



**STRATEGI KOMUNIKASI POJOK IKLIM KEMENTERIAN  
LINGKUNGAN HIDUP DAN KEHUTANAN DALAM  
MENINGKATKAN KESADARAN MASYARAKAT  
TERHADAP PERUBAHAN IKLIM**

*SKRIPSI*

Nama : Imelda

Nim : 1706015251

Peminatan : Komunikasi Massa



**Uhamka**  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA  
JAKARTA**

**2022**

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**PERNYATAAN BUKAN PLAGIAT**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Imelda  
NIM : 1706015251  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Peminatan : Komunikasi Massa  
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pojok Iklim Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Terhadap Perubahan Iklim.

Demi Allah SWT, dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya buat dengan judul tersebut benar-benar hasil penelitian saya dan BUKAN PLAGIAT. Apabila di kemudian hari terbukti skripsi saya ini PLAGIAT, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa dibatalkannya hasil ujian skripsi saya atau dicabutnya gelar akademik saya. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dapat dipertanggungjawabkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta,  
Yang Menyatakan



Imelda

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF.DR HAMKA

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

Judul Proposal : Strategi Komunikasi Pojok Iklim Kementerian LHKdalam  
Meningkatkan Kesadaran Masyarakat terhadap Perubahan  
Iklim  
Nama : Imelda  
NIM : 1706015334  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Peminatan : Komunikasi Massa

Telah diperiksa dan disetujui  
untuk mengikuti ujian skripsi oleh :

Pembimbing I

**Dr. Sri Mustika, M.Si.**  
Tanggal: 25/11/2021

Pembimbing II

**Farida Hariyati, SIP, M.I.Kom.**  
Tanggal: 12 Januari 2022

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF.DR HAMKA**

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

Judul Proposal : Strategi Komunikasi Pojok Iklim Kementerian LHK dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat terhadap Perubahan Iklim

Nama : Imelda

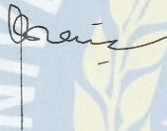
NIM : 1706015334

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Komunikasi Massa

Telah dipertahankan di hadapan penguji pada sidang skripsi yang dilaksanakan pada hari Sabtu 28 Januari 2022 dan dinyatakan **LULUS**

Penguji I



Dini Wahdivati, S.Sos. M.I.Kom.

Tanggal: 18 Maret 2022

Pembimbing I



Dr. Sri Mustika, M.Si.

Tanggal: 30/3/2022

Penguji II



Wininda Qusnul Khotimah, M.A.

Tanggal: 23 Maret 2022

Pembimbing II



Farida Hariyati, SIP, M.I.Kom.

Tanggal:

Mengetahui,

Dekan



Dra. Tellys Corliana, M.Hum.

Tanggal: 1 April 2022

## ABSTRAK

Judul : Strategi Komunikasi Pojok Iklim Kementerian Lingkungan dan Kehutanan dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat terhadap Perubahan Iklim.

Nama : Imelda

NIM : 1706015251

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Komunikasi Massa

Perubahan iklim kerap dianggap sebagai isu lingkungan internasional yang selalu membutuhkan atensi lebih dari berbagai pihak. Masyarakat Indonesia disebut-sebut berada di peringkat pertama yang tidak percaya akan perubahan iklim. Meningkatkan kesadaran masyarakat akan perubahan iklim menjadi penting dalam upaya pengurangan dampaknya. Tentunya hal ini menjadi tantangan bagi Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan dalam mengomunikasikan dampak perubahan iklim dalam rangka menyadarkan masyarakat akan perubahan iklim. Berkenaan dengan ini adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan Pojok Iklim Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan dalam meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap perubahan iklim.

Teori pada penelitian ini menggunakan teori informasi organisasi sebagai teori utama dan teori strategi komunikasi sebagai teori pendukung. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan Teknik pengumpulan data yang digunakan dengan observasi, wawancara bersama staff komunikasi dan staff administrasi serta dokumentasi.

