

BAB V

PENUTUP

5.1. Simpulan

Komunikasi yang dilakukan NGO Indonesia CERAH tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi, tetapi sebagai praktik komunikasi strategis melibatkan konstruksi makna, membangun pemahaman, menciptakan keterlibatan, dan mengarahkan publik menuju partisipasi. Melalui perspektif Teori Komunikasi Lingkungan Robert Cox dan Model *Dragonfly Effect*, penelitian ini menunjukkan adanya keterkaitan antara dimensi substantif komunikasi lingkungan dengan dimensi operasional kampanye digital. Komunikasi lingkungan memberikan orientasi mengenai makna dan tujuan sosial-ekologis yang hendak dibangun, sedangkan *Dragonfly Effect* menyediakan mekanisme taktis untuk mengoperasionalkan tujuan tersebut melalui *Focus*, *Grab Attention*, *Engage*, dan *Take Action*. Dengan demikian, strategi komunikasi CERAH berlangsung sebagai suatu ekosistem yang menghubungkan konstruksi makna, penyebaran pengetahuan, keterlibatan publik, dan tindakan.

NGO Indonesia CERAH menjalankan fungsi konstitutif dalam komunikasi lingkungan dengan mengonstruksi isu transisi energi sebagai isu keadilan sosial dan hak asasi manusia, organisasi ini mendekonstruksi narasi pembangunan infrastruktur energi sebagai simbol kemajuan melalui pembenturan visual antara megastruktur energi kotor dengan realitas penderitaan masyarakat akar rumput (petani dan nelayan lokal). NGO Indonesia CERAH tidak memosisikan komunikasi lingkungan sekadar sebagai saluran transmisi informasi

atau pesan semata, melainkan menjadikan aktivitas kampanye digital sebagai medium untuk merekonstruksi paradigma publik.

Strategi komunikasi lingkungan NGO Indonesia CERAH berpijak pada fungsi pragmatis, menjalankan kampanye digital dengan pesan-pesan praksis untuk mengedukasi, memberi pemahaman, dan menawarkan solusi konkret kepada publik. Melalui konten kampanye digitalnya, organisasi ini mentranslasikan kompleksitas wacana transisi energi berkeadilan dan kebijakan makro menjadi literasi ekologis yang inklusif serta mudah dipahami. Pemenuhan fungsi pragmatis mendorong audiens digital dengan kapasitas intelektual dan kritis yang esensial untuk mengevaluasi sekaligus terlibat aktif dalam mendorong proses transisi energi berkeadilan di Indonesia. Temuan memperluas konteks teori pada tataran media sosial di mana komunikasi lingkungan berkembang bukan hanya sebagai aktivitas penyampaian informasi yang bersifat monologis, tetapi juga sebagai demokratisasi pengetahuan, inklusivitas informasi-pengetahuan, dan penguatan kapasitas publik untuk bertindak.

Berdasarkan kerangka *Dragonfly Effect*, elemen *Focus* yang dimaknai sebagai tujuan kampanye digital NGO Indonesia CERAH, digerakkan oleh satu tujuan sentral yang spesifik, yakni pengarusutamaan narasi transisi energi berkeadilan. Tujuan ini menggabungkan sasaran eksplisit berupa peningkatan literasi publik, dengan sasaran implisit yang berorientasi pada mobilisasi pengawasan warga negara terhadap ketimpangan relasi kuasa dalam tata kelola energi nasional.

Strategi menarik perhatian (*Grab Attention*) yang dilakukan organisasi ini untuk menembus kebisingan arus informasi di media sosial, kampanye digital yang dilakukan memadukan penceritaan visual (*visual storytelling*) yang provokatif, seperti menggunakan kontras metaforis, dengan strategi penetrasi budaya populer. Kolaborasi bersama figur publik dari industri musik menunjukkan bahwa aktivisme iklim dapat ditranslasikan menjadi narasi kebudayaan yang trendi dan relevan bagi generasi muda.

Elemen *Engage* atau keterlibatan yang diterapkan NGO Indonesia CERAH tidak dibangun secara monologis, melainkan dialogis dengan memanfaatkan daya tarik emosional (*emotional appeal*). Strategi humanisasi terhadap korban ketidakadilan ekologis serta identifikasi kultural sukses memicu empati dan kemarahan moral, yang secara empiris mampu mengonversi audiens pasif menjadi partisipan aktif di ruang diskusi digital.

