



## Konstruksi Makna Pesan Persuasif tentang Pertobatan Ekologis Melalui Media Komunikasi Pastoral Gereja Santa Clara

Yosafhat Christian Limbong<sup>1\*</sup>, Yesica Yuliani Clara<sup>2</sup>

<sup>1-2</sup> Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Bunda Mulia, Indonesia

\*Penulis Korespondensi: [s14220097@student.ubm.ac.id](mailto:s14220097@student.ubm.ac.id)

**Abstract.** *This study aims to understand the construction of meaning of persuasive messages regarding ecological conversion conveyed through the pastoral communication media of Saint Clara Church, North Bekasi Parish, namely the Pastoral Letter, banners, and the Hymn of the Integrity of Creation. A qualitative approach grounded in the socio-psychological tradition and an interpretive paradigm was employed. The Elaboration Likelihood Model (ELM) was used as the analytical framework to examine message processing through central and peripheral routes. Data were collected through in-depth interviews with six parishioners and supported by documentation of the Pastoral Letter, banners, and the hymn. Findings indicate that parishioners demonstrate high levels of motivation and involvement in receiving ecological conversion messages. The central route is reflected through deep reflection on message relevance, argument quality, environmental damage data, and connection to faith. The peripheral route operates through the credibility of bishops and priests, the visual appeal of banners, the emotional influence of the hymn, and the supportive liturgical atmosphere. The construction of meaning formed views ecological conversion as an expression of faith-based responsibility, manifested through concrete daily actions such as reducing plastic use, sorting waste, and conserving energy. The study concludes that pastoral communication integrating cognitive, affective, and conative dimensions can effectively foster ecological awareness and encourage sustainable behavioral change.*

**Keywords:** *Construction of Meaning; Ecological Conversion; Elaboration Likelihood Model; Pastoral Communication; Persuasive Communication.*

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk memahami konstruksi makna pesan persuasif tentang pertobatan ekologis yang disampaikan melalui media komunikasi pastoral Gereja Santa Clara Paroki Bekasi Utara, yaitu Surat Gembala, banner, dan Mars Keutuhan Alam Ciptaan. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan tradisi sosiopsikologis dan paradigma interpretif. Perspektif Elaboration Likelihood Model (ELM) digunakan untuk menganalisis proses penerimaan pesan melalui jalur sentral dan jalur perifer. Data diperoleh melalui wawancara mendalam terhadap enam umat Paroki Bekasi Utara Gereja Santa Clara dan didukung oleh dokumentasi Surat Gembala, banner, serta Mars Keutuhan Alam Ciptaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa umat memiliki motivasi dan keterlibatan yang tinggi dalam menerima pesan pertobatan ekologis. Jalur sentral tampak melalui proses refleksi mendalam terhadap relevansi pesan, kualitas argumen, data kerusakan lingkungan, serta keterkaitannya dengan kehidupan iman. Jalur perifer berperan melalui kredibilitas Uskup dan Imam, daya tarik visual banner, kekuatan emosional mars, serta suasana liturgi yang mendukung. Konstruksi makna yang terbentuk memandang pertobatan ekologis sebagai wujud tanggung jawab iman yang diwujudkan melalui tindakan nyata sehari-hari, seperti mengurangi penggunaan plastik, memilah sampah, dan menghemat energi. Penelitian ini menyimpulkan bahwa komunikasi pastoral yang mengintegrasikan unsur kognitif, afektif, dan konatif mampu mendorong terbentuknya kesadaran ekologis serta perubahan perilaku umat secara berkelanjutan.

**Kata kunci:** Elaboration Likelihood Model; Komunikasi Pastoral; Komunikasi Persuasif; Konstruksi Makna; Pertobatan Ekologis.

## **1. LATAR BELAKANG**

Paroki Bekasi Utara Gereja Santa Clara merupakan salah satu paroki di wilayah Keuskupan Agung Jakarta yang aktif menyampaikan pesan-pesan pertobatan ekologis kepada umatnya. Berdasarkan data internal Dewan Paroki Harian, jumlah umat tercatat sebanyak 11.251 jiwa yang tersebar dalam 3.348 keluarga, dengan komposisi yang beragam dari segi usia maupun kondisi sosial ekonomi. Keberagaman karakteristik umat ini menjadi faktor penting dalam memahami cara umat memproses pesan komunikasi pastoral.