Hasil penelitian yaitu Pojok Iklim melakukan upaya meningkatkan kesadaran masyarakat dengan fokus utama pada sosialisasi isu perubahan iklim melalui forum diskusi yang diadakan dengan melibatkan semua pihak di berbagai sektor, mengadakan *event* dengan mengajak kaum milenial untuk mengkampanyekan gaya hidup ramah lingkungan serta memanfaatkan media sosial Instagram dan Facebook sebagai wadah penyebaran informasi terkait isu perubahan iklim.

*Kata Kunci: Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan, Kesadaran Masyarakat, Perubahan Iklim, Pojok Iklim, Strategi Komunikasi.*

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
ABSTRAK .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	4
1.3. Batasan Masalah.....	4
1.4. Tujuan Penelitian .....	4
1.5. Kontribusi Penelitian.....	5
1.6. Sistematika Penulisan.....	5
<b>BAB II KERANGKA PEMIKIRAN .....</b>	<b>7</b>
2.1. Kajian Penelitian Terdahulu.....	7
2.2. Paradigma Penelitian.....	9
2.3. Hakekat Komunikasi .....	10
2.3.1. Pengertian Komunikasi .....	10
2.3.2. Model Komunikasi.....	11
2.3.3. Elemen Komunikasi.....	13
2.3.4 Konteks Komunikasi.....	15

2.4. Teori Informasi Organisasi Karl E. Weick .....	16
2.4.1. Ciri-ciri pengorganisasian .....	20
2.4.2. Proses Pengorganisasian .....	20
2.4.3. Sifat Organisasi .....	21
2.5. Strategi Komunikasi.....	22
2.5.1. Pengertian Strategi Komunikasi.....	22
2.5.2. Tujuan Strategi Komunikasi .....	25
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>27</b>
3.1. Pendekatan, Metode dan Jenis Penelitian .....	27
3.1.1. Pendekatan Penelitian .....	27
3.1.2. Jenis Penelitian.....	29
3.1.3. Metode Penelitian.....	29
3.2. Informan Penelitian.....	30
3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.4. Teknik Analisis Data Kualitatif .....	33
3.5. Alur Penelitian .....	34
3.6. Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	34
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>36</b>
4.1. Deskripsi Pojok Iklim .....	36
4.1.1. Pojok Iklim.....	36
4.1.2. Maksud didirikannya Pojok Iklim .....	37
4.1.3. Logo Pojok Iklim.....	37

4.1.4. Alamat Pojok Iklim .....	38
4.1.5. Standar Operasional Pojok Iklim.....	38
4.2. Hasil Penelitian .....	39
4.2.1. Deskripsi Penelitian .....	39
4.2.2. Strategi Komunikasi yang dilakukan Pojok Iklim .....	41
4.3. Pembahasan.....	50
4.3.1. Pojok Iklim dalam Pengorganisasian Karl E. Weick.....	50
4.3.2. Model Perencanaan Komunikasi Pojok Iklim .....	53
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>56</b>
5.1. Kesimpulan .....	56
5.2. Saran-saran.....	57
5.2.1. Saran Akademis .....	57
5.2.2. Saran Metodologi.....	57
5.2.3. Saran Praktis .....	58
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>vi</b>
<b>LAMPIRAN – LAMPIRAN.....</b>	<b>x</b>



