan manusia kepada lingkungan termasuk masalah lingkungan serta aktual (Azarkasyi & Farid, n.d.). Cangara dan alexander mengemukakan komunikasi lingkungan sebagai bentuk penggunaan strategi, prinsip, pendekatan bahkan teknik yang digunakan sebagai perlindungan dan pengelolaan lingkungan. Maka, sangat dibutuhkan struktur komunikasi sebagai bentuk penanganan konflik atau permasalahan lingkungan ( Flor, 2018)

Menurut Yenrizal dalam tulisannya “*Environmental Communication and Public Sphere*”. Mengemukakan bahwa komunikasi lingkungan sebagai salah satu sarana konstitutif dan pragmatis terutama bagi pemahaman manusia terhadap lingkungan, serta adanya hubungan manusia dengan alam. Secara konstitutif komunikasi tersebut meliputi penyusunan, aspek pengaturan, dan peresentasi alam dengan masalah lingkungan sebagai suatu objek yang dijadikan pemahaman bagi manusia. Sedangkan secara pragmatid, akan berkaitan dengan keyakinan, kewaspadaan, pendidikan, dan mobilisasi manusia untuk dapat mengatasi permasalahan dalam lingkungan (Yenrizal, 2017).

Strategi komunikasi adalah langkah awal yang dapat dilakukan dalam tahapan penentu untuk komunikasi lingkungan tetap berjalan. Maka, dapat dipertimbangkan banyak hal yang akan diperhatikan terutama mengenai faktor yang menghalangi dan mendukung. Permasalahan lingkungan tidak dapat terlepas dari pergeseran paradigma ekosentis yang dulunya menjadi hal yang dianut dan dihayati oleh leluhur. Hal tersebut

perhalan-lahan menghilang dan tergantikan oleh pemikiran baru, rasionalitas baru, logika baru, serta pemikiran yang baru dimana manusia memiliki kekuasaan terhadap alam dan lingkungannya. Setidaknya saling pengertian di antara pemangku kepentingan dari sebuah proyek lingkungan merupakan solusi terbaik dalam mencegah terjadinya konflik lingkungan.

Komunikasi lingkungan diharapkan tidak hanya dianggap sebagai pengetahuan namun mampu memasuki ruang sadar manusia yang mengarah pada norma, nilai yang muncul yang berasal dari rasa terimakasih kepada alam. Penerimaan dan penyampaian pesan dalam komunikasi lingkungan yang tepat dapat menghadirkan berbagai wawasan baru untuk mengatasi krisis kesadaran, untuk dapat membangun serta mencerna berbagai tujuan dalam pembangunan berkelanjutan dengan keberadaan sumber daya alam dan lingkungan. Khususnya GASRA agar pengguna maupun masyarakat mengetahui secara langsung pelaksanaan pengaliran tabung gas dan kendala-kendala yang terjadi beserta solusinya, langkah-langkah yang harus dilakukan untuk mencegah kebocoran gas dan lain sebagainya.

## **METODE PENELITIAN**

Metode kualitatif dijadikan sebagai metode yang digunakan dalam penelitian ini, yang merupakan metode yang digunakan untuk menelaah suatu kondisi dari sebuah objek penelitian. Pada metode ini data akan dikumpulkan secara triangulasi yang kemudian dianalisis dan memiliki sifat induktif, dan penelitian yang dilakukan akan menekankan sebuah makna (Sugiyono, 2018). Penelitian deskriptif kualitatif merupakan penelitian yang mendeskripsikan atau menggambarkan dan menginterpretasikan suatu fenomena yang terjadi, misalnya kondisi atau hubungan yang ada, pendapat yang berkembang, proses yang sedang berlangsung, akibat yang terjadi, atau tentang kecenderungan yang tengah berlangsung. Pada penelitian ini akan memfokuskan pada faktor, manfaat, serta biaya yang memberikan pengaruh terhadap objek penelitian yaitu PT. CNG Hilir Raya Palembang.