Pada tanggal 14 dan 15 Februari 2026, umat di seluruh paroki Keuskupan Agung Jakarta mendengarkan pembacaan Surat Gembala Prapaskah yang mengangkat tema Keutuhan Alam Ciptaan sebagai bagian dari arah dasar pastoral Gereja. Surat tersebut disampaikan sebagai pengganti khotbah dalam perayaan Ekaristi dan berisi ajakan kepada umat untuk melakukan pertobatan ekologis sebagai tanggung jawab iman dalam merawat bumi sebagai rumah bersama. Isu ini relevan dengan kondisi lingkungan di wilayah Bekasi yang menghadapi persoalan banjir, polusi udara, pencemaran air, dan krisis sampah.

Dalam perspektif ilmu komunikasi, proses penerimaan pesan persuasif oleh audiens dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti relevansi pesan, kredibilitas komunikator, dan keterlibatan individu terhadap isu yang disampaikan. Teori Elaboration Likelihood Model (ELM) yang dikemukakan oleh Petty dan Cacioppo (1986) menjelaskan bahwa individu memproses pesan melalui dua jalur utama, yaitu jalur sentral yang melibatkan pemikiran mendalam dan jalur periferil yang dipengaruhi oleh faktor situasional seperti otoritas sumber atau konteks komunikasi.

Penggunaan ELM menjadi relevan karena pesan dalam Surat Gembala tentang Keutuhan Alam Ciptaan berpotensi diproses secara berbeda oleh setiap umat. Sebagian umat mungkin memproses pesan secara reflektif dan mendalam melalui jalur sentral, sementara sebagian lainnya lebih dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti kepercayaan terhadap pastor atau suasana liturgi melalui jalur periferil. Selain Surat Gembala, penggunaan lagu dan banner dalam gereja Katolik juga turut menjadi media persuasif untuk meningkatkan pertobatan ekologis.

Penelitian ini berupaya mengkaji konstruksi makna pesan persuasif yang dilakukan umat terhadap Surat Gembala, banner, dan Mars Keutuhan Alam Ciptaan di Paroki Bekasi Utara Gereja Santa Clara menggunakan perspektif Elaboration Likelihood Model, sehingga dapat memberikan pemahaman mengenai bagaimana komunikasi pastoral memengaruhi kesadaran umat terhadap isu ekologis dalam konteks kehidupan beriman.

## 2. KAJIAN TEORITIS

### **Elaboration Likelihood Model (ELM)**

Elaboration Likelihood Model (ELM) dikembangkan oleh Petty dan Cacioppo (1986) sebagai kerangka untuk memahami proses penerimaan pesan persuasif. Teori ini menjelaskan bahwa individu memproses pesan melalui dua jalur utama: jalur sentral (central route) dan jalur perifer (peripheral route). Jalur sentral terjadi ketika individu memiliki motivasi dan kemampuan untuk memproses pesan secara mendalam, sehingga individu akan mempertimbangkan kualitas argumen dan isi pesan secara kritis. Sebaliknya, jalur perifer terjadi ketika individu lebih dipengaruhi oleh isyarat-isyarat pendukung seperti kredibilitas komunikator, visual, musik, maupun suasana tertentu.

Komponen jalur sentral dalam penelitian ini mencakup relevansi pesan, kualitas argumen, elaborasi atau refleksi mendalam, dan pemaknaan iman dan lingkungan. Adapun komponen jalur perifer meliputi kredibilitas komunikator, daya tarik visual, musik atau lagu, emotional appeal, dan situational cues. Kedua jalur tersebut tidak selalu berdiri secara terpisah; jalur perifer dapat memperkuat jalur sentral ketika unsur visual, musik, atau emosional mampu mendorong umat untuk melakukan refleksi lebih mendalam terhadap pesan pertobatan ekologis.

### **Komunikasi Persuasif dan Dimensi Kognitif, Afektif, Konatif**

Komunikasi persuasif merupakan bentuk komunikasi yang bertujuan memengaruhi sikap, pendapat, atau perilaku komunikan melalui penyampaian pesan yang dirancang secara strategis. Dalam kaitannya dengan ELM, komunikasi persuasif yang efektif beroperasi melalui tiga dimensi: kognitif (pengetahuan dan pemahaman individu terhadap pesan), afektif (perasaan dan emosi yang muncul setelah menerima pesan), dan konatif (kecenderungan individu untuk melakukan tindakan nyata setelah menerima pesan persuasif).

