



# MENYUARAKAN BUMI

*KOMUNIKASI LINGKUNGAN UNTUK  
SEKARANG DAN MASA DEPAN*



**Azizul Rahman, S.I.Kom., M.I.Kom.**  
**Dr. Herlina Agustin, S.Sos., M.T.**

**MENYUARAKAN BUMI:  
KOMUNIKASI LINGKUNGAN UNTUK SEKARANG  
DAN MASA DEPAN**

Azizul Rahman, S.I.Kom.,M.I.Kom  
Dr. Herlina Agustin, S.Sos.,M.T



**MENYUARAKAN BUMI:  
KOMUNIKASI LINGKUNGAN UNTUK SEKARANG  
DAN MASA DEPAN**

Penulis:

Azizul Rahman, S.I.Kom.,M.I.Kom  
Dr. Herlina Agustin, S.Sos.,M.T

Editor:

Atef Fahrudin, S.I.Kom., M.I.Kom.  
Galang Ikhwan Aji Sabda, M.I.Kom

Layouter :

Tim Kreatif PRCI

Cover:

Azizul Rahman, S.I.Kom.,M.I.Kom

Cetakan Pertama : Februari 2025

Hak Cipta 2025, pada Penulis. Diterbitkan pertama kali oleh:

**Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia  
ANGGOTA IKAPI JAWA BARAT**

Pondok Karisma Residence Jalan Raflesia VI D.151  
Panglayungan, Cipedes Tasikmalaya – 085223186009

Website : [www.rcipress.rcipublisher.org](http://www.rcipress.rcipublisher.org)

E-mail : [rumahcemerlangindonesia@gmail.com](mailto:rumahcemerlangindonesia@gmail.com)

Copyright © 2024 by Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia

All Right Reserved

- Cet. I – : Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia, 2025  
; 15,5 x 23 cm

ISBN 978-634-7091-82-6

Hak cipta dilindungi undang-undang

Dilarang memperbanyak buku ini dalam bentuk dan dengan  
cara apapun tanpa izin tertulis dari penulis dan penerbit

Undang-undang No.19 Tahun 2002 Tentang

**Hak Cipta Pasal 72**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga buku dengan judul "*Menyuarakan Bumi: Komunikasi Lingkungan Untuk Sekarang dan Masa Depan*" ini dapat diselesaikan dengan baik. Buku ini disusun khususnya untuk mata kuliah Komunikasi Lingkungan, serta bagi para akademisi, praktisi, dan masyarakat yang memiliki minat dalam bidang komunikasi dan isu-isu lingkungan.

Dalam beberapa dekade terakhir, isu lingkungan telah menjadi perhatian global yang semakin penting. Perubahan iklim, polusi, kehilangan keanekaragaman hayati, serta tantangan pengelolaan limbah adalah masalah yang tidak hanya membutuhkan solusi teknis, tetapi juga pendekatan komunikasi yang efektif. Komunikasi lingkungan berperan penting dalam membangun kesadaran, mengubah perilaku masyarakat, serta mendorong partisipasi aktif dalam upaya konservasi dan keberlanjutan.

Buku ini disusun dalam sepuluh bab yang mencakup berbagai topik kunci dalam komunikasi lingkungan. Penyusunan buku ini tidak terlepas dari dukungan berbagai pihak. Kami mengucapkan terima kasih kepada para peneliti, akademisi, dan praktisi yang telah memberikan kontribusi pemikiran melalui karya ilmiah yang menjadi sumber referensi dalam buku ini.

Kami menyadari bahwa buku ini masih memiliki kekurangan, dan kami terbuka untuk menerima kritik serta masukan yang konstruktif untuk penyempurnaan di masa mendatang. Semoga buku ini dapat memberikan manfaat dan menjadi salah satu upaya kecil dalam mendukung terciptanya masyarakat yang lebih peduli lingkungan serta berperan aktif dalam menjaga keberlanjutan bumi kita tercinta.

Bandung, Januari 2025

**Penulis**

## DAFTAR ISI

|                                                                        |           |
|------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>BAB 1 KOMUNIKASI LINGKUNGAN .....</b>                               | <b>8</b>  |
| 1.1. Definisi dan Konsep Dasar Komunikasi Lingkungan .....             | 8         |
| 1.2. Peran dan Pentingnya Komunikasi Lingkungan .....                  | 11        |
| 1.3. Sejarah Perkembangan Komunikasi Lingkungan .....                  | 15        |
| 1.4. Perspektif Ilmu Komunikasi dalam Isu Lingkungan.....              | 18        |
| 1.5. Tantangan dan Peluang Komunikasi Lingkungan di Indonesia          | 21        |
| <b>BAB 2 ISU LINGKUNGAN DAN TANTANGAN GLOBAL.....</b>                  | <b>26</b> |
| 2.1. Perubahan Iklim dan Dampaknya.....                                | 26        |
| 2.2. Kehilangan Keanekaragaman Hayati .....                            | 30        |
| 2.3. Polusi dan Krisis Limbah .....                                    | 33        |
| 2.4. Kelangkaan Sumber Daya Alam .....                                 | 36        |
| 2.5. Kebijakan dan Hukum Lingkungan di Tingkat Global.....             | 40        |
| <b>BAB 3 TEORI DAN MODEL KOMUNIKASI LINGKUNGAN .....</b>               | <b>44</b> |
| 3.1. Teori Agenda Setting dalam Isu Lingkungan .....                   | 44        |
| 3.2. Model Komunikasi Risiko dan Krisis Lingkungan .....               | 47        |
| 3.3. Teori Behavior Change dalam Kampanye Lingkungan .....             | 51        |
| 3.4. Model Public Sphere dan Partisipasi Publik .....                  | 54        |
| 3.5. Pendekatan Multi-Stakeholder dalam Komunikasi Lingkungan<br>..... | 57        |
| <b>BAB 4 MEDIA DAN KOMUNIKASI LINGKUNGAN.....</b>                      | <b>62</b> |
| 4.1. Peran Media Massa dalam Penyebaran Informasi Lingkungan<br>.....  | 62        |
| 4.2. Media Sosial sebagai Alat Kampanye Lingkungan .....               | 66        |
| 4.3. Greenwashing dan Etika dalam Media Lingkungan.....                | 69        |
| 4.4. Narasi Lingkungan dalam Film dan Dokumenter.....                  | 73        |
| 4.5. Jurnalisme Lingkungan dan Tantangannya .....                      | 77        |

|                                                                       |            |
|-----------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>BAB 5 KOMUNIKASI LINGKUNGAN DI KOMUNITAS LOKAL .....</b>           | <b>81</b>  |
| 5.1. Pemberdayaan Masyarakat Lokal dalam Isu Lingkungan .....         | 81         |
| 5.2. Komunikasi Tradisional dan Budaya Lokal dalam Konservasi ..      | 85         |
| 5.3. Studi Kasus: Kampung Iklim di Indonesia .....                    | 88         |
| 5.4. Pendekatan Partisipatif dalam Komunikasi Lingkungan .....        | 91         |
| 5.5. Peran LSM dan Komunitas dalam Advokasi Lingkungan .....          | 95         |
| <b>BAB 6 KOMUNIKASI KRISIS DAN BENCANA LINGKUNGAN .....</b>           | <b>99</b>  |
| 6.1. Pengertian dan Karakteristik Krisis Lingkungan .....             | 99         |
| 6.2. Strategi Komunikasi dalam Penanganan<br>Bencana Lingkungan ..... | 103        |
| 6.3. Studi Kasus: Komunikasi Krisis dalam Bencana Asap .....          | 106        |
| 6.4. Tantangan dalam Mengelola Informasi Bencana .....                | 110        |
| 6.5. Peran Pemerintah dan Media dalam Komunikasi Krisis .....         | 113        |
| <b>BAB 7 KAMPANYE LINGKUNGAN DAN STRATEGI KOMUNIKASI.....</b>         | <b>118</b> |
| 7.1. Merancang Kampanye Lingkungan yang Efektif .....                 | 118        |
| 7.2. Pesan Lingkungan yang Persuasif .....                            | 122        |
| 7.3. Pemilihan Media dalam Kampanye Lingkungan .....                  | 126        |
| 7.4. Studi Kasus Kampanye Lingkungan Global dan Lokal .....           | 129        |
| 7.5. Evaluasi Keberhasilan Kampanye Lingkungan .....                  | 133        |
| <b>BAB 8 KOMUNIKASI LINGKUNGAN DAN PERUBAHAN PERILAKU ..</b>          | <b>138</b> |
| 8.1. Faktor Psikologis dalam Perubahan Perilaku Lingkungan .....      | 138        |
| 8.2. Teori Perubahan Perilaku dalam Konteks Lingkungan .....          | 142        |
| 8.3. Komunikasi Interpersonal dalam Mengubah Perilaku.....            | 146        |
| 8.4. Studi Kasus: Kampanye Zero Waste .....                           | 149        |
| 8.5. Hambatan dan Solusi dalam Perubahan<br>Perilaku Lingkungan ..... | 152        |

