



KOMUNIKASI LINGKUNGAN

Selly Oktarina, Mirza Shahreza, Rini Riyantini, Eko Purwanto,
Mohamad Ghazali Moenawar, Hudi Santoso, Siti Dewi Sri Ratna Sari,
Ana Kuswanti, Wahidin, Eko Sudarmanto

Editor: Dr. Irwan, M.Si | Abdul Basit, ST., M.I.Kom.



KOMUNIKASI LINGKUNGAN

Sanksi Pelanggaran Pasal 183

Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf e, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
3. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf c, dan/atau huruf g untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
4. Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).

Selly Oktarina, Mirza Shahreza, Rini Riyantini, Eko Purwanto,
Mohamad Ghazali Moenawar, Hudi Santoso,
Siti Dewi Sri Retna Sari, Ana Kuswanti,
Wahidin, Eko Sudarmanto

Editor:
Dr. Irwan, M.Si
Abdul Basit, ST., M.I.Kom.

KOMUNIKASI LINGKUNGAN



Penerbit
MINHAJ PUSTAKA

KOMUNIKASI LINGKUNGAN

Copyright © April 2025

Penulis : Selly Oktarina
Mirza Shahreza
Rini Riyantini
Eko Purwanto
Mohamad Ghosali Moenawar
Hadi Santoso
Siti Dewi Sri Ratna Sari
Ana Kuswanti
Wahidin
Eko Sudarmanto
Editor : Dr. Irwan, M. Si
Abdul Basit, ST., M.I. Kom.
Setting dan layout : Team Minhaj Pustaka
Desain cover : Team Minhaj Pustaka

Hak Penerbitan ada pada © Minhaj Pustaka 2025

Hakcipta © 2025 pada penulis

Ukuran: UNESCO (15,5 x 23 cm)

Halaman : viii, 168 hal

Hak cipta dilindungi Undang-undang

Dilarang mengutip, memperbanyak dan menerjemahkan sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari penerbit Minhaj Pustaka

Cetakan I, April 2025

ISBN: 978-634-7200-40-2



Penerbit
MINHAJ PUSTAKA

Jl. Pandawa II, D8 J, No. 97, Gelam Jaya, Pasar Kemis, Tangerang

Banten – Indonesia

Telp. 085717079887

E-mail : minhajpustaka@gmail.com

Website: www.minhajpustaka.id

PRAKATA PENULIS

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga buku berjudul *Komunikasi Lingkungan* ini dapat disusun dan diselesaikan dengan baik. Buku ini merupakan hasil kolaborasi dari para akademisi yang memiliki perhatian dan kepedulian mendalam terhadap isu-isu lingkungan hidup serta pentingnya komunikasi dalam merespons dinamika perubahan iklim, degradasi lingkungan, dan tantangan pembangunan berkelanjutan.

Sebagai bagian dari disiplin komunikasi pembangunan, komunikasi lingkungan hadir bukan hanya sebagai alat penyampai informasi, tetapi juga sebagai jembatan dialog, ruang refleksi, dan wahana perubahan perilaku menuju ekosistem yang lebih lestari. Melalui pendekatan lintas sektor, budaya lokal, media sosial, hingga strategi partisipatif, buku ini mencoba memberikan wawasan, studi kasus, serta strategi praktis dalam menerapkan komunikasi yang efektif untuk perlindungan dan pelestarian lingkungan.

Kami berharap buku ini dapat menjadi referensi yang bermanfaat bagi mahasiswa, dosen, peneliti, pengambil kebijakan, aktivis lingkungan, serta masyarakat umum yang tertarik mendalami aspek komunikasi dalam konteks isu-isu lingkungan. Semoga hadirnya buku ini turut mendorong kesadaran kolektif dan aksi nyata untuk menciptakan masa depan bumi yang lebih hijau dan berkelanjutan.

Akhir kata, kami menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung terwujudnya buku ini. Kritik dan saran yang membangun sangat kami harapkan demi perbaikan pada edisi-edisi selanjutnya.