### **Komunikasi Pastoral dan Media Gereja**

Komunikasi pastoral dipahami sebagai proses komunikasi yang berlangsung dalam konteks keagamaan untuk membimbing, menguatkan, dan memperbarui kehidupan iman umat. Dalam konteks Gereja Katolik, Surat Gembala yang dibacakan dalam liturgi memiliki kekuatan persuasif karena disampaikan oleh otoritas religius dalam suasana sakral. Banner yang dipasang di lingkungan gereja berfungsi sebagai peripheral cue yang membantu memperkuat ingatan terhadap pesan. Sementara itu, lagu atau mars dalam liturgi berperan sebagai media afektif yang membantu mengaktualisasikan nilai-nilai iman serta memperkuat identitas komunitas umat.

## **Pertobatan Ekologis**

Pertobatan ekologis dipahami sebagai proses transformasi personal dan kolektif yang mencakup perubahan cara berpikir, sikap, serta tindakan manusia terhadap lingkungan hidup, yang berakar pada kesadaran moral dan spiritual. Konsep ini didasarkan pada ensiklik *Laudato Si'* Paus Fransiskus yang mendorong manusia untuk menyadari keutuhan alam ciptaan dan menjalin relasi yang bertanggung jawab dengan alam. Pertobatan ekologis akan lebih efektif apabila dikembangkan melalui pendekatan holistik yang mengintegrasikan pembelajaran iman, kebijakan komunitas, serta praktik keseharian umat.

## **Penelitian Terdahulu**

Beberapa penelitian terdahulu menjadi landasan bagi penelitian ini. Mirawati (2021) menjelaskan bahwa komunikasi persuasif dalam tradisi sosiopsikologis dipahami sebagai proses yang melibatkan evaluasi argumen, pembentukan sikap, dan perubahan perilaku yang dipengaruhi oleh tingkat keterlibatan individu terhadap isu yang dikomunikasikan. Karoline et al. (2023) menegaskan bahwa tradisi sosiopsikologis menempatkan individu sebagai pemroses informasi yang aktif, di mana sikap dan perilaku terbentuk melalui evaluasi kognitif. Nabila Ratu Lintang et al. (2025) menunjukkan bahwa tingkat keterlibatan individu terhadap suatu isu menentukan jalur pemrosesan yang digunakan dalam menerima pesan persuasif.

## **3. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tradisi sosiopsikologis dan paradigma interpretif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam (in-depth interview) terhadap enam informan yang merupakan umat aktif Paroki Bekasi Utara Gereja Santa Clara berusia di atas 18 tahun. Keenam informan adalah: Stanislaus Wahyu (45 tahun, pegawai gereja), Theresia Binayu (30 tahun, guru/lektor), Elisabeth Elsa (26 tahun, sekretariat paroki/lektor), Yella (43 tahun, ibu rumah tangga/koordinator lektor), Gregorius Dimas (31 tahun, konsultan bisnis/koordinator OMK), dan Kurniawan Agung Timotius (39 tahun, pegawai swasta/lektor).

Objek penelitian adalah tiga media komunikasi pastoral Gereja Santa Clara, yaitu Surat Gembala Prapaskah 2026 tentang Keutuhan Alam Ciptaan yang diterbitkan oleh Keuskupan Agung Jakarta, banner Keutuhan Alam Ciptaan yang dipasang di lingkungan gereja, dan Mars Keutuhan Alam Ciptaan (Mars Ardas KAJ 2026). Data tambahan berupa dokumentasi ketiga media tersebut turut digunakan sebagai sumber data sekunder.

Analisis data dilakukan menggunakan model analisis Miles, Huberman, dan Saldana yang mencakup tiga tahapan: kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Proses kondensasi data dilakukan melalui tiga tingkatan coding, yaitu open coding, axial coding, dan selective coding. Keabsahan data diuji melalui triangulasi sumber dengan membandingkan data dari berbagai informan, dan triangulasi teori dengan mengaitkan hasil analisis menggunakan kerangka ELM serta konsep komunikasi keagamaan.

#### **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

##### **Tingkat Motivasi dan Keterlibatan Umat**

Berdasarkan temuan penelitian, seluruh enam informan menunjukkan tingkat motivasi dan keterlibatan yang tinggi terhadap isu pertobatan ekologis. Hal ini diindikasikan oleh kemampuan seluruh informan mengingat setidaknya satu poin penting dari Surat Gembala meskipun wawancara dilakukan sekitar tiga bulan setelah pembacaan berlangsung (14–15 Februari 2026 hingga 24 Mei 2026). Dalam perspektif ELM, kemampuan mengingat pesan dalam jangka waktu panjang merupakan indikator klasik elaborasi yang tinggi.