|                                                                                      |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>BAB 9 ETIKA DAN KEBERLANJUTAN DALAM KOMUNIKASI LINGKUNGAN .....</b>               | <b>157</b> |
| 9.1. Prinsip Etika dalam Komunikasi Lingkungan.....                                  | 157        |
| 9.2. Keberlanjutan sebagai Nilai Utama dalam Komunikasi .....                        | 161        |
| 9.3. Transparansi dan Akuntabilitas dalam Informasi Lingkungan                       | 164        |
| 9.4. Green Marketing dan Tantangannya .....                                          | 168        |
| 9.5. Studi Kasus: Skandal Greenwashing di Perusahaan Multinasional.....              | 172        |
| <b>BAB 10 MASA DEPAN KOMUNIKASI LINGKUNGAN .....</b>                                 | <b>176</b> |
| 10.1. Tren Baru dalam Komunikasi Lingkungan.....                                     | 176        |
| 10.2. Teknologi Digital dan Komunikasi Lingkungan.....                               | 180        |
| 10.3. Pendidikan Lingkungan dan Generasi Muda .....                                  | 184        |
| 10.4. Kolaborasi Global untuk Isu Lingkungan.....                                    | 188        |
| 10.5. Rekomendasi untuk Praktisi dan Akademisi di Bidang Komunikasi Lingkungan ..... | 191        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>                                                           | <b>196</b> |

## BAB 1

### KOMUNIKASI LINGKUNGAN



#### 1.1. Definisi dan Konsep Dasar Komunikasi Lingkungan

Komunikasi lingkungan adalah proses penyampaian pesan yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran, membangun pemahaman, serta mendorong perubahan perilaku individu dan masyarakat dalam menghadapi tantangan-tantangan lingkungan. Dalam konteks akademik, komunikasi lingkungan mencakup beragam upaya untuk memperkenalkan isu-isu lingkungan ke dalam ruang publik melalui media massa, media sosial, komunikasi interpersonal, serta kampanye dan edukasi lingkungan. Istilah ini berkembang seiring dengan meningkatnya perhatian global terhadap krisis lingkungan yang mencakup isu-isu seperti perubahan iklim, polusi, deforestasi, dan penurunan keanekaragaman hayati (Cox, 2013). Komunikasi lingkungan bukan hanya sekadar menyampaikan informasi tentang kondisi lingkungan, tetapi juga berfungsi untuk

memengaruhi pola pikir dan perilaku masyarakat agar lebih peduli terhadap isu-isu keberlanjutan dan kelestarian lingkungan.

Definisi komunikasi lingkungan berkembang sejalan dengan perkembangan paradigma komunikasi dalam masyarakat. Menurut definisi yang dikemukakan oleh Cox (2013) dalam bukunya *Environmental Communication and the Public Sphere*, komunikasi lingkungan adalah upaya untuk menghubungkan masyarakat dengan realitas lingkungan melalui penyampaian informasi yang akurat dan relevan, dengan tujuan membentuk opini publik yang lebih proaktif terhadap pelestarian lingkungan. Sementara itu, Pearce et al. (2018) dalam jurnal *Environmental Communication* menegaskan bahwa komunikasi lingkungan tidak hanya mencakup penyebaran informasi tentang isu-isu ekologi, tetapi juga melibatkan strategi komunikasi persuasif untuk memengaruhi tindakan individu dan kebijakan publik. Perspektif ini menyoroti pentingnya pemilihan bahasa, framing pesan, dan penggunaan narasi yang efektif untuk mencapai dampak komunikasi yang lebih luas.

Dalam perkembangannya, komunikasi lingkungan menjadi bagian penting dalam berbagai gerakan sosial yang memperjuangkan keberlanjutan dan perlindungan ekosistem. Komunikasi lingkungan tidak hanya terbatas pada aktivitas komunikasi di tingkat masyarakat, tetapi juga melibatkan komunikasi dalam ruang lingkup kebijakan pemerintah, sektor swasta, dan organisasi non-pemerintah. Sebagai contoh, kampanye yang dilakukan oleh aktivis lingkungan sering kali menggunakan strategi komunikasi yang menggabungkan fakta ilmiah dengan narasi emosional untuk membangkitkan kesadaran masyarakat. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Schäfer dan Schlichting (2014), efektivitas komunikasi lingkungan sangat bergantung pada cara pesan dikemas dan disampaikan. Mereka menekankan pentingnya menyesuaikan pesan komunikasi dengan audiens yang berbeda untuk memastikan bahwa pesan tersebut dapat dipahami dan diinternalisasi dengan baik.

Konsep dasar komunikasi lingkungan dapat dilihat melalui tiga dimensi utama, yaitu komunikasi untuk menyampaikan informasi lingkungan, komunikasi untuk mempengaruhi perilaku pro-lingkungan, dan komunikasi untuk menciptakan dialog yang mendukung partisipasi masyarakat dalam pengambilan keputusan lingkungan. Dimensi pertama, yaitu komunikasi untuk menyampaikan informasi lingkungan, berfokus pada upaya untuk memberikan

pemahaman kepada masyarakat tentang isu-isu lingkungan yang terjadi di sekitar mereka. Dimensi kedua, yaitu komunikasi untuk mempengaruhi perilaku pro-lingkungan, menekankan pentingnya membangun kesadaran individu untuk mengambil tindakan nyata yang mendukung kelestarian lingkungan. Dimensi ketiga, yaitu komunikasi sebagai dialog partisipatif, menyoroti peran komunikasi dalam menciptakan ruang diskusi yang memungkinkan masyarakat untuk terlibat aktif dalam pengambilan keputusan terkait kebijakan lingkungan (Nisbet, 2009).

Dalam konteks Indonesia, komunikasi lingkungan memiliki tantangan tersendiri karena beragamnya latar belakang sosial, budaya, dan bahasa masyarakat. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Lubis (2020) dalam jurnal *Jurnal Komunikasi*, salah satu tantangan utama dalam komunikasi lingkungan di Indonesia adalah rendahnya tingkat literasi lingkungan di kalangan masyarakat. Lubis menegaskan bahwa komunikasi lingkungan harus dilakukan dengan pendekatan yang kontekstual dan mempertimbangkan karakteristik lokal masyarakat agar pesan-pesan lingkungan dapat diterima dengan baik. Sebagai contoh, kampanye lingkungan di daerah pedesaan mungkin lebih efektif jika menggunakan media tradisional seperti seni pertunjukan atau cerita rakyat, sementara di perkotaan, media digital dan media sosial dapat menjadi sarana yang lebih efektif.

Pentingnya komunikasi lingkungan juga didorong oleh meningkatnya kebutuhan untuk mengatasi tantangan global seperti perubahan iklim. Menurut laporan *Intergovernmental Panel on Climate Change* (IPCC), salah satu faktor utama yang memperparah perubahan iklim adalah kurangnya pemahaman masyarakat tentang dampak aktivitas manusia terhadap lingkungan. Oleh karena itu, komunikasi lingkungan berperan penting dalam menyampaikan informasi ilmiah yang kompleks kepada masyarakat umum dengan cara yang mudah dipahami. Selain itu, komunikasi lingkungan juga berfungsi untuk memperkuat komitmen individu dan kolektif dalam mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan.