Tangerang, April 2025

Tim Penulis

DAFTAR ISI

PRAKATA PENULIS.....	v
DAFTAR ISI	vii
Komunikasi Lingkungan dan Perubahan Iklim	1
Selly Oktarina	
Peran Media Sosial dalam Advokasi Lingkungan: Studi Kasus.....	11
Mirza Shahreza	
Komunikasi Risiko dalam Pengelolaan Sumber Daya Alam	25
Rini Riyantiti	
Strategi Komunikasi untuk Pelestarian Keanekaragaman Hayati	43
Eko Purwanto	
Komunikasi Lingkungan Perspektif Budaya Lokal dengan Integrasi Islam di Indonesia	63
Mohamad Ghozali Moenawar	
Kolaborasi Multisektoral dalam Komunikasi Lingkungan	85
Hudi Santoso	
Komunikasi Krisis Lingkungan: Respons Terhadap Bencana Alam	99
Siti Dewi Sri Ratna Sari	
Komunikasi Untuk Perubahan Perilaku: Kasus Kampanye Pengurangan Sampah Plastik di Cipayung	115
Ana Kuswanti	

Teknologi Hijau dan Komunikasi Lingkungan: Menjembatani Inovasi dan Kelestarian	133
Wahidin	
Islamic Environmental Communication	149
Elko Sudarmanto	

Komunikasi Lingkungan dan Perubahan Iklim

Oleh: Selly Oktarina
Universitas Sriwijaya

A. Pengertian Komunikasi Lingkungan dan Perubahan Iklim

Perubahan lingkungan dan iklim merupakan suatu fenomena yang sangat penting diperhatikan di negara kita, karena memiliki dampak yang cukup besar terhadap usahatani khususnya dalam sektor pertanian. Menurut Nugroho *et al.*, (2023), sektor pertanian berdampak besar terhadap cekaman lingkungan dimana banyak masyarakat bekerja di sektor tersebut dan sebagai sumber pangan.

Perubahan lingkungan ini sesuai dengan tujuan pembangunan berkelanjutan (SDGs) yang saling terkait sebagai agenda global yang disepakati anggota Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) yaitu salah satunya isi lingkungan (penanganan perubahan iklim). Perubahan lingkungan merupakan proses terjadinya perubahan pada kondisi alam yang disebabkan faktor alam dan manusia. Penelitian Julismain (2013); Mook & Swanson, (2024) menyatakan adanya perubahan iklim di Indonesia disebabkan oleh ulah dan aktivitas manusia, seperti urbanisasi, deforestasi, industrialisasi, dan oleh aktivitas alam karena meningkatnya frekuensi bencana alam seperti pergeseran kontinen, letusan gunung berapi, perubahan orbit bumi terhadap matahari, noda matahari, penipisan sumber daya dan El- Nino

Perubahan iklim adalah perubahan yang terjadi pada pola cuaca, suhu udara, dan faktor-faktor lingkungan lainnya dalam jangka waktu panjang yang mempengaruhi ekosistem bumi yang berpengaruh kepada kesehatan, kesejahteraan, dan lingkungan hidup (Ainurrohman dan Sudarti, 2022; Abdilllah *et al.*, 2024). Perubahan iklim sudah dirasakan masyarakat Indonesia, yang dapat dilihat dari kenaikan suhu udara, perubahan pola dan intensitas curah hujan, kenaikan muka laut, dan kejadian iklim ekstrem seperti badai, banjir, kekeringan, serta naiknya permukaan laut, perubahan klasifikasi Oldeman, dan perubahan hitergraf dan penurunan hasil produksi (Ruminta *et al.*, 2018; Abdilllah *et al.*, 2024).

Komunikasi diartikan sebagai proses penyampaian pesan dari sumber ke komunikan (Effendy, 2000). Komunikasi berfungsi sebagai jembatan antara berbagai pemangku kepentingan, termasuk pemerintah, LSM, dan sektor swasta, yang mendorong kerja sama untuk mengatasi masalah lingkungan secara kolektif (Nasution & Sazali, 2024). Dalam hal ini, komunikasi lingkungan merupakan salah satu bidang yang mengkaji proses informasi tentang isu lingkungan dapat sampai dan diterima oleh individu atau kelompok. Komunikasi lingkungan didefinisikan sebagai konstruksi sosial dan simbolis lingkungan, partisipasi publik dalam keputusan lingkungan, resolusi konflik, jurnalisme lingkungan, media sosial, kampanye advokasi lingkungan, komunikasi sains, gerakan keadilan lingkungan dan keadilan iklim, komunikasi risiko, pemasaran hijau, dan kampanye advokasi perusahaan (Cox, 2013). Menurut Shahreza *et al.*, (2020), komunikasi lingkungan merupakan upaya mengampanyekan, mengedukasi dan menggerakkan masyarakat agar berempati dan berperan aktif terhadap masalah lingkungan.