Relevansi pesan terhadap kehidupan personal menjadi faktor penguat motivasi yang signifikan. Data kerusakan alam yang disajikan dalam Surat Gembala memiliki kontekstualisasi lokal yang kuat, merujuk secara spesifik pada banjir di Bekasi dan status gas metana Bantar Gebang yang masuk peringkat kedua tertinggi di dunia. Kondisi ini menciptakan personal relevance yang mendorong umat untuk memproses pesan secara lebih serius. Informan Binayu secara eksplisit menyatakan rasa kaget karena permasalahan tersebut terjadi di lingkungan sekitarnya.

##### **Analisis Surat Gembala Berdasarkan ELM**

Surat Gembala mendapatkan tingkat elaborasi tertinggi di antara ketiga media komunikasi pastoral. Melalui jalur sentral, seluruh informan mampu menghubungkan isi Surat Gembala dengan pengalaman sehari-hari, khususnya sebagai warga Bekasi yang secara langsung menghadapi persoalan lingkungan. Data mengenai banjir, tanah longsor, pencemaran lingkungan, serta dampak ekologis lainnya dipandang sebagai bukti nyata yang memperkuat argumentasi Gereja. Seluruh informan menyatakan bahwa relasi manusia dengan alam tidak dapat dipisahkan dari relasi manusia dengan Tuhan dan sesama, menandakan elaborasi tingkat tinggi di mana pesan telah diintegrasikan ke dalam sistem nilai dan keyakinan individu.

Melalui jalur perifer, seluruh informan mengakui bahwa kredibilitas Uskup dan Imam memiliki pengaruh besar terhadap penerimaan pesan. Uskup dipandang sebagai figur yang memiliki otoritas moral, spiritual, dan intelektual sehingga pesan yang disampaikan dianggap dapat dipercaya. Konteks liturgi berfungsi sebagai situational cue yang mendukung efektivitas

persuasi, sementara data kerusakan alam dalam Surat Gembala memunculkan respons emosional seperti sedih, prihatin, dan rasa bersalah pada seluruh informan.

### **Analisis Banner Berdasarkan ELM**

Banner memiliki tingkat elaborasi yang lebih rendah dibandingkan Surat Gembala, namun tetap berperan penting sebagai media pengingat visual. Melalui jalur sentral, sebagian besar informan mampu menghubungkan pesan banner dengan pengalaman hidup mereka, meskipun tingkat refleksi yang dihasilkan tidak sedalam Surat Gembala. Informan Wahyu menggambarkan banner sebagai "tampan" yang mengingatkan umat bahwa mereka masih sering melakukan tindakan yang merusak lingkungan. Mayoritas informan memaknai banner sebagai reminder atau pengingat terhadap komitmen ekologis yang telah mereka ketahui sebelumnya.

Daya tarik visual merupakan temuan paling dominan dalam jalur periferan analisis banner. Desain yang menarik dengan warna cerah efektif menarik perhatian informan yang bersifat visual. Simbol tangan yang menopang bumi dipahami sebagai representasi tanggung jawab bersama untuk menjaga ciptaan Tuhan. Penempatan strategis banner di depan gereja memastikan banner mudah terlihat oleh umat, meskipun efektivitasnya bergantung pada kesediaan individu untuk memperhatikan pesan.

### **Analisis Mars Keutuhan Alam Ciptaan Berdasarkan ELM**

Mars Keutuhan Alam Ciptaan terbukti memiliki keunggulan dalam hal ketahanan pesan melalui pengulangan. Mayoritas informan menyatakan bahwa lagu lebih mudah diingat dibandingkan media lainnya karena terus diulang dalam berbagai kesempatan. Melalui jalur sentral, lirik yang menggunakan bahasa sederhana dan dekat dengan pengalaman sehari-hari mendorong umat untuk merefleksikan makna yang terkandung. Kalimat "Bumi Rumah Kita Bersama" menjadi bagian yang paling banyak diingat oleh informan dan berhasil menghubungkan pesan ekologis dengan spiritualitas umat.