Selain memberikan pemahaman tentang isu-isu lingkungan, komunikasi lingkungan juga bertujuan untuk membangun kesadaran kritis di kalangan masyarakat. Kesadaran kritis ini diperlukan agar masyarakat tidak hanya memahami masalah lingkungan, tetapi juga mampu mengevaluasi kebijakan dan praktik yang dapat berdampak

negatif terhadap lingkungan. Dalam hal ini, teori komunikasi kritis yang dikembangkan oleh Habermas (1989) sangat relevan untuk diterapkan dalam komunikasi lingkungan. Menurut Habermas, komunikasi yang ideal harus bersifat partisipatif dan inklusif, sehingga semua pihak yang terlibat dapat menyampaikan pendapat mereka dan berkontribusi dalam pengambilan keputusan yang berdampak pada lingkungan.

Secara praktis, komunikasi lingkungan dapat dilakukan melalui berbagai saluran komunikasi, baik tradisional maupun modern. Saluran tradisional seperti media cetak, radio, dan televisi masih memainkan peran penting dalam menyebarkan pesan-pesan lingkungan di banyak negara. Namun, dengan perkembangan teknologi digital, komunikasi lingkungan kini semakin banyak dilakukan melalui media sosial, blog, vlog, dan platform digital lainnya. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Ahmad (2021) dalam jurnal *Asian Journal of Media and Communication*, penggunaan media sosial dalam kampanye lingkungan dapat meningkatkan partisipasi masyarakat, terutama generasi muda. Ahmad menegaskan bahwa media sosial memungkinkan pesan-pesan lingkungan menyebar dengan cepat dan menciptakan efek viral yang dapat meningkatkan kesadaran publik tentang isu-isu lingkungan.

Sebagai kesimpulan, komunikasi lingkungan merupakan bidang yang sangat penting dalam upaya menjaga keberlanjutan lingkungan. Dengan menyampaikan pesan-pesan yang efektif dan relevan, komunikasi lingkungan dapat memengaruhi cara berpikir dan bertindak masyarakat terhadap isu-isu lingkungan. Namun, keberhasilan komunikasi lingkungan sangat bergantung pada kemampuan komunikator dalam memahami audiens dan menyesuaikan pesan dengan konteks sosial dan budaya yang berlaku. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan yang holistik dan strategis dalam merancang program komunikasi lingkungan agar pesan yang disampaikan dapat mencapai tujuan yang diinginkan.

## **1.2. Peran dan Pentingnya Komunikasi Lingkungan**

Komunikasi lingkungan memainkan peranan yang sangat penting dalam upaya menjaga dan melestarikan lingkungan hidup di tengah krisis ekologi global yang semakin mengkhawatirkan. Komunikasi lingkungan tidak hanya sekadar menyampaikan informasi tentang isu-isu lingkungan, tetapi juga bertujuan untuk mengedukasi

masyarakat, membangun kesadaran kolektif, serta mendorong perubahan perilaku yang berkelanjutan. Dalam konteks ini, komunikasi lingkungan menjadi salah satu elemen kunci dalam mengatasi tantangan global seperti perubahan iklim, polusi udara dan air, deforestasi, hilangnya keanekaragaman hayati, serta berbagai bentuk kerusakan lingkungan lainnya. Menurut Cox (2013), komunikasi lingkungan adalah sarana penting dalam membangun pemahaman publik tentang isu-isu lingkungan dan mendorong keterlibatan masyarakat dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan kebijakan lingkungan. Proses komunikasi ini melibatkan berbagai aktor, termasuk pemerintah, organisasi non-pemerintah (NGO), media massa, akademisi, hingga masyarakat umum yang bersama-sama bekerja untuk menyampaikan pesan lingkungan yang efektif dan relevan. Oleh karena itu, komunikasi lingkungan memiliki peran strategis dalam menciptakan ekosistem sosial yang lebih peduli terhadap pelestarian lingkungan serta memperkuat keterlibatan publik dalam berbagai upaya mitigasi dan adaptasi terhadap dampak perubahan iklim.

Salah satu peran utama komunikasi lingkungan adalah membangun kesadaran masyarakat terhadap isu-isu lingkungan yang mendesak. Banyak masyarakat yang masih kurang memahami dampak aktivitas manusia terhadap lingkungan, terutama dalam konteks perubahan iklim dan krisis ekologi. Komunikasi lingkungan bertujuan untuk menyampaikan informasi yang akurat dan relevan tentang masalah-masalah tersebut, sehingga masyarakat dapat lebih memahami hubungan antara aktivitas manusia dengan kerusakan lingkungan. Menurut Schäfer dan Schlichting (2014), media memainkan peran penting dalam membentuk pemahaman publik tentang perubahan iklim dan isu-isu lingkungan lainnya. Media tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga memengaruhi cara pandang masyarakat terhadap masalah lingkungan melalui framing pesan yang digunakan. Dalam hal ini, komunikasi lingkungan harus mampu menghadirkan pesan-pesan yang sederhana, tetapi tetap ilmiah dan dapat diakses oleh berbagai kalangan masyarakat, termasuk mereka yang memiliki literasi lingkungan yang rendah.

Selain itu, komunikasi lingkungan juga berperan dalam mendorong perubahan perilaku masyarakat ke arah yang lebih ramah lingkungan. Perubahan perilaku ini mencakup berbagai aspek, seperti mengurangi penggunaan plastik, menghemat energi, memilih produk

yang berkelanjutan, hingga berpartisipasi dalam kegiatan pelestarian lingkungan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh McKenzie-Mohr (2011) dalam bukunya *Fostering Sustainable Behavior: An Introduction to Community-Based Social Marketing*, salah satu kunci keberhasilan komunikasi lingkungan dalam mengubah perilaku masyarakat adalah dengan menggunakan pendekatan komunikasi yang berbasis komunitas. Pendekatan ini menekankan pentingnya keterlibatan langsung masyarakat dalam kampanye lingkungan dan penggunaan strategi komunikasi yang sesuai dengan konteks lokal. McKenzie-Mohr juga menyoroti pentingnya mengatasi hambatan psikologis dan sosial yang sering kali menghalangi masyarakat untuk melakukan perubahan perilaku yang berkelanjutan. Oleh karena itu, komunikasi lingkungan harus dirancang dengan mempertimbangkan faktor-faktor tersebut agar pesan-pesan yang disampaikan dapat diterima dan diinternalisasi dengan baik oleh masyarakat.

Peran komunikasi lingkungan juga sangat penting dalam membangun partisipasi masyarakat dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan kebijakan lingkungan. Banyak kebijakan lingkungan yang gagal diimplementasikan dengan baik karena kurangnya partisipasi masyarakat dalam proses perumusan dan pelaksanaannya. Dalam hal ini, komunikasi lingkungan berfungsi sebagai jembatan antara pembuat kebijakan dan masyarakat, sehingga masyarakat dapat lebih terlibat aktif dalam proses pengambilan keputusan yang memengaruhi lingkungan hidup mereka. Menurut Habermas (1989) dalam teorinya tentang ruang publik (*public sphere*), komunikasi yang efektif harus bersifat partisipatif dan inklusif, sehingga semua pihak yang berkepentingan dapat menyampaikan pendapat mereka dan berkontribusi dalam proses pengambilan keputusan. Dalam konteks komunikasi lingkungan, prinsip ini sangat relevan, terutama dalam upaya mendorong keterlibatan masyarakat dalam berbagai forum diskusi, konsultasi publik, dan kampanye advokasi lingkungan. Dengan menciptakan ruang publik yang inklusif, komunikasi lingkungan dapat memperkuat demokrasi lingkungan dan memastikan bahwa suara masyarakat terdengar dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan perlindungan lingkungan.