Komunikasi Lingkungan merupakan tanggung jawab semua pihak yang terlibat. Seiring dengan tujuan komunikasi secara umum maka komunikasi lingkungan bertujuan untuk memberikan informasi yang terkait dengan isu-isu lingkungan sehingga dapat memengaruhi kesadaran, sikap, perilaku, dan kebijakan serta dapat memberikan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi (Nasution & Sazali, (2024); Chakraborty, (2025)). Penelitian Nugroho *et al.*, (2023) menunjukkan

Perubahan iklim adalah perubahan yang terjadi pada pola cuaca, suhu udara, dan faktor-faktor lingkungan lainnya dalam jangka waktu panjang yang mempengaruhi ekosistem bumi yang berpengaruh kepada kesehatan, kesejahteraan, dan lingkungan hidup (Ainurrohman dan Sudarti, 2022; Abdilllah *et al.*, 2024). Perubahan iklim sudah dirasakan masyarakat Indonesia, yang dapat dilihat dari kenaikan suhu udara, perubahan pola dan intensitas curah hujan, kenaikan muka laut, dan kejadian iklim ekstrem seperti badai, banjir, kekeringan, serta naiknya permukaan laut, perubahan klasifikasi Oldeman, dan perubahan hidrograf dan penurunan hasil produksi (Ruminta *et al.*, 2018; Abdilllah *et al.*, 2024).

Komunikasi diartikan sebagai proses penyampaian pesan dari sumber ke komunikan (Effendy, 2000). Komunikasi berfungsi sebagai jembatan antara berbagai pemangku kepentingan, termasuk pemerintah, LSM, dan sektor swasta, yang mendorong kerja sama untuk mengatasi masalah lingkungan secara kolektif (Nasution & Sazali, 2024). Dalam hal ini, komunikasi lingkungan merupakan salah satu bidang yang mengkaji proses informasi tentang isu lingkungan dapat sampai dan diterima oleh individu atau kelompok. Komunikasi lingkungan didefinisikan sebagai konstruksi sosial dan simbolis lingkungan, partisipasi publik dalam keputusan lingkungan, resolusi konflik, jurnalisme lingkungan, media sosial, kampanye advokasi lingkungan, komunikasi sains, gerakan keadilan lingkungan dan keadilan iklim, komunikasi risiko, pemasaran hijau, dan kampanye advokasi perusahaan (Cos, 2013). Menurut Shahreza *et al.*, (2020), komunikasi lingkungan merupakan upaya mengkampanyekan, mengedukasi dan menggerakkan masyarakat agar berempati dan berperan aktif terhadap masalah lingkungan.

Komunikasi Lingkungan merupakan tanggung jawab semua pihak yang terlibat. Seiring dengan tujuan komunikasi secara umum maka komunikasi lingkungan bertujuan untuk memberikan informasi yang terkait dengan isu-isu lingkungan sehingga dapat memengaruhi kesadaran, sikap, perilaku, dan kebijakan serta dapat memberikan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi (Nasution & Sazali, (2024); Chakraborty, (2025)). Penelitian Nugroho *et al.*, (2023) menunjukkan

petani Selopamioro melakukan manajemen pengairan melalui embung, diversifikasi komoditas, serta penggunaan input organik sebagai bentuk adaptif terhadap fenomena perubahan iklim.

Komunikasi lingkungan mencakup berbagai bentuk Komunikasi meliputi: lisan, tulisan, dan visual, yang disampaikan melalui berbagai media, seperti: media massa, media sosial, kampanye publik, pendidikan, serta dialog (pemerintah, masyarakat, dan swasta). Menurut Mykhailovska (2024) bahwa media sosial lebih efektif dibandingkan media cetak dan elektronik dalam menarik dan menyebarkan informasi terkait isu lingkungan.