Strategi ajakan bertindak (*Take Action*) yang diterapkan oleh NGO Indonesia CERAH terbagi menjadi dua: (1) Ajakan bertindak secara *online* yang direpresentasikan melalui peluncuran platform pemantau proses pengambilan kebijakan lingkungan di tingkat global, serta berbagai program kolaborasi daring melalui konten-konten kampanye digital yang dilakukan; (2) Ajakan bertindak secara *offline* yang direpresentasikan melalui kegiatan lokakarya lingkungan, ajakan perbaikan bentang alam melalui program penanaman mangrove, serta program kolaborasi lainnya. Secara garis besar, NGO Indonesia CERAH mampu menyediakan instrumen partisipasi yang terstruktur bagi publik.

Penelitian ini menunjukkan bahwa fungsi konstitutif dan pragmatis dalam komunikasi lingkungan memberikan dimensi substantif mengenai apa yang dikonstruksi, nilai apa yang diperjuangkan, dan perubahan sosial-ekologis apa yang diarahkan melalui komunikasi. Sementara itu, Focus, Grab Attention, Engage, dan Take Action berfungsi sebagai mekanisme operasional yang memungkinkan tujuan substantif tersebut dijalankan dalam ekosistem kampanye digital. Penelitian ini menawarkan proposisi dalam kajian komunikasi strategis, dimana platform media sosial berbasis visual seperti Instagram memiliki kapasitas untuk memfasilitasi advokasi isu makro-struktural yang kompleks. Hal ini bergantung pada pendekatan yang digunakan organisasi dalam mengelola serta mengemas pesan lingkungan yang bersifat kompleks mampu ditranslasikan secara pragmatis ke dalam bahasa kemanusiaan yang berorientasi pada empati sosial serta pendekatan kebudayaan populer.

5.2. Saran

Berpijak pada penelitian yang telah dilakukan, Bagian ini disusun sebagai tindak lanjut dari temuan serta keterbatasan yang diidentifikasi dalam penelitian, dengan tujuan memberikan arah pengembangan bagi studi selanjutnya. Rekomendasi yang diajukan diharapkan dapat menjadi rujukan konseptual maupun metodologis bagi peneliti berikutnya dalam memperluas cakupan, memperdalam analisis, serta meningkatkan kualitas dan ketajaman hasil penelitian di masa mendatang.

Berdasarkan batasan metodologis, penelitian selanjutnya direkomendasikan untuk memperluas kajian kampanye digital melalui penerapan

pendekatan metodologis campuran (*mixed-methods*). Hal ini akan memperluas temuan-temuan terkait aktivitas kampanye digital yang dilakukan oleh NGO (*Non-Governmental Organization*), terkait dinamika manajerial, kendala strategis, hingga rasionalisasi pengambilan keputusan dalam proses produksi pesan, sehingga evaluasi terhadap efektivitas komunikasi lingkungan dapat dilakukan secara lebih komprehensif, mencakup niat komunikator hingga penerimaan audiens.

Selanjutnya, untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai aktivisme digital terkait isu lingkungan, kajian mendatang diharapkan dapat memperluas lokus penelitian pada studi lintas platform media sosial. Eksplorasi komparatif lintas platform dapat mengungkap bagaimana kampanye digital yang dijalankan organisasi bisa selaras dengan karakteristik masing-masing platform media sosial, sekaligus memetakan perbedaan karakter demografis dan tingkat partisipasi publik di tiap platform.

Rekomendasi lainnya adalah perlunya eksplorasi mengenai intervensi algoritma media sosial dan dampaknya terhadap fenomena *echo chamber* dalam penyebaran narasi transisi energi berkeadilan. Kampanye advokasi digital sering kali dihadapkan pada tantangan fragmentasi audiens, di mana pesan yang dikonstruksi berpotensi hanya berputar di kalangan masyarakat yang memang telah memiliki kesadaran ekologis sejak awal. Penelitian selanjutnya sangat relevan untuk membedah sejauh mana mekanisme algoritmik menghambat atau justru memfasilitasi penetrasi kampanye lingkungan kepada segmentasi publik yang lebih relevan.