Komunikasi lingkungan juga memiliki peran strategis dalam mempromosikan kebijakan dan praktik keberlanjutan di sektor bisnis dan industri. Banyak perusahaan yang saat ini mulai mengadopsi

praktik bisnis yang lebih ramah lingkungan sebagai bagian dari tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*). Namun, tantangan terbesar adalah bagaimana memastikan bahwa komitmen tersebut tidak hanya menjadi sekadar strategi pemasaran atau *greenwashing*, tetapi benar-benar diimplementasikan secara konsisten dalam operasi bisnis mereka. Dalam hal ini, komunikasi lingkungan berperan penting dalam mempromosikan transparansi dan akuntabilitas perusahaan dalam mengelola dampak lingkungan dari aktivitas mereka. Menurut Ahmad (2021) dalam jurnal *Asian Journal of Media and Communication*, penggunaan media sosial dalam kampanye lingkungan perusahaan dapat meningkatkan transparansi dan memperkuat hubungan perusahaan dengan masyarakat. Ahmad menegaskan bahwa komunikasi yang efektif antara perusahaan dan masyarakat dapat membangun kepercayaan publik terhadap komitmen perusahaan dalam melestarikan lingkungan.

Dalam skala global, komunikasi lingkungan juga berperan penting dalam mengatasi tantangan lintas batas yang berkaitan dengan perubahan iklim dan degradasi lingkungan. Banyak isu lingkungan yang bersifat global dan membutuhkan kerja sama internasional untuk mengatasinya, seperti pemanasan global, pencemaran laut, dan perlindungan keanekaragaman hayati. Komunikasi lingkungan berfungsi untuk menyampaikan informasi ilmiah kepada pemimpin dunia, organisasi internasional, dan masyarakat global tentang urgensi tindakan kolektif untuk mengatasi masalah-masalah tersebut. Dalam hal ini, komunikasi lingkungan harus mampu menghadirkan narasi yang kuat dan menggugah emosi masyarakat, sehingga mereka merasa tergerak untuk ikut berkontribusi dalam upaya pelestarian lingkungan. Menurut Pearce et al. (2018), penggunaan metafora dan narasi yang efektif dalam komunikasi lingkungan dapat memperkuat pesan-pesan lingkungan dan meningkatkan keterlibatan publik dalam isu-isu keberlanjutan.

Sebagai kesimpulan, peran komunikasi lingkungan sangatlah penting dalam menciptakan masyarakat yang lebih sadar dan peduli terhadap isu-isu lingkungan. Komunikasi lingkungan tidak hanya berfungsi untuk menyampaikan informasi, tetapi juga untuk membangun kesadaran kolektif, mendorong perubahan perilaku, memperkuat partisipasi masyarakat dalam pengambilan keputusan, serta mempromosikan transparansi dan akuntabilitas dalam

kebijakan dan praktik keberlanjutan. Dengan komunikasi lingkungan yang efektif, diharapkan masyarakat dapat lebih memahami tantangan lingkungan yang mereka hadapi dan berkontribusi dalam upaya pelestarian lingkungan yang berkelanjutan.

### **1.3. Sejarah Perkembangan Komunikasi Lingkungan**

Komunikasi lingkungan sebagai disiplin ilmu dan praktik telah mengalami perkembangan yang signifikan sejak pertengahan abad ke-20. Perkembangan ini terjadi seiring dengan meningkatnya perhatian terhadap isu-isu lingkungan yang mendesak, seperti polusi, perubahan iklim, deforestasi, dan hilangnya keanekaragaman hayati. Sejarah komunikasi lingkungan dapat ditelusuri dari berbagai gerakan sosial, kebijakan pemerintah, hingga perkembangan media yang mulai memusatkan perhatian pada isu-isu ekologi. Perkembangan ini terjadi dalam beberapa fase penting yang mencakup perubahan paradigma dalam cara masyarakat memandang dan berinteraksi dengan lingkungan. Awalnya, komunikasi lingkungan muncul sebagai bagian dari gerakan lingkungan yang berfokus pada penyebaran informasi mengenai ancaman lingkungan. Namun, seiring berjalannya waktu, komunikasi lingkungan bertransformasi menjadi bidang yang lebih kompleks dan strategis yang bertujuan tidak hanya untuk menyampaikan informasi, tetapi juga memengaruhi perubahan perilaku dan kebijakan publik.

Fase awal komunikasi lingkungan dimulai pada tahun 1960-an ketika muncul berbagai gerakan lingkungan di Amerika Serikat dan Eropa yang memperjuangkan perlindungan lingkungan. Gerakan ini didorong oleh munculnya berbagai laporan ilmiah yang memperingatkan dampak negatif aktivitas manusia terhadap lingkungan. Salah satu tonggak penting dalam sejarah komunikasi lingkungan adalah penerbitan buku *Silent Spring* karya Rachel Carson pada tahun 1962. Buku ini mengungkapkan bahaya penggunaan pestisida terhadap ekosistem dan kesehatan manusia, serta menginspirasi gerakan lingkungan modern. Menurut Cox (2013), *Silent Spring* adalah contoh awal komunikasi lingkungan yang efektif karena berhasil mengubah cara pandang masyarakat terhadap isu lingkungan dan memicu perubahan kebijakan di Amerika Serikat, termasuk pembentukan Badan Perlindungan Lingkungan (Environmental Protection Agency) pada tahun 1970.

Selain itu, dekade 1970-an juga menandai peningkatan perhatian media terhadap isu-isu lingkungan. Media massa mulai meliput berbagai peristiwa lingkungan, seperti tumpahan minyak di lepas pantai Santa Barbara pada tahun 1969 dan peringatan Hari Bumi pertama pada tahun 1970. Menurut Schäfer dan Schlichting (2014), perhatian media terhadap isu-isu lingkungan pada dekade ini memainkan peran penting dalam meningkatkan kesadaran publik tentang krisis lingkungan dan kebutuhan akan tindakan kolektif untuk mengatasi masalah tersebut. Media juga mulai memperkenalkan istilah-istilah seperti "krisis ekologi" dan "keberlanjutan" ke dalam wacana publik, yang kemudian menjadi bagian dari bahasa sehari-hari dalam diskusi tentang lingkungan.

Pada tahun 1980-an, komunikasi lingkungan mulai berkembang menjadi bidang akademik yang lebih terstruktur. Berbagai universitas di Amerika Serikat dan Eropa mulai menawarkan kursus dan program studi yang berfokus pada komunikasi lingkungan. Salah satu perkembangan penting pada dekade ini adalah munculnya jurnal akademik yang secara khusus membahas isu-isu komunikasi lingkungan, seperti *Environmental Communication* dan *Journal of Environmental Communication Research*. Menurut Pearce et al. (2018), perkembangan ini menunjukkan bahwa komunikasi lingkungan tidak lagi dianggap sebagai praktik semata, tetapi juga sebagai bidang kajian yang memerlukan analisis teoritis dan metodologis yang mendalam. Pada periode ini, penelitian tentang komunikasi lingkungan mulai berfokus pada berbagai aspek, termasuk bagaimana media membingkai isu lingkungan, bagaimana pesan lingkungan dipahami oleh audiens, dan bagaimana komunikasi dapat memengaruhi kebijakan publik.

Perkembangan komunikasi lingkungan juga dipengaruhi oleh berbagai konferensi internasional yang membahas isu-isu lingkungan. Salah satu konferensi penting adalah Konferensi Lingkungan Hidup PBB di Stockholm pada tahun 1972, yang menghasilkan Deklarasi Stockholm tentang Lingkungan Hidup Manusia. Deklarasi ini menegaskan pentingnya kesadaran lingkungan global dan mendorong negara-negara untuk meningkatkan komunikasi tentang isu-isu lingkungan kepada masyarakat mereka. Pada tahun 1992, Konferensi PBB tentang Lingkungan dan Pembangunan di Rio de Janeiro, yang juga dikenal sebagai KTT Bumi, semakin memperkuat pentingnya komunikasi lingkungan dalam upaya global untuk

mencapai pembangunan berkelanjutan. Menurut laporan United Nations Environment Programme (UNEP), konferensi ini menekankan pentingnya pendidikan dan kesadaran masyarakat tentang isu-isu lingkungan sebagai bagian dari strategi global untuk melindungi planet.