B. Sejarah dan Perkembangan Studi Komunikasi Lingkungan

Studi komunikasi lingkungan muncul adanya kesadaran manusia dalam menjaga alam dan sumber daya yang ada. Abad ke-20, komunikasi mengenai masalah lingkungan masih terbatas hanya pada ilmuwan dan aktivis konservasi alam. Tahun 1960-an dan 1970-an, kesadaran masyarakat terhadap lingkungan mulai meningkat dan dianggap sebagai titik awal studi komunikasi lingkungan. Pada saat itu, publik mulai menyadari pentingnya menjaga keseimbangan alam. Peningkatan perhatian masyarakat terhadap isu lingkungan ditunjukkan adanya publikasi buku *Silent Spring* (bahaya pestisida terhadap lingkungan dan makhluk hidup) (Willoughby & Smith, 2016).

Pada tahun 1970, adanya berita perayaan Hari Bumi dan krisis lingkungan hidup berupa: 1) Limbah merkuri di perairan Ontario, 2) Hujan Asam/Polusi Udara, 3) Kerusakan habitat dari kepunahan hewan, 4) Insiden Nuklir Chernobyl, merupakan tonggak penting bagi gerakan lingkungan. Isu lingkungan semakin berkembang dan media massa (televisi, radio, dan poster) mulai memainkan peran dalam menyebarkan pentingnya konservasi alam dan pencegahan kerusakan lingkungan sebagai bentuk kampanye kesadaran lingkungan. Kemudian adanya penurunan berita tentang lingkungan pada tahun 1980. Tahun 1990, terbentuknya *Society of Environmental Journalist* (SEJ) yang bertujuan memperkuat kualitas jangkauan dan

kelangsungan jurnalisme di semua media agar publik paham terkait isu lingkungan (Pezzullo & Cox, 2018).

Ranah akademik, teori komunikasi mulai diterapkan untuk memahami cara-cara penyebaran informasi mengenai isu-isu lingkungan adalah teori komunikasi massa dan teori difusi inovasi. Teori komunikasi massa, melihat bagaimana media dapat mempengaruhi persepsi dan sikap publik terhadap lingkungan sedangkan teori difusi inovasi, mempelajari bagaimana ide baru atau inovasi dalam konservasi lingkungan dapat menyebar dan diterima oleh masyarakat.

Pada tahun 1990-an, pendekatan dalam komunikasi lingkungan fokus pada mendorong partisipasi aktif masyarakat, pemerintah, swasta, dan berbagai pihak lainnya dalam menyelesaikan masalah lingkungan. Konsep ini dikenal dengan komunikasi partisipatif yang menekankan pentingnya dialog terbuka dan kolaborasi antara berbagai kelompok dalam menghadapi permasalahan lingkungan.

Penggunaan internet dan teknologi digital mulai berkembang pesat, membawa perubahan dalam cara informasi lingkungan disebarkan. Media sosial, website, dan forum-forum online mulai digunakan untuk menyebarkan kesadaran lingkungan secara lebih luas dan interaktif. Searah dengan penelitian Jharotia (2018) yang menyatakan penyadaran terhadap lingkungan melalui berbagai media seperti: media tradisional (radio, TV, koran dan majalah), media cetak (koran, majalah dan iklan), dan social media (blog, FB, Twitter)

Sejarah dan perkembangan studi komunikasi lingkungan menunjukkan betapa pentingnya peran komunikasi dalam mengatasi masalah lingkungan yang kompleks. Awalnya, studi ini bertujuan untuk menyebarkan informasi, kemudian berkembang lebih canggih dengan pendekatan multidisipliner, yang mencakup teori dari komunikasi, psikologi, sosiologi, dan politik. Ke depannya, komunikasi lingkungan dapat berperan dalam membentuk persepsi, sikap, dan perilaku masyarakat terhadap isu lingkungan bagi kelangsungan hidup di bumi.

Komunikasi lingkungan merupakan bagian sub disiplin menarik dalam bidang komunikasi pembangunan dan perubahan sosial dimana di

dalamnya mencakup segala interaksi antara manusia dengan lingkungan (Lie dan Servaes, 2015). Pendapat menyatakan ruang lingkup studi komunikasi lingkungan meliputi: 1) Retorika dan wacana lingkungan; 2) Media dan jurnalisme lingkungan; 3) Partisipasi publik dalam pengambilan keputusan mengenai isu lingkungan; 4) Edukasi publik dan kampanye advokasi atau disebut juga *social marketing*; 5) Kolaborasi lingkungan dan resolusi konflik; 6) Komunikasi risiko; 7) Reprerentasi isu lingkungan dalam budaya populer dan *green marketing* (Cox, 2013 dalam Ardian, 2018).