Melalui jalur periferan, lagu menghasilkan respons emosional yang cukup kuat. Informan Binayu merasa lagu tersebut seperti menyindir orang-orang yang tidak peduli terhadap lingkungan, sedangkan Wahyu menyatakan bahwa lagu mampu mengingatkan hal-hal kecil dengan cara yang tidak terasa menggurui. Frekuensi paparan dalam situasi ibadah menjadi faktor situasional yang memperkuat efektivitas lagu sebagai media persuasi pastoral.

### **Konstruksi Makna Pesan Persuasif tentang Pertobatan Ekologis**

Konstruksi makna yang terbentuk pada umat memandang pertobatan ekologis sebagai wujud tanggung jawab iman yang diwujudkan melalui tindakan nyata dalam kehidupan sehari-hari. Dimensi kognitif tampak dari kemampuan umat memahami isu kerusakan lingkungan dan

menghubungkannya dengan ajaran iman Gereja. Dimensi afektif terlihat melalui munculnya rasa prihatin, tersentuh, atau peduli terhadap kondisi lingkungan setelah menerima pesan pastoral. Dimensi konatif tampak melalui perubahan perilaku nyata, seperti mengurangi penggunaan plastik, membawa tumbler, memilah sampah, menanam tanaman, menghemat listrik dan air, serta mengajak orang lain untuk menjaga lingkungan.

Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa kedua jalur ELM tidak bekerja secara terpisah, melainkan saling melengkapi. Jalur periferan melalui lagu dan banner memperkuat jalur sentral yang dikembangkan melalui Surat Gembala. Kelima dari enam informan mengurutkan media yang paling berpengaruh sebagai berikut: Surat Gembala di posisi pertama, Mars/Lagu di posisi kedua, dan Banner di posisi ketiga, mengindikasikan bahwa pesan yang kaya argumen dan berbasis fakta lebih efektif mendorong elaborasi mendalam.

## **5. KESIMPULAN DAN SARAN**

Penelitian ini menyimpulkan bahwa umat Paroki Bekasi Utara Gereja Santa Clara memproses pesan persuasif tentang pertobatan ekologis melalui kombinasi jalur sentral dan jalur periferan dalam perspektif Elaboration Likelihood Model. Surat Gembala menjadi media yang paling efektif dalam mendorong elaborasi mendalam karena mengandung data empiris, argumen teologis, dan ajakan aksi nyata yang relevan dengan kehidupan umat. Mars Keutuhan Alam Ciptaan unggul dalam hal ketahanan pesan melalui pengulangan dan daya tarik emosional. Banner berfungsi sebagai media pengingat visual yang memperkuat pesan yang telah diterima melalui media lainnya.

Konstruksi makna yang terbentuk pada umat memandang pertobatan ekologis sebagai tanggung jawab iman yang bersifat kognitif, afektif, sekaligus konatif. Komunikasi pastoral yang mengintegrasikan ketiga dimensi ini terbukti mampu mendorong perubahan kesadaran dan perilaku umat secara berkelanjutan. Sebagai saran, Gereja disarankan untuk terus memperkuat komunikasi pastoral berbasis data dan fakta yang kontekstual, memanfaatkan media digital untuk memperluas jangkauan pesan, menyebarkan Surat Gembala dalam format digital agar dapat dipelajari umat secara mandiri, serta mendorong terbentuknya komunitas-komunitas kecil yang bergerak bersama dalam aksi ekologis nyata. Penelitian lanjutan dapat mengkaji efektivitas komunikasi pastoral ekologis pada kelompok usia dan demografi yang lebih beragam.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Yesica Yuliani Clara, S.I.Kom., M.I.Kom. selaku dosen pembimbing, serta Ibu Anis Hamidati, Ph.D. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bunda Mulia. Terima kasih juga kepada seluruh informan penelitian: Mas Wahyu, Ka Binayu, Ka Elsa, Mba Yela, Mas Dimas, dan Mas Timo, atas kesediaan dan kejujuran dalam berbagi pengalaman. Artikel ini merupakan bagian dari skripsi penulis yang berjudul "Konstruksi Makna Pesan Persuasif tentang Pertobatan Ekologis melalui Media Komunikasi Pastoral Gereja Santa Clara" yang diajukan di Universitas Bunda Mulia, 2026.