Pada akhir abad ke-20 dan awal abad ke-21, perkembangan teknologi digital membawa perubahan besar dalam cara komunikasi lingkungan dilakukan. Internet dan media sosial memberikan platform baru bagi aktivis, organisasi non-pemerintah, dan individu untuk menyampaikan pesan lingkungan kepada audiens global. Menurut Ahmad (2021) dalam jurnal *Asian Journal of Media and Communication*, media sosial telah menjadi alat penting dalam kampanye lingkungan karena memungkinkan penyebaran pesan yang cepat dan luas serta menciptakan ruang partisipasi yang lebih inklusif. Ahmad juga menyoroti bahwa media sosial memungkinkan individu untuk berbagi pengalaman pribadi tentang isu-isu lingkungan, yang dapat memperkuat pesan lingkungan melalui efek emosional dan naratif yang lebih kuat.

Namun, perkembangan komunikasi lingkungan juga menghadapi tantangan baru, termasuk munculnya fenomena *greenwashing*, yaitu praktik perusahaan yang mencoba memproyeksikan citra ramah lingkungan tanpa melakukan perubahan signifikan dalam praktik bisnis mereka. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Delmas dan Burbano (2011), *greenwashing* dapat merusak kepercayaan publik terhadap kampanye lingkungan dan mengurangi efektivitas komunikasi lingkungan. Oleh karena itu, komunikasi lingkungan modern harus mengedepankan transparansi, akuntabilitas, dan kejujuran dalam menyampaikan pesan-pesan lingkungan.

Dalam beberapa tahun terakhir, komunikasi lingkungan semakin difokuskan pada isu perubahan iklim. Perubahan iklim telah menjadi salah satu tantangan terbesar bagi umat manusia, dan komunikasi lingkungan memainkan peran penting dalam menyampaikan kompleksitas isu ini kepada masyarakat umum. Menurut Nisbet (2009), salah satu tantangan utama dalam komunikasi perubahan iklim adalah bagaimana menyampaikan informasi ilmiah yang kompleks dengan cara yang dapat dipahami dan diterima oleh masyarakat umum. Nisbet menekankan pentingnya penggunaan narasi, metafora, dan framing yang efektif

dalam komunikasi perubahan iklim untuk meningkatkan keterlibatan publik dan mendorong tindakan kolektif.

Sebagai kesimpulan, sejarah komunikasi lingkungan menunjukkan bahwa bidang ini telah mengalami perkembangan yang signifikan dari waktu ke waktu. Dari gerakan lingkungan awal pada tahun 1960-an hingga era digital saat ini, komunikasi lingkungan telah bertransformasi menjadi bidang yang semakin kompleks dan strategis. Komunikasi lingkungan memainkan peran penting dalam membangun kesadaran publik, mendorong perubahan perilaku, dan memengaruhi kebijakan publik yang mendukung keberlanjutan. Namun, komunikasi lingkungan juga menghadapi tantangan yang terus berkembang, termasuk bagaimana mengatasi disinformasi dan greenwashing serta bagaimana menyampaikan pesan lingkungan yang kompleks dengan cara yang efektif dan inklusif.

#### **1.4. Perspektif Ilmu Komunikasi dalam Isu Lingkungan**

Dalam kajian ilmu komunikasi, isu lingkungan menjadi salah satu fokus yang penting karena berkaitan dengan bagaimana pesan-pesan lingkungan disampaikan, dipahami, dan direspon oleh masyarakat. Perspektif ilmu komunikasi dalam isu lingkungan mencakup berbagai pendekatan teoritis dan praktis yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran, mendorong perubahan perilaku, serta memengaruhi kebijakan yang mendukung pelestarian lingkungan. Ilmu komunikasi memandang isu lingkungan sebagai bagian dari dinamika sosial yang dapat dikomunikasikan melalui berbagai saluran dan strategi komunikasi. Menurut Cox (2013), komunikasi lingkungan bukan sekadar penyampaian informasi ilmiah, tetapi juga melibatkan aspek sosial, politik, budaya, dan ekonomi yang memengaruhi cara masyarakat memandang dan bertindak terhadap isu-isu lingkungan. Oleh karena itu, perspektif ilmu komunikasi dalam isu lingkungan mencakup berbagai teori dan konsep, seperti framing, narasi, komunikasi risiko, komunikasi partisipatif, serta penggunaan media dalam menyampaikan pesan-pesan lingkungan.

Pendekatan teori framing dalam ilmu komunikasi sangat relevan dalam memahami bagaimana isu lingkungan dipresentasikan kepada publik. Framing adalah proses membingkai informasi agar lebih mudah dipahami dan diterima oleh audiens. Dalam konteks isu lingkungan, framing sangat memengaruhi cara masyarakat

memandang masalah-masalah lingkungan dan menentukan respon yang mereka berikan. Misalnya, framing isu perubahan iklim sebagai "krisis global" yang mengancam kehidupan manusia dapat memicu perhatian dan urgensi yang lebih besar dibandingkan jika isu tersebut dipresentasikan sebagai masalah teknis yang hanya relevan bagi para ilmuwan. Menurut Nisbet (2009), penggunaan framing yang efektif dalam komunikasi lingkungan dapat meningkatkan pemahaman publik tentang isu-isu kompleks dan mendorong partisipasi masyarakat dalam upaya mitigasi dan adaptasi terhadap perubahan iklim. Nisbet juga menekankan pentingnya menyesuaikan framing dengan konteks sosial dan budaya audiens agar pesan lingkungan dapat diterima dengan lebih baik.

Selain framing, teori narasi juga memainkan peran penting dalam komunikasi lingkungan. Narasi atau storytelling adalah salah satu cara yang efektif untuk menyampaikan pesan-pesan lingkungan karena dapat membangun koneksi emosional dengan audiens. Dalam ilmu komunikasi, narasi dipandang sebagai alat yang kuat untuk memengaruhi persepsi dan perilaku masyarakat. Menurut Pearce et al. (2018), narasi yang efektif dalam komunikasi lingkungan harus mencakup elemen cerita yang relevan, emosional, dan memotivasi audiens untuk mengambil tindakan. Narasi dapat digunakan untuk menghadirkan pengalaman pribadi, studi kasus, atau kisah inspiratif yang menunjukkan dampak positif dari tindakan pro-lingkungan. Misalnya, kisah komunitas yang berhasil mengurangi polusi air melalui upaya kolektif dapat menginspirasi masyarakat lain untuk melakukan hal serupa. Dalam konteks ini, narasi dapat memperkuat pesan-pesan lingkungan dengan menghadirkan cerita yang menggugah dan mudah diingat oleh audiens.

Komunikasi risiko juga merupakan perspektif penting dalam ilmu komunikasi yang berkaitan dengan isu lingkungan. Komunikasi risiko berfokus pada bagaimana informasi tentang risiko lingkungan, seperti polusi, bencana alam, atau perubahan iklim, disampaikan kepada masyarakat. Salah satu tantangan utama dalam komunikasi risiko adalah bagaimana menyampaikan informasi yang kompleks dan tidak pasti dengan cara yang dapat dipahami dan dipercaya oleh masyarakat. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Fischhoff (1995), komunikasi risiko harus mempertimbangkan persepsi masyarakat tentang risiko, kepercayaan mereka terhadap sumber informasi, serta faktor-faktor sosial dan budaya yang memengaruhi

respon mereka terhadap risiko. Dalam konteks isu lingkungan, komunikasi risiko dapat digunakan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang bahaya polusi udara, risiko kebakaran hutan, atau dampak perubahan iklim, serta mendorong mereka untuk mengambil tindakan pencegahan yang tepat.