C. Pentingnya Komunikasi dalam Isu-Isu Lingkungan Global

Komunikasi merupakan kunci utama dalam upaya mengatasi isu lingkungan secara global. Komunikasi ini penting dilakukan dengan cara melakukan perubahan terhadap sumber daya manusia. Pembangunan sumber daya manusia penting dilakukan untuk menjadikan mereka faham tentang perubahan iklim, potensi dampak negatif yang ditimbulkan, membuat pilihan adaptasi yang paling tepat, dan melakukan tindakan adaptasi dengan baik (Rochmayanto *et al.*, 2014).

Isu lingkungan global dapat diatasi dengan mengkomunikasikan pentingnya menjaga lingkungan agar tidak terjadi perubahan yang membahayakan. Hal ini perlu dilakukan melalui edukasi pengelolaan lingkungan sebagai upaya untuk mencegah terjadinya kerusakan lingkungan dan proses penyadaran melalui perencanaan, pengendalian serta penegakan hukum (Neolaka, 2008 dalam Aldino *et al.*, 2020). Salah satu upaya yang dapat dilakukan yaitu penyuluhan, kampanye, dan sosialisasi mulai dari anak-anak hingga dewasa. Penelitian Widjaya *et al.*, (2024) dan Chakraborty, (2025), memanfaatkan media lokal seperti koran dan radio untuk promosi dan membangun kesadaran terhadap lingkungan, kampanye 30 hari tanpa sampah sebagai pembiasaan berkelanjutan.

Hal ini dapat meningkatkan kesadaran dan perilaku masyarakat menuju kehidupan berkelanjutan, salah satunya melalui strategi komunikasi yang efektif di berbagai platform media yang dapat menyebarkan

informasi penting, dan memotivasi kesadaran dalam menjaga lingkungan. Melalui proses komunikasi maka masyarakat dapat saling berinteraksi satu sama lain baik secara tatap muka maupun menggunakan media, yang diharapkan terjadi pemahaman yang sama (*mutual understanding*) tentang peduli terhadap lingkungan.

Selain itu, salah satu bentuk komunikasi yang dapat dilakukan yaitu: memasukkan pentingnya isu lingkungan dalam salah satu topik pembelajaran, membuat poster, buku saku dan pelaksanaan seminar. Hal ini seiring pendapat Dewi dan Rosalina (2022) menyatakan UNICEF menyarankan untuk memberikan pemahaman tentang lingkungan mulai dari anak yang dapat dimasukkan dalam kurikulum sekolah.

Pentingnya dukungan dari pemerintah dengan memberikan iklan terkait menghadapi perubahan iklim dan lingkungan, berupa:

- Perilaku dalam konsumsi sumber daya alam khususnya menggunakan listrik secukupnya dengan cara mematikan lampu atau peralatan elektronik lainnya jika telah selesai atau tidak digunakan untuk menghemat energi (Ilhama *et al.*, 2024).
- Melakukan pengolahan terhadap sampah organik dan anorganik serta mengurangi penggunaan plastik (Yulianto *et al.*, 2023).
- Meningkatkan kesadaran publik tentang pentingnya menjaga kelestarian alam (Aisyah *et al.*, 2024).
- Melakukan kampanye global melalui peringatan Hari Bumi dan penayangan film dokumenter
- Melakukan perubahan perilaku masyarakat melalui pola konsumsi, pengelolaan sumber daya, dan gaya hidup yang lebih ramah lingkungan.
- Komunikasi yang efektif terkait pengelolaan lingkungan, mulai dari kebijakan energi, pengelolaan sampah, hingga perlindungan kawasan hutan.
- Edukasi melalui teknologi platform digital dan media sosial berperan penting dalam penyebaran pesan lingkungan seperti Twitter, Instagram, dan YouTube (Pratiwi *et al.*, 2023).

Dalam membangun kesadaran masyarakat terhadap kelestarian lingkungan, diperlukan *political will* pemerintah daerah dalam mengomunikasikan melalui strategi komunikasi lingkungan hidup yang dapat membangun kesadaran dan kepedulian masyarakat (Wahyudin, 2017).