## DAFTAR REFERENSI

- Akin, M. A., Rahman, U., & Ondeng, S. (2026). Memahami konsep dasar penelitian kualitatif. *TEACHING: Jurnal Inovasi Keguruan dan Ilmu Pendidikan*, 6(1). <https://doi.org/10.51878/teaching.v6i1.8850>
- Carter, N., Bryant-Lukosius, D., Dicenso, A., Blythe, J., & Neville, A. J. (2014). The use of triangulation in qualitative research. *Oncology Nursing Forum*, 41(5), 545–547. <https://doi.org/10.1188/14.ONF.545-547>
- Chand, S. P. (2025). Methods of data collection in qualitative research: Interviews, focus groups, observations, and document analysis. *Advances in Educational Research and Evaluation*, 6(1). <https://doi.org/10.25082/aere.2025.01.001>
- Diah Retno Ningsih. (2025). Strategi komunikasi persuasif pada konten self-development di akun Instagram @ananzaprili. *Dialogika: Jurnal Penelitian Komunikasi dan Sosialisasi*, 1(2). <https://doi.org/10.62383/dialogika.v1i2.288>
- Dorkas Me, D., Suhadi, & Purwonugroho, D. P. (2025). Konstruksi teologis tentang tanggung jawab ekologis dalam pembacaan Kejadian 1:26–28. *EPIGRAPHE: Jurnal Teologi dan Pelayanan Kristiani*, 9(1). <https://doi.org/10.33991/epigraphe.v9i1.534>
- Dyikuk, J. J. (2022). Pastoral communication in the local church in Nigeria: From planning to execution. *African Social Science and Humanities Journal*, 3(2). <https://doi.org/10.57040/asshj.v3i2.179>
- Fitri, A. N., & Muhajarah, K. (2022). Pengaplikasian elaboration likelihood model dalam strategi komunikasi kampanye “Ingat Pesan Ibu.” *Jurnal Komunikasi*, 15(2). <https://doi.org/10.21107/ilkom.v15i2.11471>
- Heryanto, H., & Utami, A. B. (2022). Komunikasi persuasif penggalangan dana Kitabisa. *Konvergensi: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 3(1), 177–189. <https://doi.org/10.51353/kvg.v3i1.608>
- Hidayat, O., & Solihah, N. (2021). Implementasi elaboration likelihood model dalam iklan kampanye Pilpres Jokowi–Ma’ruf 2019. *Jurnal Komunika Islamika*, 8(2). <https://doi.org/10.37064/jki.v8i2.10725>
- Ilham, M. I. (2021). Economic development and environmental degradation in Indonesia: Panel data analysis. *Jurnal Ekonomi & Studi Pembangunan*, 22(2). <https://doi.org/10.18196/jesp.v22i2.7629>