Pendekatan komunikasi partisipatif juga sangat relevan dalam konteks komunikasi lingkungan. Komunikasi partisipatif adalah proses komunikasi yang melibatkan partisipasi aktif dari masyarakat dalam penyusunan dan penyampaian pesan-pesan lingkungan. Pendekatan ini menekankan pentingnya menciptakan dialog yang inklusif dan demokratis antara pembuat kebijakan, ilmuwan, aktivis, dan masyarakat umum. Menurut Servaes (1999), komunikasi partisipatif dapat meningkatkan efektivitas kampanye lingkungan karena masyarakat merasa memiliki suara dalam proses pengambilan keputusan dan lebih termotivasi untuk terlibat dalam upaya pelestarian lingkungan. Misalnya, program kampung iklim di Indonesia yang melibatkan masyarakat lokal dalam perencanaan dan pelaksanaan aksi iklim adalah contoh nyata dari komunikasi partisipatif yang berhasil. Dalam konteks ini, komunikasi lingkungan tidak hanya berfungsi untuk menyampaikan informasi, tetapi juga untuk menciptakan ruang partisipasi yang memungkinkan masyarakat untuk berbagi pengalaman, pendapat, dan solusi terkait isu-isu lingkungan.

Perspektif ilmu komunikasi dalam isu lingkungan juga mencakup penggunaan media sebagai saluran komunikasi yang efektif. Media, baik tradisional maupun digital, memainkan peran penting dalam menyebarkan informasi tentang isu-isu lingkungan dan membangun kesadaran publik. Menurut Schäfer dan Schlichting (2014), media memiliki kekuatan untuk membentuk agenda publik dan memengaruhi cara masyarakat memandang masalah-masalah lingkungan. Dalam konteks komunikasi lingkungan, media dapat digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan edukatif, memobilisasi aksi kolektif, serta memengaruhi kebijakan publik yang mendukung keberlanjutan. Misalnya, kampanye lingkungan yang dilakukan melalui media sosial dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan menciptakan efek viral yang meningkatkan kesadaran publik tentang isu-isu lingkungan. Namun, penggunaan media juga menghadirkan tantangan, seperti penyebaran disinformasi atau praktik greenwashing yang dapat merusak kepercayaan publik terhadap

pesan-pesan lingkungan. Oleh karena itu, perspektif ilmu komunikasi menekankan pentingnya transparansi, kejujuran, dan etika dalam penggunaan media untuk komunikasi lingkungan.

Dalam perkembangan terbaru, ilmu komunikasi juga mulai memperhatikan aspek psikologis dan sosial yang memengaruhi respon masyarakat terhadap isu-isu lingkungan. Penelitian tentang komunikasi lingkungan semakin banyak yang menyoroti faktor-faktor seperti empati, identitas sosial, dan norma sosial yang memengaruhi perilaku pro-lingkungan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Clayton et al. (2015), salah satu tantangan dalam komunikasi lingkungan adalah bagaimana mengatasi hambatan psikologis yang menghalangi masyarakat untuk mengambil tindakan pro-lingkungan. Clayton menekankan pentingnya menggunakan pendekatan komunikasi yang dapat membangun koneksi emosional dengan audiens dan memotivasi mereka untuk berperilaku ramah lingkungan. Dalam konteks ini, ilmu komunikasi dapat memberikan wawasan yang berharga tentang bagaimana merancang pesan-pesan lingkungan yang efektif dengan mempertimbangkan aspek-aspek psikologis dan sosial dari audiens.

Sebagai kesimpulan, perspektif ilmu komunikasi dalam isu lingkungan mencakup berbagai pendekatan teoritis dan praktis yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran, mendorong perubahan perilaku, serta memengaruhi kebijakan yang mendukung pelestarian lingkungan. Pendekatan-pendekatan ini meliputi teori framing, narasi, komunikasi risiko, komunikasi partisipatif, serta penggunaan media dalam menyampaikan pesan-pesan lingkungan. Ilmu komunikasi memberikan wawasan yang berharga tentang bagaimana merancang dan menyampaikan pesan-pesan lingkungan yang efektif, dengan mempertimbangkan faktor-faktor sosial, budaya, politik, dan psikologis yang memengaruhi cara masyarakat memandang dan merespon isu-isu lingkungan.

### **1.5. Tantangan dan Peluang Komunikasi Lingkungan di Indonesia**

Komunikasi lingkungan di Indonesia memiliki tantangan dan peluang yang unik karena beragamnya karakteristik geografis, budaya, sosial, dan ekonomi masyarakat Indonesia. Sebagai negara kepulauan terbesar di dunia dengan kekayaan keanekaragaman hayati yang melimpah, Indonesia memiliki peran penting dalam pelestarian lingkungan global. Namun, di sisi lain, negara ini juga

menghadapi berbagai masalah lingkungan serius, seperti deforestasi, polusi, pencemaran air, krisis sampah, hingga dampak perubahan iklim. Dalam konteks ini, komunikasi lingkungan menjadi salah satu strategi penting untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam upaya perlindungan lingkungan. Namun, upaya komunikasi lingkungan di Indonesia tidak lepas dari berbagai tantangan yang mencakup tingkat literasi lingkungan yang rendah, hambatan budaya, keterbatasan akses informasi, serta dominasi media yang sering kali kurang memprioritaskan isu-isu lingkungan dalam pemberitaannya. Menurut Lubis (2020), salah satu tantangan utama komunikasi lingkungan di Indonesia adalah bagaimana menyampaikan pesan-pesan lingkungan yang kompleks dengan cara yang dapat dipahami dan relevan bagi masyarakat di berbagai wilayah, terutama di daerah pedesaan dan terpencil.

Salah satu tantangan utama komunikasi lingkungan di Indonesia adalah rendahnya tingkat literasi lingkungan di kalangan masyarakat. Literasi lingkungan mengacu pada kemampuan seseorang untuk memahami isu-isu lingkungan dan mengambil tindakan yang mendukung keberlanjutan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Nugroho et al. (2018) dalam jurnal *Jurnal Pendidikan Lingkungan*, sebagian besar masyarakat Indonesia masih memiliki pemahaman yang terbatas tentang dampak aktivitas manusia terhadap lingkungan. Banyak masyarakat yang belum memahami pentingnya menjaga kelestarian lingkungan dan cenderung mengabaikan dampak jangka panjang dari perilaku tidak ramah lingkungan, seperti penggunaan plastik sekali pakai, pembakaran sampah, dan penebangan hutan ilegal. Rendahnya tingkat literasi lingkungan ini menjadi tantangan besar bagi para komunikator lingkungan, terutama dalam merancang pesan-pesan yang dapat memotivasi masyarakat untuk mengambil tindakan pro-lingkungan. Oleh karena itu, diperlukan strategi komunikasi yang kreatif dan kontekstual untuk meningkatkan literasi lingkungan di Indonesia, seperti melalui kampanye edukasi, penggunaan media sosial, dan pendekatan berbasis komunitas.

Hambatan budaya juga menjadi tantangan dalam komunikasi lingkungan di Indonesia. Sebagai negara dengan lebih dari 300 kelompok etnis dan budaya, komunikasi lingkungan harus mempertimbangkan perbedaan nilai, kepercayaan, dan kebiasaan lokal dalam menyampaikan pesan-pesan lingkungan. Misalnya, di

beberapa daerah, praktik-praktik tradisional seperti pembukaan lahan dengan cara membakar masih dianggap sebagai hal yang wajar dan diterima secara sosial. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Widianingsih et al. (2019) dalam jurnal *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, pendekatan komunikasi lingkungan yang tidak memperhatikan nilai-nilai budaya lokal cenderung kurang efektif dan bahkan dapat menimbulkan resistensi dari masyarakat. Oleh karena itu, penting bagi para komunikator lingkungan untuk memahami konteks budaya lokal dan menggunakan pendekatan komunikasi yang sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik masyarakat setempat. Pendekatan partisipatif yang melibatkan masyarakat dalam proses penyusunan pesan-pesan lingkungan dapat menjadi solusi yang efektif untuk mengatasi hambatan budaya dalam komunikasi lingkungan di Indonesia.