Referensi

- Abdillahi, A. A. M. P., Rahmawati, A. V., & Karnal, U. (2024). Perubahan Iklim dan Krisis Lingkungan: Tantangan Hukum dan Peran Masyarakat. *Depositi: Jurnal Publikasi Ilmu Hukum*, 2(2), 364–375. <https://doi.org/10.59581/deposisi.v2i2.3206>
- Ainurrohmah, S., & Sudarti, S. (2022). Analisis Perubahan Iklim dan Global Warming yang Terjadi sebagai Fase Kritis. *Jurnal Phi Jurnal Pendidikan Fisika Dan Fisika Terapan*, 8(1), 1–10. <https://doi.org/10.22373/p-jpft.v3i3.13359>
- Aisyah, A., Putri, K. A. J. A., & Firjanah, L. (2024). Pentingnya Membangun Kesadaran Lingkungan Melalui Pembelajaran PKN di Sekolah Dasar Guna Membentuk Karakter Peduli Lingkungan pada Siswa. *Jurnal Pendidikan Guru Sekolah Dasar*, 1(3), 11. <https://doi.org/10.47134/pgsd.v1i3.529>
- Aldino, P., Safitri, R., Ilmu Komunikasi, M., & Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, F. (2020). Studi Komunikasi Lingkungan Melalui Komunikasi Kelompok Terhadap Edukasi Pengelolaan Lingkungan Dengan Pendekatan Teori Strukturalis Adapeif Pada Masyarakat Kota Malang. *Jurnal LINIMASA*, 3(1), 46–56.
- Ardian, H. Y. (2018). Kajian Teori Komunikasi Lingkungan dalam Penelitian Pengelolaan Sumber Daya Alam. *Jurnal Perspektif Komunikasi*, 2(1), 1–20. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/perspektif/article/view/3894>
- Chakraborty, M. (2025). The role of communication strategies in creating environmental sustainability: Awareness with special reference to swatch Bharat Abhiyan in Assam. *International Journal of Arts, Humanities and Social Studies*, 7(1), 30–35. <https://doi.org/10.33345/26648052.2025.v7.i1a.150>

- Cox, R. (2013). *Environmental Communication and the Public Sphere* (3rd ed.). Sage.
- Dewi, A. R., & Rosalina, E. (2022). Mengenal Perubahan Iklim. In *IRID: Indonesia Research Institute for Decarbonization* (Vol. 1, Issue 1). <https://irid.or.id/wp-content/uploads/2022/08/FINAL-Mengenal-Perubahan-Iklim.pdf>
- Effendy, O. U. (2000). Ilmu komunikasi teori dan praktek. In *Remaja Rosdakarya*. PT Remaja Rosdakarya. <https://doi.org/10.1155/2014/616432>
- Ilham, M., Fauzi, R., Naila, L., Dian, K., & Afiani, A. (2024). Perilaku Hemat Energi Pada Siswa Sekolah Dasar: Studi Kualitatif Deskriptif. *JANACTTA: Journal of Primary and Children's Education*, 7(2), 157–169.
- Jharotia, A. K. (2018). Role of Media in Enhancement of Environmental Awareness. *Conference: Power of Media: Shaping the Future At: Tenzia Auditorium, New Delhi*, 1–11.
- Julistini. (2013). Dampak dan perubahan iklim di Indonesia. *Jurnal Geografi*, 5(1), 39–46. <http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/REI22017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484>
- Mook, A., & Swanson, E. (2024). Environmental Change. In *The Blackwell Encyclopedia of Sociology* (pp. 1–6). Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781405165518.wbeose104.pub2>
- Mykhailovska, O. (2024). Effectiveness of using media communication in environmental governance. *Selected Papers of VI International Conference on European Dimensions of Sustainable Development, May 15 – 17, 2024 – Kyiv: NUFT*, 108–117. <https://doi.org/10.24263/EDSD-2024-6-14>
- Nasution, M. S., & Sazali, H. (2024). Peran Komunikasi dalam Membangun Keberlanjutan dan Ketahanan Lingkungan. *Keslaaj: Religion Education Social Lae Raibit Journal*, 6(9), 3984–4000. <https://doi.org/10.47467/keslaaj.v6i9.2432>
- Nugroho, N. C., Andarwati, S., & Wati, R. I. (2023). Praktik Petani