Adapun sumber data yang digunakan Penelitian ini yaitu data primer dan sekunder (Sugiyono, 2018). Data primer didapat dari subjek penelitian adalah wawancara kepada karyawan PT. CNG Hilir Raya Palembang untuk memperoleh data mengenai membuat rencana dan pertumbuhan bisnis, dan menjalin hubungan baik dengan klien atau pelanggan., memajukan stuktur harga dan penetapan harga. Data sekunder diperoleh didapat dari pemberitaan sosialisasi pada pengguna tabung Gasra (Gas Ramah Lingkungan) untuk badan usaha lestoran (Studi pada PT. CNG Hilir Raya).

Peneliti menggunakan jenis observasi konten dimana peneliti mengamati objek yang

diteliti atau wawancara yaitu komunikasi yang dilakukan dengan informan yaitu Bapak Faisal Amin selaku *Commercial DePT. Head* untuk menggali keterangan-keterangan dari informan mengenai strategi komunikasi dalam membangun kepedulian masyarakat terhadap penggunaan tabung gas ramah lingkungan (Studi pada PT. CNG Hilir Raya). (Herdiansyah, 2010). Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu, Milles dan Huberman mengatakan bahwa terdapat tiga alur dalam analisis data, yaitu kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi (Saldana, 2014).

## **HASIL DAN DISKUSI**

### **Strategi Komunikasi Lingkungan .**

PT. CNG Hilir Raya Palembang membuat perencanaan strategi komunikasi yang dijelaskan berdasarkan keterangan narasumber. Kita pahami bahwa mengenai strategi komunikasi, di perusahaan PT. CNG Hilir Raya Palembang telah membentuk dan menjalankan sepenuhnya struktur kepengurusan sehingga komunikasi yang akan dilakukan oleh perusahaan akan efektif dan tepat sasaran. Di dalam kutipan di atas juga dijelaskan sebelum mengatur strategi, sangat penting kita pahami dan sepakati bersama apa yang akan dikomunikasikan atau disampaikan ke masyarakat.

Jika berdasarkan pernyataan sebelumnya mekanisme keputusan sebelum melakukan komunikasi lingkungan adalah hal yang didiskusikan bersama yang dipertanggung jawabkan oleh masing-masing orang dengan kapasitas dan kompetensinya. Pada dasarnya karena konsep awal perusahaan adalah diskusi dan semua bagian yang mempunyai kapasitas dan kompetensi. Dipimpin langsung oleh pimpinan sehingga jika pembahasannya adalah apa strategi ditentukannya dan disetujuinya rencana komunikasi lingkungan, tentu jika semua struktur yang turut mempunyai porsi dalam diskusi semuanya menyepakati suatu hal secara sah maka setuju atau tidak adalah bagaimana hasil diskusi itu sendiri, dengan keputusan bersama yang dibuat lebih matang. Strategi komunikasi yang digunakan oleh PT. CNG Hilir Raya Palembang adalah rekam jejak progres perusahaan. Untuk menunjukkan bukti keefektifan strategi dapat dinilai dari respon masyarakat dan bagaimana perusahaan mempertahankan kepercayaan masyarakat luas.

Sikap perusahaan mengenai strategi, meskipun terlihat klise pernyataan bersedia 24 jam untuk menerima konsultasi bahkan siap memberi solusi. Nyatanya satu poin umum itu sangat sulit untuk dipertahankan dan dijalankan. Sehingga apabila perusahaan memberikan loyalitas demikian akan sangat mempengaruhi minat masyarakat dan menambah jangkauan

masyarakat luas untuk bergabung dan mencari ilmu pengetahuan mengenai lingkungan dan pemakaian energi bumi dengan cara menggunakan yang bijaksana. Bisa dilihat dari jumlah konsumen perusahaan gas ramah lingkungan, berikut jawaban dari perusahaan.

Peneliti pahami bahwa perusahaan memilih berloyalitas serius kepada konsumen dan masyarakat agar dapat bertahan. Pengertian lebih sederhananya yaitu, semua orang menuntut loyalitas perusahaan, mudahnya mengakses bantuan atau mengklaim kebutuhan membuat perusahaan bergerak bersama dengan memberikan pelayanan yang baik semisal pelayanan pelanggan 24 jam *on call* untuk merespon keluhan pelanggan. Hal itu akan meningkatkan keuntungan konsumen dan memperkecil kerugian konsumen sehingga peluang untuk konsumen memilih produk perusahaan dapat meningkat persentasenya.