Tantangan lainnya adalah keterbatasan akses informasi di beberapa wilayah, terutama di daerah pedesaan dan terpencil. Meskipun perkembangan teknologi digital telah memberikan peluang baru dalam komunikasi lingkungan, masih banyak masyarakat di Indonesia yang belum memiliki akses yang memadai ke internet dan media digital. Hal ini mengakibatkan kesenjangan informasi antara masyarakat perkotaan dan pedesaan dalam memahami isu-isu lingkungan. Menurut laporan *We Are Social* (2022), tingkat penetrasi internet di Indonesia masih didominasi oleh wilayah perkotaan, sementara masyarakat di daerah terpencil sering kali mengandalkan media tradisional, seperti radio dan televisi, untuk mendapatkan informasi. Dalam konteks ini, penggunaan media tradisional tetap penting dalam komunikasi lingkungan, terutama untuk menjangkau masyarakat di daerah yang sulit dijangkau oleh media digital. Selain itu, pendekatan komunikasi interpersonal, seperti penyuluhan dan diskusi komunitas, juga dapat menjadi strategi yang efektif untuk menyampaikan pesan-pesan lingkungan di daerah pedesaan.

Di sisi lain, komunikasi lingkungan di Indonesia juga menghadirkan berbagai peluang yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam pelestarian lingkungan. Salah satu peluang terbesar adalah penggunaan media sosial sebagai alat komunikasi yang efektif. Media sosial memungkinkan pesan-pesan lingkungan menyebar dengan cepat dan luas serta menciptakan ruang partisipasi yang lebih inklusif. Menurut Ahmad (2021), media sosial telah menjadi platform

penting dalam kampanye lingkungan karena memungkinkan individu dan komunitas untuk berbagi informasi, pengalaman, dan solusi terkait isu-isu lingkungan. Kampanye lingkungan yang dilakukan melalui media sosial, seperti gerakan #DietKantongPlastik dan #SaveOurEarth, telah berhasil meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya mengurangi penggunaan plastik dan menjaga kebersihan lingkungan. Media sosial juga memberikan peluang bagi masyarakat untuk terlibat langsung dalam aksi-aksi lingkungan, seperti penanaman pohon, pengelolaan sampah, dan kegiatan bersih-bersih lingkungan.

Selain media sosial, peluang lain dalam komunikasi lingkungan di Indonesia adalah keterlibatan komunitas lokal dalam upaya pelestarian lingkungan. Banyak komunitas lokal di Indonesia yang telah melakukan berbagai inisiatif pro-lingkungan, seperti program kampung iklim, pengelolaan sampah berbasis komunitas, dan konservasi keanekaragaman hayati. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Suharto et al. (2020), komunitas lokal memainkan peran penting dalam komunikasi lingkungan karena mereka memiliki pengetahuan lokal yang relevan dan dapat menjadi agen perubahan di tingkat lokal. Keterlibatan komunitas lokal juga dapat memperkuat pesan-pesan lingkungan dengan menghadirkan contoh nyata dari upaya pelestarian lingkungan yang berhasil. Oleh karena itu, komunikasi lingkungan di Indonesia perlu lebih banyak melibatkan komunitas lokal dalam proses penyusunan dan penyampaian pesan-pesan lingkungan.

Peluang lainnya adalah meningkatnya perhatian pemerintah dan sektor swasta terhadap isu-isu lingkungan. Dalam beberapa tahun terakhir, pemerintah Indonesia telah mengeluarkan berbagai kebijakan yang mendukung pelestarian lingkungan, seperti kebijakan pengurangan sampah plastik, program kampung iklim, dan target pengurangan emisi gas rumah kaca. Selain itu, banyak perusahaan di Indonesia yang mulai mengadopsi praktik bisnis berkelanjutan sebagai bagian dari tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*). Menurut Delmas dan Burbano (2011), keterlibatan sektor swasta dalam kampanye lingkungan dapat memperkuat komunikasi lingkungan dengan menyediakan sumber daya dan platform yang lebih luas untuk menyampaikan pesan-pesan lingkungan. Namun, tantangan yang dihadapi adalah memastikan bahwa komitmen tersebut tidak hanya menjadi sekadar strategi

pemasaran atau *greenwashing*, tetapi benar-benar diimplementasikan secara konsisten dalam praktik bisnis mereka.

Komunikasi lingkungan di Indonesia menghadapi berbagai tantangan, termasuk rendahnya literasi lingkungan, hambatan budaya, dan keterbatasan akses informasi. Namun, tantangan ini juga menghadirkan peluang bagi para komunikator lingkungan untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam upaya pelestarian lingkungan. Dengan memanfaatkan media sosial, melibatkan komunitas lokal, dan bekerja sama dengan pemerintah dan sektor swasta, komunikasi lingkungan di Indonesia dapat menjadi lebih efektif dan berdampak positif dalam menciptakan masyarakat yang lebih peduli terhadap lingkungan.

## BAB 2

### ISU LINGKUNGAN DAN TANTANGAN GLOBAL



#### 2.1. Perubahan Iklim dan Dampaknya

Perubahan iklim adalah salah satu tantangan lingkungan paling serius yang dihadapi oleh umat manusia pada abad ke-21. Fenomena ini merujuk pada perubahan jangka panjang dalam pola cuaca yang diakibatkan oleh aktivitas manusia, terutama akibat emisi gas rumah kaca (GRK) yang dihasilkan dari pembakaran bahan bakar fosil, deforestasi, dan aktivitas industri. Peningkatan konsentrasi karbon dioksida ( $\text{CO}_2$ ), metana ( $\text{CH}_4$ ), dan gas lainnya di atmosfer telah memicu efek rumah kaca yang mengakibatkan peningkatan suhu global. Dampak dari perubahan iklim sangat luas dan mencakup berbagai aspek kehidupan manusia, mulai dari peningkatan frekuensi

dan intensitas bencana alam, seperti banjir, kekeringan, dan badai, hingga hilangnya keanekaragaman hayati, gangguan pada ekosistem, dan risiko kesehatan masyarakat. Menurut laporan Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC), suhu rata-rata global telah meningkat sekitar 1,1°C sejak era pra-industri, dan jika tren ini berlanjut, dunia akan menghadapi konsekuensi yang semakin parah (IPCC, 2021).

Dampak perubahan iklim yang paling nyata adalah peningkatan suhu global yang menyebabkan gelombang panas ekstrem di berbagai wilayah dunia. Gelombang panas ini tidak hanya berdampak pada kesehatan manusia, tetapi juga mengganggu sistem pertanian dan memperburuk krisis air di beberapa wilayah. Misalnya, di Asia Tenggara, termasuk Indonesia, suhu yang lebih tinggi telah memicu peningkatan kejadian kebakaran hutan yang berdampak pada kualitas udara dan kesehatan masyarakat. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Field et al. (2014) dalam laporan *Climate Change 2014: Impacts, Adaptation, and Vulnerability*, gelombang panas dapat meningkatkan risiko kematian akibat serangan jantung, stroke, dan penyakit pernapasan, terutama pada kelompok rentan seperti anak-anak, lansia, dan orang dengan penyakit kronis. Gelombang panas yang semakin sering terjadi juga mengakibatkan gangguan pada infrastruktur, seperti jaringan listrik dan transportasi, yang pada akhirnya memengaruhi aktivitas ekonomi dan kehidupan sehari-hari.

Selain gelombang panas, perubahan iklim juga menyebabkan peningkatan permukaan air laut akibat pencairan es di wilayah kutub dan pegunungan serta ekspansi termal air laut. Peningkatan permukaan air laut ini berdampak pada wilayah pesisir dan pulau-pulau kecil, yang menghadapi risiko tenggelam dan erosi pantai. Di Indonesia, yang terdiri dari ribuan pulau, risiko ini sangat signifikan. Menurut laporan dari Asian Development Bank (ADB), peningkatan permukaan air laut di Indonesia dapat menyebabkan hilangnya wilayah daratan di beberapa pulau kecil, yang akan memengaruhi kehidupan jutaan orang yang tinggal di wilayah pesisir. Dampak ini juga memperburuk kerentanan masyarakat pesisir terhadap bencana alam, seperti banjir rob dan badai tropis. Peningkatan permukaan air laut juga mengancam infrastruktur vital di wilayah pesisir, termasuk pelabuhan, bandara, dan fasilitas energi, yang pada gilirannya memengaruhi stabilitas ekonomi dan ketahanan pangan.