- dalam Menghadapi Perubahan Iklim (Studi Petani di Sentra Pertanian Selopamioro Kabupaten Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta). *Jurnal Triton*, 14(2), 529–542. <https://doi.org/10.47687/jt.v14i2.502>
- Pezzullo, P. C., & Cox, J. R. (2018). Environmental communication. In *Environmental communication and the public sphere*.
- Pratiwi, C., Yunarti, S., & Komsiah, S. (2023). Peran Mahasiswa Dalam Menjaga Kelestarian Lingkungan Dengan Memanfaatkan Media Sosial. *Sosial Dan Humaniora*, 7(3), 390–404.
- Rochmayanto, Y., Sakuntaladewi, N., & Wibowo, L. R. (2014). Pengarus-utamaan biaya adaptasi terhadap perubahan iklim dalam perencanaan pembangunan. *Policy Brief*, 8(7), 1–8. [https://dlh.bulelengkab.go.id/informasi/detail/artikel/perubahan-iklim-climate-change-32#:~:text=IPCC \(2001\) menyatakan bahwa perubahan,\(biasanya dekade atau lebih\)](https://dlh.bulelengkab.go.id/informasi/detail/artikel/perubahan-iklim-climate-change-32#:~:text=IPCC%20(2001)%20menyatakan bahwa perubahan,(biasanya dekade atau lebih))
- Ruminta, R., Handoko, H., & Nurmala, T. (2018). Indikasi perubahan iklim dan dampaknya terhadap produksi padi di Indonesia (Studi kasus: Sumatera Selatan dan Malang Raya). *Jurnal AGRO*, 5(1), 48–60. <https://doi.org/10.15575/1607>
- Shahreza, M., Sarwiti, S., Arifin, H. S., & Hapsari, D. R. (2020). Komunikasi Lingkungan Pengelolaan Sampah pada Bank Sampah di Tangerang Selatan. *Penelitian Komunikasi*, 23(2), 113–128. <https://doi.org/10.20422/jpk.v23i2.721>
- Wahyudin, U. (2017). Strategi Komunikasi Lingkungan Dalam Membangun. *Jurnal Common*, 1(2), 130–134. <https://ojs.unikom.ac.id/index.php/common/article/download/576/425>
- Widjaya, A. S., Meliala, Y. H., & Srisadono, W. (2024). The Effect of The #30DaysZeroWasteChallenge Campaign Message On Awareness and Behaviour Changes of @zerowaste.id_official_followers. *ICCD*, 6(1), 345–350. <https://doi.org/10.33068/iccd.v6i1.782>
- Willoughby, J. F., & Smith, H. (2016). Communication Strategies and New Media Platforms. *Science Communication*, 38(4), 535–545. <https://doi.org/10.1177/1075547016648151>

Yulianto, G., Iswantari, A., & Wulandari, D. Y. (2023). Edukasi Pengolahan Sampah Organik Rumah Tangga dan Pembuatan Lubang Biopori (Education on Household Organic Waste Processing and Making Biopori Holes). *Jurnal Pusathnawari Masyarakat*, 5(1), 1-9.

Profil Penulis



Dr. Selly Oktarina, S.P., M.Si

Penulis merupakan Dosen Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya. Pendidikan S1 diselesaikan di Universitas Sriwijaya serta Pendidikan S2 dan S3 diselesaikan di IPB University.

Penulis banyak melakukan penelitian terkait penyuluhan pertanian, pemberdayaan masyarakat dan komunikasi pembangunan. Penulis cukup aktif menulis jurnal ilmiah, modul perkuliahan dan buku. Beberapa buku yang sudah pernah dihasilkan berupa buku populer kisah inspiratif perjuangan selama menempuh pendidikan S-3 bersama teman seperjuangan berjudul: "Find The Way" (2020), dan buku islami berjudul: "Semua atas Izin Allah" (2023). Buku referensi (book chapter) berjudul Komunikasi Pembangunan Berkelanjutan" (2024) dan buku ini merupakan buku kedua yang ditulis bersama teman lainnya. Saat ini penulis juga sedang mempersiapkan buku referensi lainnya.