Kegiatan di pusat kota seperti mall ataupun tempat wisata adalah lokasi strategis untuk menyebarkan informasi dan edukasi, terlepas dari berbagai usia yang akan menjadi audience ataupun masyarakat yang merasakan bentuk komunikasi lingkungannya. Dapat kita tarik menjadi poin penting adalah lokasi dimana komunikasi lingkungan akan menjadi informasi utama untuk mempromosikan tabung gas yang ramah lingkungan sudah sangat tepat dan strategis.

Meskipun pemerintah dan seluruh pihak terkait belum sepenuhnya mendapatkan hasil yang maksimal untuk masyarakat menyadari mengenai peduli terhadap lingkungan dan bijak dalam memanfaatkan hasil bumi. Untuk angka 50 dan dapat meningkat. Hal itu pantas di apresiasi dan didukung untuk optimis meningkat dan konsisten bergerak agar mendapatkan kepercayaan di hati masyarakat luas. Kemudian peneliti menanyakan kegiatan rutin apa saja yang dilakukan PT. CNG untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas produk. Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan kelapangan langsung, dapat dinilai bahwa perusahaan yang memiliki kuasa mengendalikan semua pihak yang terlibat dalam proses kerja di perusahaan sangat menegaskan dengan baik apa yang sudah dijanjikan perusahaan.

Untuk menjaga dan meningkatkan kualitas dan kuantitas produk, perusahaan secara detail dan teliti mengevaluasi cara kerja perusahaan hingga ke detail sekecil apapun mulai dari; Pertama, Menguji kualitas gas secara berkala sesuai dengan sifat gas itu sendiri. Kedua, elakukan controlling meter kepada konsumen untuk mengecek ketepatan hitungan volume gas yang digunakan oleh konsumen, sehingga meminimalisir untuk terjadinya penyebab konsumen merasa rugi. Ketiga, melakukan ceklis mingguan untuk mengkalkulasi jumlah produk yang di produksi dengan kebutuhan konsumen untuk tepat dan bijaksana pada kebutuhan dan dengan sumber bumi yang menghasilkannya sehingga energi gas dapat secara tepat digunakan oleh masyarakat.

Mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk perusahaan adalah cara terbaik meningkatkan kepercayaan masyarakat bahwa perusahaan sudah dengan persiapan matang dan kesigapan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dan dengan bentuk dukungan yang nyata peduli terhadap lingkungan. Keunggulan produk tabung gas gasra milik perusahaan PT. CNG sebagai berikut; Lebih aman karena menggunakan komponen ramah lingkungan, Memiliki biaya produksi yang lebih murah sehingga dapat menekan harga jual kepada masyarakat, Tekanan gas lebih tinggi dan tidak adanya losis gas. Sedangkan PT. CNG Hilir Raya target pasar PT. CNG Hilir raya tidak hanya untuk memenuhi keperluan transportasi dan industri saja, kini mulai masuk ke market ritel.

Komunikasi lingkungan adalah sebuah upaya meningkatkan peran komunikasi dalam melestarikan lingkungan (Hanggara et al., 2023). Adapun komunikasi lingkungan yang dilakukan oleh PT. CNG Hilir Raya adalah dengan mengedukasi masyarakat, menjelaskan situasi yang sebenarnya saat ini, mengangkat isu dan memberi gambaran hal yang dapat dipilih secara bijaksana untuk membantu mengurangi situasi buruk yang terjadi di lingkungan. Perlu meningkatkan dan menjaga pelanggan sebagai bentuk angka jumlah kepedulian masyarakat terhadap lingkungan. Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Aldi Priyansyah selaku *Customer Service* terkait strategi perusahaan pada PT. CNG Hilir Raya Palembang. Terkait bagaimana perusahaan melakukan komunikasi lingkungan, dan komunikasi lingkungan yang seperti apa yang digunakan dan dipakai menjadi prinsip atau konsep yang ditekankan oleh perusahaan.