Dampak lain dari perubahan iklim adalah gangguan pada siklus air, yang menyebabkan peningkatan frekuensi dan intensitas banjir dan kekeringan. Perubahan pola curah hujan akibat perubahan iklim telah menyebabkan beberapa wilayah mengalami banjir yang lebih parah, sementara wilayah lain mengalami kekeringan yang berkepanjangan. Misalnya, di Indonesia, musim hujan yang tidak menentu telah menyebabkan banjir bandang di beberapa daerah, seperti Jakarta, Semarang, dan Banjarmasin, yang mengakibatkan kerusakan infrastruktur, hilangnya nyawa, dan gangguan ekonomi. Di sisi lain, kekeringan yang berkepanjangan di beberapa wilayah, seperti Nusa Tenggara Timur, telah menyebabkan gagal panen dan krisis air bersih, yang memengaruhi kehidupan masyarakat lokal. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Malinovic et al. (2020) dalam jurnal *Climate Risk Management*, gangguan pada siklus air ini dapat memperburuk krisis air global dan memengaruhi ketahanan pangan, karena sistem pertanian sangat bergantung pada pola curah hujan yang stabil.

Perubahan iklim juga berdampak signifikan pada keanekaragaman hayati dan ekosistem. Peningkatan suhu global telah memaksa banyak spesies untuk beradaptasi dengan lingkungan yang berubah, berpindah ke wilayah yang lebih dingin, atau menghadapi risiko kepunahan. Menurut laporan dari World Wildlife Fund (WWF), perubahan iklim telah mempercepat hilangnya habitat alami, seperti hutan hujan tropis, terumbu karang, dan tundra, yang merupakan rumah bagi ribuan spesies flora dan fauna. Di Indonesia, perubahan iklim berdampak pada ekosistem hutan hujan dan terumbu karang, yang menghadapi tekanan tambahan akibat deforestasi dan polusi. Terumbu karang di wilayah perairan Indonesia, yang merupakan bagian dari segitiga terumbu karang dunia, menghadapi ancaman pemutihan akibat pemanasan laut. Pemutihan terumbu karang ini berdampak pada ekosistem laut, yang merupakan sumber penghidupan bagi jutaan masyarakat pesisir yang bergantung pada perikanan.

Selain dampak ekologis, perubahan iklim juga memiliki implikasi sosial dan ekonomi yang signifikan. Perubahan iklim dapat memperburuk ketimpangan sosial, karena masyarakat yang paling rentan—seperti petani, nelayan, dan masyarakat adat—cenderung paling terdampak oleh perubahan iklim, tetapi memiliki sumber daya yang terbatas untuk beradaptasi. Menurut penelitian yang dilakukan

oleh Stern (2007) dalam laporan *The Economics of Climate Change: The Stern Review*, dampak ekonomi dari perubahan iklim dapat mencapai hingga 20% dari produk domestik bruto (PDB) global jika tidak ada tindakan mitigasi yang dilakukan. Perubahan iklim dapat mengganggu sistem produksi dan distribusi pangan, memperburuk krisis air, meningkatkan risiko konflik sosial, dan memicu migrasi paksa. Di Indonesia, dampak ekonomi perubahan iklim terlihat dalam sektor pertanian, yang merupakan sumber penghidupan utama bagi sebagian besar masyarakat pedesaan. Perubahan pola cuaca dan peningkatan kejadian bencana alam telah menyebabkan penurunan hasil panen, yang berdampak pada pendapatan petani dan ketahanan pangan nasional.

Dalam menghadapi dampak perubahan iklim, berbagai langkah mitigasi dan adaptasi telah dilakukan di tingkat global dan lokal. Mitigasi bertujuan untuk mengurangi emisi gas rumah kaca melalui berbagai kebijakan dan teknologi, seperti penggunaan energi terbarukan, efisiensi energi, dan penghijauan. Di Indonesia, pemerintah telah berkomitmen untuk mengurangi emisi gas rumah kaca sebesar 29% pada tahun 2030 melalui berbagai program mitigasi, seperti program REDD+ (Reducing Emissions from Deforestation and Forest Degradation) dan penggunaan energi terbarukan. Sementara itu, adaptasi bertujuan untuk meningkatkan ketahanan masyarakat dan ekosistem terhadap dampak perubahan iklim yang tidak dapat dihindari. Langkah adaptasi meliputi pembangunan infrastruktur yang tahan bencana, pengelolaan sumber daya air yang berkelanjutan, serta peningkatan kapasitas masyarakat dalam menghadapi risiko perubahan iklim. Menurut laporan dari United Nations Development Programme (UNDP), adaptasi yang efektif memerlukan partisipasi aktif dari berbagai pihak, termasuk pemerintah, sektor swasta, akademisi, dan masyarakat sipil.

Sebagai kesimpulan, perubahan iklim adalah tantangan global yang memengaruhi berbagai aspek kehidupan manusia dan lingkungan. Dampak perubahan iklim meliputi peningkatan suhu global, peningkatan permukaan air laut, gangguan pada siklus air, hilangnya keanekaragaman hayati, serta dampak sosial dan ekonomi yang signifikan. Di Indonesia, dampak perubahan iklim sangat terasa di sektor pertanian, wilayah pesisir, dan ekosistem laut. Untuk menghadapi tantangan ini, diperlukan langkah-langkah mitigasi dan

adaptasi yang komprehensif dan inklusif. Komunikasi lingkungan juga memegang peran penting dalam meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam upaya mitigasi dan adaptasi terhadap perubahan iklim.

## **2.2. Kehilangan Keanekaragaman Hayati**

Kehilangan keanekaragaman hayati merupakan salah satu tantangan lingkungan terbesar yang dihadapi dunia saat ini. Keanekaragaman hayati mencakup semua bentuk kehidupan di bumi, mulai dari organisme terkecil hingga ekosistem yang kompleks. Keanekaragaman hayati tidak hanya memberikan manfaat ekologis tetapi juga berkontribusi pada kesejahteraan manusia, termasuk penyediaan pangan, air bersih, obat-obatan, serta layanan ekosistem lainnya seperti pengaturan iklim dan perlindungan terhadap bencana alam. Namun, aktivitas manusia seperti deforestasi, perburuan liar, polusi, perubahan penggunaan lahan, dan perubahan iklim telah menyebabkan tingkat kehilangan keanekaragaman hayati yang mengkhawatirkan. Menurut laporan dari Intergovernmental Science-Policy Platform on Biodiversity and Ecosystem Services (IPBES), sekitar satu juta spesies tumbuhan dan hewan terancam punah dalam beberapa dekade mendatang jika tidak ada tindakan drastis untuk melindungi mereka (IPBES, 2019). Kehilangan keanekaragaman hayati ini memiliki konsekuensi yang luas, termasuk gangguan pada ekosistem, penurunan produktivitas pertanian, peningkatan risiko penyakit, serta hilangnya pengetahuan tradisional yang berharga bagi manusia.

Salah satu penyebab utama kehilangan keanekaragaman hayati adalah deforestasi atau penggundulan hutan. Deforestasi telah terjadi di berbagai wilayah di dunia, terutama di daerah tropis yang memiliki keanekaragaman hayati yang sangat tinggi. Hutan tropis di Amazon, Afrika, dan Asia Tenggara, termasuk Indonesia, menghadapi ancaman besar akibat pembukaan lahan untuk pertanian, perkebunan kelapa sawit, dan penebangan kayu ilegal. Di Indonesia, deforestasi telah menyebabkan hilangnya habitat alami bagi banyak spesies endemik, seperti orangutan, harimau sumatra, dan badak jawa, yang kini terancam punah. Menurut laporan dari World Resources Institute (WRI), Indonesia adalah salah satu negara dengan tingkat deforestasi tertinggi di dunia, yang mengakibatkan hilangnya jutaan hektar hutan setiap tahun (Curtis et al., 2018). Kehilangan