- Imani, R. R., Subandi, Z. E., & Rachmad, T. H. (2025). Enhancing emergency response through internal communication: DKI Jakarta Fire and Rescue Department study. *Jurnal Spektrum Komunikasi*, 13, 392–401.
- Jimmy, A., Andriyanto, Y. D., & Sawo, E. S. (2023). Ecological reconciliation: Laudato Si' ecological conversion as a framework for sustainable development of IKN Nusantara. *Informatika dan Sains*, 13(3).
- KAROLINE, R., Sunarto, S., Jamalullail, J., & Ariani, N. (2023). Elaboration likelihood model as interpersonal communication in persuading consumers in the era of disruption. *International Journal of Environmental, Sustainability, and Social Science*, 4(4). <https://doi.org/10.38142/ijesss.v4i4.657>
- Kho, G. R. M., Rachmad, T. H., & Sasongko, Y. P. D. (2025). Analysis of Instagram use cultivates a show-off culture trend that contributes to mental disorders. *Jurnal The Messenger*, 17(2). <https://doi.org/10.26623/themessenger.v17i2.8297>
- Knežević, M. (2024). Differences in the efficiency of cognitive control across young adulthood: An ERP perspective. *Brain Sciences*, 14(4). <https://doi.org/10.3390/brainsci14040347>
- Kumar, S., Prakash, G., Gupta, B., & Cappiello, G. (2023). How e-WOM influences consumers' purchase intention toward private label brands. *Technological Forecasting and Social Change*, 187. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.122199>
- Kusumawardhani, H. A., Susilowati, I., Hadiyanto, & Melati, F. C. (2022). Analysis of environmental degradation in Indonesia. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 17(6). <https://doi.org/10.18280/ijstdp.170605>
- Luthfiyah, S., & Sari, E. A. (2025). Strategi komunikasi persuasif untuk meningkatkan brand image media sosial. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 10(8). <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v10i8.61542>
- Marlene, & Kho, G. R. M. (2024). Echoes of allegiance: Analisis framing berita keberpihakan Jokowi oleh Tempo dan VIVA Group. *Mediakom: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(2). <https://doi.org/10.35760/mkm.2024.v8i2.13385>
- Maru, T. P. M., Silan, K., & Lengkey, S. (2024). Pertobatan ekologis dalam terang ensiklik Laudato Si'. *Pineleng Theological Review*, 1(1), 1–12. <https://doi.org/10.53396/pthr.v1i1.195>
- Mirawati, I. (2021). Pemanfaatan teori komunikasi persuasif pada penelitian e-commerce di era digital. *Medium*, 9(1). [https://doi.org/10.25299/medium.2021.vol9\(1\).7443](https://doi.org/10.25299/medium.2021.vol9(1).7443)
- Moradi, M., & Zihagh, F. (2022). A meta-analysis of the elaboration likelihood model. *International Journal of Consumer Studies*, 46(5). <https://doi.org/10.1111/ijcs.12814>
- Morris, J. D., Woo, C., & Singh, A. J. (2005). Elaboration likelihood model: A missing intrinsic emotional implication. *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing*, 14(1), 79–98. <https://doi.org/10.1057/palgrave.jt.5740171>
- Nabila Ratu Lintang, Fifi Hasmawati, & Manalullaili. (2025). Komunikasi persuasif dalam pendampingan verifikasi produk halal. *Interaction Communication Studies Journal*, 2(1). <https://doi.org/10.47134/interaction.v2i1.4409>
- Naeem, M., Ozuem, W., Howell, K., & Ranfagni, S. (2023). Thematic analysis in qualitative research. *International Journal of Qualitative Methods*, 22. <https://doi.org/10.1177/16094069231205789>

- Narwaya, T. G., & Lestari, R. D. (2024). Vaksinasi dan digitalisasi komunikasi kesehatan. *Jurnal Komunikatif*, 13(1). <https://doi.org/10.33508/jk.v13i1.5432>
- Oranga, J., & Matere, A. (2023). Qualitative research: Essence, types and advantages. *OALib*, 10(12). <https://doi.org/10.4236/oalib.1111001>
- Pardede, H. (2024). Ecotheological study of Genesis 1:28. *Jurnal Excelsis Deo: Jurnal Teologi*, 8(1).
- Permata, D. H., Mahadi Maya, E. M., Poerwaningtias, I., & Iswandariwati, M. A. (2024). Komunikasi persuasi melalui media sosial Instagram. *Jurnal Communio*, 14(1).
- Pondaag, S. V. (2020). Liturgi dan keutuhan ciptaan. *Media: Jurnal Filsafat dan Teologi*, 1(1). <https://doi.org/10.53396/media.v1i1.3>
- Pratiwi, W. D., Sofiawati, S., Dopo, E. A., Khairunnisa, F., & Rahmadhan, I. A. (2025). Peranan komunikasi persuasif dalam strategi komunikasi pemasaran PT Citra Karsa Dinamika. *KOMUNIKATA57*, 6(1). <https://doi.org/10.55122/kom57.v6i1.1863>
- Putri, C. N. D., Wahid, A. G. A., & Irwansyah, I. (2021). Penerimaan pesan persuasif dari perspektif elaboration likelihood model: Iklan layanan masyarakat himbauan berhenti merokok. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 5(2). <https://doi.org/10.51544/jlmk.v5i2.1673>
- Qomaruddin, Q., & Sa'diyah, H. (2024). Kajian teoritis tentang teknik analisis data dalam penelitian kualitatif: Perspektif Spradley, Miles dan Huberman. *Journal of Management, Accounting, and Administration*, 1(2). <https://doi.org/10.52620/jomaa.v1i2.93>
- Rachel Humayra, & Albina, M. (2025). Model-model penelitian kualitatif. *Jurnal Nakula: Pusat Ilmu Pendidikan, Bahasa dan Ilmu Sosial*, 3(5). <https://doi.org/10.61132/nakula.v3i5.2204>
- Ramadona Wijaya, F., Lubis, F. A. R., Siregar, M. N. S., & Batubara, A. A. F. (2025). Sumber data, subjek penelitian, dan isu terkait. *Jurnal Edukatif*, 3(2).
- Saputra, Y. C. K. (2024). Mengintegrasikan katekese, pastoral, dan tindakan sosial: Model pendampingan katekis untuk menciptakan transformasi umat. *Sapa: Jurnal Kateketik dan Pastoral*, 9(2), 156–173. <https://doi.org/10.53544/sapa.v9i2.649>
- Saraswati, H. D., & Afifi, S. (2022). Strategi komunikasi pemasaran pariwisata di masa pandemi Covid-19. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 12(2). <https://doi.org/10.35814/coverage.v12i2.2743>
- Satria, S., Hayong, B. S., & Camnahas, A. (2024). Pertobatan ekologis menurut ensiklik Laudato Si dalam menanggapi pelanggaran martabat alam dinamis dan metaforis di Kabupaten Nunukan, Kalimantan Utara. *Akhlak: Jurnal Pendidikan Agama Islam dan Filsafat*, 1(4). <https://doi.org/10.61132/akhlak.v1i4.109>
- Septyana, V. (2021). Media dan konstruksi realitas (analisis framing pemberitaan kedatangan IShowSpeed ke Indonesia pada portal berita Okezone dan Medcom). *IKRAITH-HUMANIORA*, 32(3).
- Setiawan, T., Marini, & Salas, H. J. (2024). Strategi komunikasi persuasif mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Kotabumi dalam mempromosikan program studi melalui media sosial. *Komsospol*, 2(1). <https://doi.org/10.47637/komsospol.v2i1.1107>