Dengan memahami konsep sederhana bahwa perusahaan bekerja bukan hanya karena kebutuhan ekonomi atau tanggung jawab pekerjaan. Lebih daripada itu perusahaan sendiri tengah menabung harapan, membangun masa depan untuk anak cucunya. Sehingga kerja keras yang menuntut banyak hal dalam usaha komunikasi lingkungan akan memberi semangat penuh dan hati yang luas untuk sabar dan konsisten mengedukasi masyarakat di Indonesia. Untuk mempelajari lebih dalam, perlu kita bahas bagaimana budaya komunikasi lingkungan yang diterapkan oleh perusahaan. Keunggulan produk tabung gas gasra milik perusahaan PT CNG sebagai berikut; Lebih aman karena menggunakan komponen ramah lingkungan, Memiliki biaya produksi yang lebih murah sehingga dapat menekan harga jual kepada masyarakat, Tekanan gas lebih tinggi dan tidak adanya losis gas.

Strategi komunikasi lingkungan PT. CNG Hilir Raya menerapkan strategi *Commercial* yang merupakan sebuah tindakan mendorong pelanggan untuk terlibat dengan produk atau layanan yang tujuannya menguntungkan perusahaan komersial. Singkatnya, *commercial marketing* adalah upaya untuk mempromosikan dan menjual suatu produk atau layanan secara

menguntungkan. Jadi, commercial marketing ini bisa dikatakan berusaha mengubah calon pelanggan menjadi pelanggan yang membayar produk dari suatu brand melalui pelayanan dari customer service yang baik. Dengan berbagai cara yaitu sharing *knowledge*, media promosi, *service excelent*.

### **Hambatan dalam berkomunikasi**

Hambatan Strategi Komunikasi Lingkungan dalam Membangun Kepedulian Masyarakat terhadap Penggunaan Tabung Gas Ramah Lingkungan. Kita ketahui bahwa setiap upaya tentu terdapat hambatan, terutama mengubah pemahaman yang sebelumnya tidak jadi topik penting atau dianggap serius oleh mayoritas masyarakat untuk diubah menjadi empati terhadap isu lingkungan mengenai kebijakan menggunakan energi alam dengan cara diberi himbauan, informasi, dan ajakan untuk memperbaiki gaya hidup yang kurang baik, atau sikap yang kurang peduli terhadap keseimbangan sumber daya bumi itu perlu waktu dan tahap yang perlu terus menerus diturunkan aksi nyata di tengah masyarakat. Hambatan yang dialami perusahaan dijelaskan pula oleh perusahaan berikut pernyataanya ;

Berdasarkan penjelasan perusahaan mengenai hambatan yang perusahaan alami adalah; pertama, Nilai Investasi yang Besar, tentu kita peneliti dan masyarakat Indonesia sebagai masyarakat awam pada umumnya dapat memahami bahwa perusahaan yang berurusan dengan energi bumi memerlukan kekuatan anggaran yang sangat mapan. Untuk mengambil, mengelola, memproduksi, sampai mendistribusikan produknya. Sehingga sangat wajar jika perusahaan selalu menghadapi tuntutan nilai investasi yang besar untuk kebutuhan perusahaan dan kebutuhan konsumen juga masyarakat luas lainnya. Kedua, Kemampuan Tabung Sebagai Tempat Penyimpanan Gas, merupakan energi yang berasal dari bumi, dikelola oleh manusia. Apa yang dimiliki bumi mempunyai waktu dan caranya sendiri untuk terurai baik benda hidup ataupun benda mati. Meskipun perusahaan terus mengevaluasi bahan dan peralatan, perusahaan produktif untuk menambah kualitas tabung namun untuk menghilangkan sifat gas yang dapat memuai ahli tidak dapat mengubah seutuhnya. Ketiga, Belum Familiarnya Gas CNG di Masyarakat, memperkenalkan produk baru yang sebelumnya masyarakat secara luas sendiri telah memiliki satu produk pemakaian yang sama di masyarakat, artinya mayoritas masyarakat telah menggunakan satu produk lain sebelumnya tentu promosi dan marketing produk baru tidak akan sesederhana dari promosi dan marketing produk terdahulu.