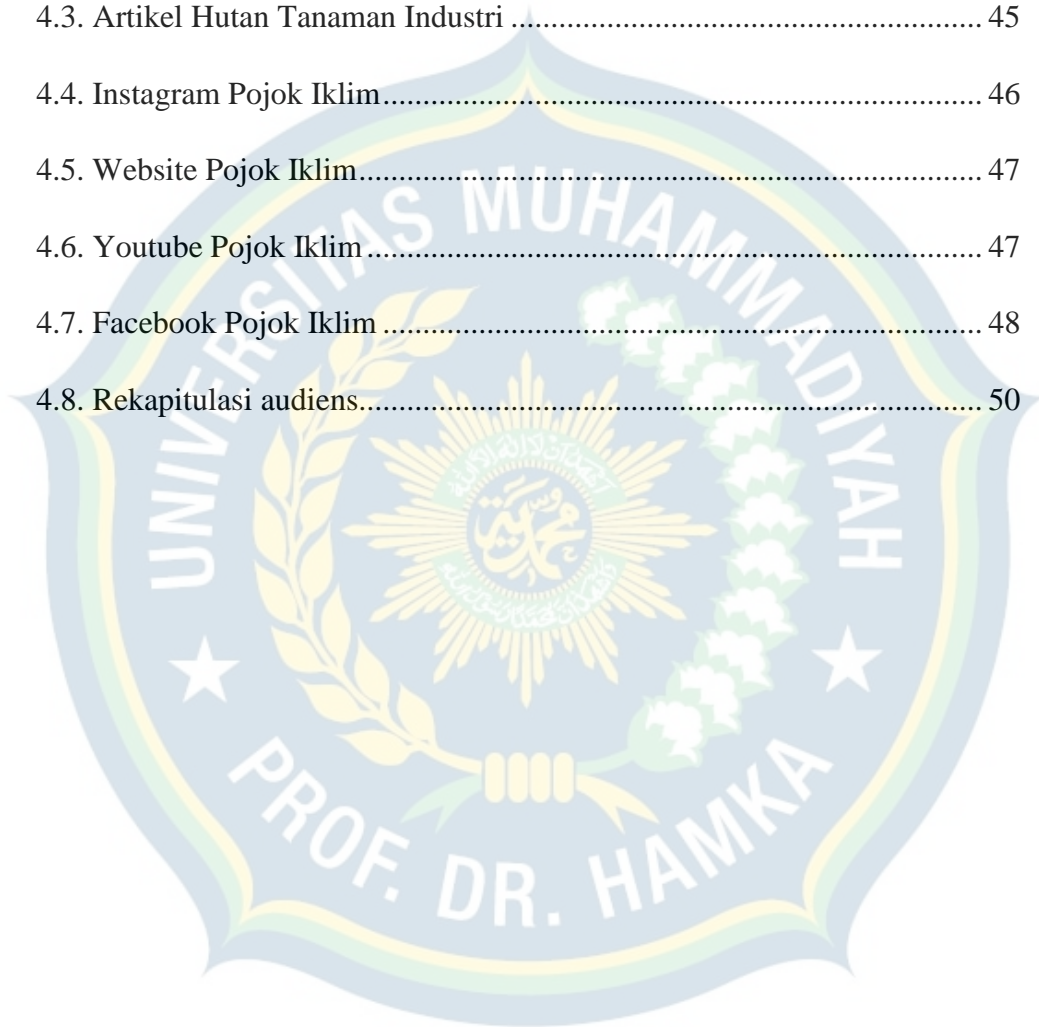
## DAFTAR TABEL

2.1. Kajian Penelitian Terdahulu.....	12
3.1. Jadwal Penelitian.....	36



## DAFTAR GAMBAR

3.1. Bagan Alur Penelitian .....	15
4.1. Seminar Nasional <i>Climate Change We Pledge</i> .....	40
4.2. Para Tokoh dan Influencer Climate Change We Pledge.....	43
4.3. Artikel Hutan Tanaman Industri .....	45
4.4. Instagram Pojok Iklim.....	46
4.5. Website Pojok Iklim.....	47
4.6. Youtube Pojok Iklim.....	47
4.7. Facebook Pojok Iklim .....	48
4.8. Rekapitulasi audiens.....	50



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Perubahan iklim dapat dimaknai sebagai perubahan signifikan pada iklim, suhu udara dan curah hujan yang disebabkan oleh efek rumah kaca, peningkatan emisi, pemanasan global serta perubahan orbit Bumi. Hal ini kerap dianggap sebagai isu lingkungan internasional yang selalu membutuhkan atensi lebih dari berbagai pihak. Perubahan iklim dalam banyak hal memberikan efek buruk pada lingkungan dan makhluk hidup, di antaranya kenaikan suhu ekstrim, mencairnya gunung es, terganggunya ekosistem dan yang terparah adalah perubahan habitat serta punahnya spesies (Haryanto, 2019: 51).