- Simbolon, Simarmata, Barus, Sihalohe, Sefin, & Baskoro. (2025). Strategi komunikasi pedagang durian Ucok: Analisis elaboration likelihood model. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 8(2).
- Simon, S. (2021). Peranan pendidikan agama Kristen menangani masalah ekologi. *EDULEAD: Journal of Christian Education and Leadership*, 2(1), 17–35. <https://doi.org/10.47530/edulead.v2i1.60>
- Siregar, N., Nursyamsi, S. E., & Junengsih, J. (2022). Teknik komunikasi persuasif pengurus KABASA dalam mengajak anak jalanan untuk belajar. *Ikon: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 27(3). <https://doi.org/10.37817/ikon.v27i3.2622>
- Siregar, S. W., & Hasbi. (2025). Environmental sustainability in Indonesia: The impact of Islamic financial development, economic growth, poverty, population on environmental quality. *Journal of Islamic Economic and Business Research*, 5(1). <https://doi.org/10.18196/jiebr.v5i1.346>
- Syamsiyah, S., Suhariyanto, & Fitriyanti, A. (2024). Kontekstualitas elaboration likelihood model pada model komunikasi gerakan santri menulis. *Komuniti: Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi*, 16(1). <https://doi.org/10.23917/komuniti.v16i1.3116>
- Tobing, R. S. L., & Fajariyanto, T. C. (2025). The implementation of norms for liturgical songs and musical instruments by Catholic youth in the St. Raphael. *International Journal of Christian Education and Philosophical Inquiry*.
- Van Ijzendoorn, M. H., & Miedema, S. (2025). The quality of qualitative research. *Medical Humanities*, 51(2). <https://doi.org/10.1136/medhum-2024-012990>
- Wardani, A., Hermelia, R., Marianita, A., & Sarmauli, S. (2025). Refleksi teologis menggunakan lingkaran pastoral dalam pendidikan Kristen. *Damai: Jurnal Pendidikan Agama Kristen dan Filsafat*, 2(2), 55–65.
- Witharja, H. H., Kurniawati, N. K., & Gumelar, R. G. (2024). Analisis elaboration likelihood model dalam strategi kampanye pemilihan umum Presiden 2024 pada media sosial TikTok. *Jurnal Riset Komunikasi Terapan*, 2(1). <https://doi.org/10.62870/jkrt.v2i01.23697>
- Yanuardi, A., & Wibowo, H. (2025). Menjadi manusia yubileum: Belajar dari surat gembala tahun yubileum 2025 bagi umat Katolik Keuskupan Surabaya. *Denninger Archive*. <https://www.totustuustools.net/denzinger/b8antiqu.htm>
- Yovita, T., Sari, C., & colleagues. (2025). Digitalisasi iman: Strategi katekese kontekstual di era digital. *ARJPK*, 9(2), 1–15. <https://doi.org/10.53949/arjpk.v9i2.55>