PT. CNG Hilir Raya yang merupakan, merupakan perusahaan swasta nasional pertama di Pulau Sumatera yang bergerak di bidang penjualan dan distribusi *Compressed*

*Natural Gas (CNG). Compressed Natural Gas (CNG)* sendiri merupakan gas alam yang penyalurannya melalui pipa, setelah pencairan dengan pendinginan oleh tanker sebagai Gas Alam cair (LNG) atau setelah proses kompresi sebagai *Compressed Natural Gas (CNG)* (gasra.co.id 2020). Ada banyak alasan mengapa gas alam menjadi bahan bakar yang lebih disukai. Melihat manfaatnya yang nyata, semakin banyak badan usaha, terutama industri yang saat ini menggunakan gas alam dalam proses produksi mereka. *Compressed Natural Gas (CNG)* memiliki harga yang kompetitif dibandingkan dengan bahan bakar fosil lainnya sehingga membuat CNG adalah alternatif bahan bakar yang menarik untuk pelanggan (gasra.co.id 2020).

Hambatan strategi komunikasi lingkungan dalam membangun kepedulian masyarakat terhadap penggunaan tabung gas ramah lingkungan (Studi pada PT. CNG Hilir Raya). Hambatannya pertama biaya investasi yang sangat besar menuntut perusahaan harus bekerja keras agar dana dapat stabil dan meningkat, kedua menggunakan tabung ramah lingkungan lebih menuntut perusahaan untuk cepat, tepat dan teliti dalam memproduksi dan mendistribusikan tabung gas ramah lingkungan karena tabung yang tidak dapat menyimpan gas terlalu lama. Ketiga perusahaan telah melakukan upaya untuk mempopulerkan tabung gas ramah lingkungan dapat menarik minat masyarakat namun sejauh ini masih belum mendapatkan hasil yang maksimal atau target yang diharapkan.

## **KESIMPULAN**

Strategi komunikasi lingkungan PT. CNG Hilir Raya dalam membangun kepedulian masyarakat terhadap penggunaan tabung gas ramah lingkungan secara aktif mempromosikan dan mengembangkan peluang melalui sosialisasi dan bekerja sama dengan pemerintah daerah dalam rangka perluasan dan pendistribusian. Menyampaikan berbagai kelebihan dari produk yang mana tujuan utama mengurangi emisi polutan berbahaya di bumi. Sedangkan hambatan strategi komunikasi lingkungan dalam membangun kepedulian masyarakat terhadap penggunaan tabung gas ramah lingkungan (Studi pada PT. CNG Hilir Raya). Hambatannya pertama biaya investasi yang sangat besar menuntut perusahaan harus bekerja keras agar dana dapat stabil dan meningkat, kedua menggunakan tabung ramah lingkungan lebih menuntut perusahaan untuk cepat, tepat dan teliti dalam memproduksi dan mendistribusikan tabung gas ramah lingkungan karena tabung yang tidak dapat menyimpan gas terlalu lama.

## **REKOMENDASI**

Dari hasil penelitian di atas, peneliti akan menyampaikan beberapa saran Kepada Perusahaan untk terus melakukan inivasi dan melakukan perkembangan terhadap sumber daya manusia sebagai salah satu cara yang dilakukan untuk dapat mencapai tujuan pada perusahaan.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Alexander G. Flor. (2018). *Komunikasi Lingkungan: Penanganan Kaus-kasus Lingkungan Melalui Strategi Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media Group.

Azarkasyi, B., & Farid, M. M. (n.d.). INTERCULTURAL COMMUNICATION BETWEEN ARABIC DESCRIPTION AND ORIGINAL PEOPLE OF PALEMBANG IN BUILDING HARMONY. *Book Chapter*, 39.

Hanggara, D., Yenrizal, Y., & Azarkasyi, B. (2023). ContructioOf the Meaning Of" Environment" For Children" Si Bolang" Broadcast on Trans7. *TABAYYUN*, 4(2), 498–507.

Gasra.co.id. (2020). "Tentang Kami." <https://gasra.co.id>.

Herdiansyah. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.

Saldana, Milles. (2014). *Qualitative Data Analysis*. America: Sage Publication.

Sugiyono. (2018). *Metde Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Yenrizal. (2017). *Lestarikan Bumi Dengan Komunikasi Lingkungan*. Yogyakarta: Cv. Budi Utama.