Indonesia merupakan salah satu negara penghasil emisi gas rumah kaca terbesar sekaligus negara yang rentan terhadap dampak perubahan iklim. Di samping itu Indonesia juga menduduki peringkat ke-4 setelah Cina, Rusia, dan Kanada sebagai negara dengan ekosistem gambut terluas di dunia, yaitu 14,9 juta hektar yang setara dengan 5% dari luasan gambut global.

Peristiwa kebakaran hutan dan lahan gambut (karhutla) yang seringkali terjadi pada ekosistem gambut di Indonesia juga sangat mengkhawatirkan. Konsekuensi yang ditimbulkan oleh karhutla ialah meningkatnya emisi gas rumah kaca di atmosfer dan polusi asap, serta degradasi dan deforestasi hutan yang mengancam keanekaragaman hayati. Masalah ini bukan hanya menjadi masalah pemerintah, tetapi juga masalah seluruh rakyat Indonesia. Peran

seluruh pihak secara sinergi sangat penting dalam mencegah karhutla di Indonesia.

Pada dasarnya pemerintah sudah mempunyai infrastruktur yang kokoh seperti sistem, aturan, ataupun kebijakan dalam menghadapi ancaman perubahan iklim (Haryanto, 2019: 52). Sayangnya, Wahana Lingkungan Hidup Indonesia (Walhi) ([www.Serat.id](http://www.Serat.id) diunggah 14 Januari 2020, Ody, diakses 28 Maret 2021) menyebut masyarakat Indonesia berada di peringkat pertama yang tidak percaya akan perubahan iklim. Kondisi itu berbanding terbalik dengan masyarakat dunia yang gencar mengkampanyekan gaya hidup ramah lingkungan. Ketidakpercayaan masyarakat Indonesia terhadap perubahan iklim salah satunya disebabkan minimnya literasi atau minat baca masyarakat terhadap isu perubahan iklim. Masyarakat Indonesia acuh terhadap perubahan iklim lantaran belum terdampak secara langsung (Ody, 2020: 1).

Meningkatkan kesadaran masyarakat akan dampak perubahan iklim menjadi penting dalam upaya pengurangan dampaknya. Upaya peningkatan kesadaran tersebut harus melibatkan semua pihak. Peningkatan kesadaran masyarakat dalam mengelola lingkungan bersama dilakukan dengan menekankan pemahaman terhadap lingkungan sebagai hal yang utama.

Cara untuk menyadarkan masyarakat tersebut salah satunya adalah dengan mengomunikasikan dampak perubahan iklim. Komunikasi adalah proses ketika suatu ide dialihkan dari sumber kepada penerima dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka (Mulyana, 2007: 69). Tanpa komunikasi kemungkinan tercapainya tujuan peningkatan kesadaran masyarakat akan

mustahil, karena melalui komunikasi terjadilah pertukaran informasi. Untuk mengomunikasikan dampak perubahan iklim perlu dipilih strategi komunikasi yang tepat.

Strategi komunikasi adalah strategi untuk menetapkan dan menempatkan posisi komunikator secara tepat dalam komunikasi dengan komunikan sehingga tercapai tujuan komunikasi yang diinginkan. Cangara (2013:79) menjelaskan bahwa untuk mencapainya diperlukan lima unsur utama, yaitu strategi pemilihan komunikator, strategi pemilihan khalayak, strategi penyajian pesan, strategi pemilihan media serta efek yang ditimbulkan (Cangara, 2013: 79).

Melalui strategi komunikasi diharapkan peningkatan kesadaran masyarakat, sehingga upaya untuk mengurangi risiko dampak perubahan iklim akan tercapai. Atas dasar tersebut, Menteri Lingkungan Hidup dan Kehutanan melalui SK Nomor: SK.487/MenLHK/Setjen/OTL.0/6/2016 membentuk suatu dewan yang disebut dengan Dewan Pertimbangan Pengendalian Perubahan Iklim (DPPPI) pada tanggal 24 Juni 2016. Dalam pelaksanaan tugasnya, DPPPI dibantu oleh 2 (dua) kelompok kerja dan salah satunya adalah Kelompok Kerja Aktualisasi Inovasi Pojok Iklim (Pojok Iklim) (<http://pojokiklim.menlhk.go.id/> diakses 8 Juni 2021).

Pojok Iklim merupakan suatu sekumpulan orang yang membuat banyak program berkenaan dengan upaya peningkatan kesadaran masyarakat terhadap perubahan iklim. Pojok Iklim rutin mensosialisasikan isu perubahan iklim dengan rutin menyelenggarakan diskusi terbuka yang mengangkat isu perubahan iklim bersama para *stakeholder* dan mempublikasi wacana

perubahan iklim yang ditampilkan dalam bentuk gambar serta kerap kali membuat *event* dengan mengajak kaum milenial untuk ikut mengkampanyekan kegiatan ramah lingkungan.

Dari diskusi di atas peneliti melihat bahwa strategi komunikasi menjadi hal penting bagi Pojok Iklim dalam upaya meningkatkan kesadaran masyarakat Indonesia terhadap perubahan iklim. Dalam penelitian ini fokus peneliti adalah ingin memahami bagaimana strategi komunikasi dengan menyertakan unsur strategi pemilihan komunikator, strategi penyajian pesan dan pemilihan media yang dilakukan oleh Pojok Iklim dalam upaya meningkatkan kesadaran masyarakat Indonesia yang rendah terhadap perubahan iklim.

### **1.2. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah penelitian ini adalah “Bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh Kelompok Kerja Aktualisasi Inovasi Pojok Iklim dalam upaya meningkatkan kesadaran diri masyarakat terhadap perubahan iklim?”

### **1.3. Pembatasan Masalah**

Peneliti membatasi masalah penelitian ini pada:

- a. Strategi komunikasi
- b. Kelompok Kerja Aktualisasi Inovasi Pojok Iklim.
- c. Upaya meningkatkan kesadaran masyarakat tentang perubahan iklim

### **1.4. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami strategi komunikasi Kelompok Kerja Aktualisasi Inovasi Pojok Iklim dalam meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap perubahan iklim.”

### **1.5. Kontribusi Penelitian**

#### **1. Kontribusi Akademis.**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap teori strategi komunikasi, khususnya ketika digunakan untuk mengkaji tentang strategi komunikasi kelompok kerja aktualisasi inovasi Pojok Iklim dalam meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap perubahan iklim.

#### **2. Kontribusi Metodologis.**

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi terhadap metode Observasi Nonpartisipan, Wawancara Mendalam, Dokumentasi serta Teknik Analisis Data Kualitatif serta memberi masukan bermanfaat dalam mengembangkan ilmu komunikasi.

#### **3. Kontribusi Praktis.**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan pada Kelompok Kerja Aktualisasi Inovasi Pojok Iklim dalam meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap isu perubahan iklim.

#### **4. Kontribusi Sosial.**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan kepada masyarakat di dalam memahami tentang perubahan iklim.

### **1.6. Sistematika Penulisan**

#### **BAB I PENDAHULUAN.**

Bab ini berisi mengenai Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Pembatasan Masalah, Kontribusi Penelitian serta Sistematika Penulisan.

## **BAB II KERANGKA PEMIKIRAN**

Bab ini, peneliti menjelaskan Kajian Penelitian Terdahulu, Paradigma Konstruktivisme, Hakekat Komunikasi, Strategi Komunikasi dan Teori Pengorganisasian Karl E. Weick.

## **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Dalam bab ini peneliti menjelaskan mengenai Pendekatan Kualitatif, Jenis dan Metode Penelitian, Metode Pengumpulan Data, Metode Analisis Data, serta Waktu dan Jadwal Penelitian.

## **BAB IV HASIL PENELITIAN**

Deskripsi Penelitian, Strategi Komunikasi yang dilakukan Pojok Iklim dalam meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap perubahan iklim dan Pojok Iklim dalam Pengorganisasian Karl E. Weick.

## **BAB V ★ PENUTUP**

Kesimpulan dan saran-saran.



## DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, Burhan. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Cangara, Hafied. 2007. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Cangara, Hafied. 2013. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Effendy, Onong Uchjana. 1987. *Kamus Komunikasi*, Bandung: Alumni.
- Goleman, Daniel. 2007. *Emotional Intelligence*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Hamijoyo, Santoso. 2005. *Pemikiran dan Implementasi Komunikasi Dalam Pengembangan Masyarakat Komunikasi Partisipatoris*. Humaniora Bandung.
- Haryanto, Handrix C. 2019. *Perubahan Iklim, Siapa Yang Bertanggung Jawab?*. Insight: Jurnal Ilmiah Psikologi, Vol. 21 No. 2, Agustus 2019, pp. 50-61.
- Kreps, Gary. 1986. *Organizational Communication*. New York: Longman Inc.
- Miller, K. 2009, *Organizational Communication: Approaches and Processes, 6th edition*. California: Wadsworth Publishing Company.
- Morrisan. (2013). *Teori Komunikasi tentang Komunikator, Pesan, Percakapan, dan Hubungan (Interpersonal)*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Kriyantono, Rachmat. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kemcama Prenada Media Group.
- Morrisan, 2008. *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Mulyana, Deddy, 2007. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Pace, R. W dan Faules, D.F. 2005. *Komunikasi Organisasi Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ruslan, Rosady. 2010. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada)
- Salim, A. 2006. *Teori dan Paradigma Sosial*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Ulber, Silalahi. 2009. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Vardiansyah, Dani. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Pendekatan Taksonomi Konseptual. Ghalia Indonesia. Bogor.

Severin, Werner J. & James W. Tankard, Jr. 2011. *Teori Komunikasi Sejarah, Metode dan Terapan di dalam Media Massa edisi kelima*, Kencana Jakarta: Prenada Media Group.

### **Karya Ilmiah**

Annisa, Meyske N. 2017. *Strategi Komunikasi Humas BPJS Dalam Mensosialisasikan Program Jaminan Kesehatan Nasional*. Skripsi tidak dipublikasikan. Jakarta: Universitas Prof. Dr. Moestopo Beragama.

Malikah. 2013. *Kesadaran Diri Proses Pembentukan Karakter Islam*. Institut Agama Islam Negeri Sultan Amai Gorontalo. Jurnal Al-Ulum Volume. 13 Nomor 1 halaman 130-133.

Sudarman, Asep. 2018. *Strategi Komunikasi Untuk Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Dalam Membayar Zakat Maal*. Jurnal Ilmu Komunikasi. Vol. 2 No.1 halaman 69.

Saputra, Rahmat. 2016. *Strategi Komunikasi Dalam Peningkatan Kesadaran Masyarakat Terhadap Imunisasi Balita (Studi di Puskesmas Manggeng)*. Skripsi Universitas Islam Negeri Ar-Rainry halaman 92.

### **Internet**

Website Resmi Pojok Iklim Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan Republik Indonesia <http://pojokiklim.menlhk.go.id/>

Walhi : Kesadaran Perubahan Iklim Masyarakat Indonesia Paling Rendah <https://serat.id/2020/01/14/walhi-kesadaran-perubahan-iklim-masyarakat-indonesia-paling-rendah/> diunggah 14 Januari 2020, Ody, diakses 28 Maret 2021.