



Strategi Komunikasi Program Kampung Iklim Dalam Mendorong Partisipasi Generasi Z Pada Kegiatan Sosial

Sarah Rizqi Aprilia^{*1}, Iin Soraya², Yogi Ariska³
Universitas Bina Sarana Informatika, Jakarta, Indonesia
Email: sarahlyla07@gmail.com¹

Abstrack

The growing concern over climate change has prompted the Indonesian government to implement the community-based Climate Village Program (ProKlim). However, participation from Generation Z in this program remains relatively low, despite their significant potential as agents of change. This study aims to examine the communication strategies of ProKlim in encouraging Generation Z's involvement in environmental social activities in RW 03, Cempaka Putih Timur. The research adopts a qualitative approach by applying the AIDDA communication model (Attention, Interest, Desire, Decision, Action) and Lasswell's communication theory (Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect). The findings show that the communication strategy comprehensively covers all elements of communication. Communicators employ both direct approaches and social media, delivering messages in a simple and easily understood manner. Although digital media utilization is not yet optimal, the approach has begun to attract the attention and interest of Generation Z and foster real actions. These findings indicate that the implemented communication strategy has the potential to significantly enhance Generation Z's participation in future environmental sustainability efforts.

Keywords: Communication Strategy, Climate Village Program, Generation Z, AIDDA

Abstrak

Perubahan Iklim yang kian mengkhawatirkan mendorong implementasi Program Kampung Iklim (ProKlim) berbasis komunitas oleh pemerintah Indonesia. Namun, partisipasi Generasi Z dalam program ini masih tergolong rendah, meskipun mereka memiliki potensi besar sebagai agen perubahan. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi komunikasi ProKlim dalam mendorong keterlibatan Generasi Z pada kegiatan sosial lingkungan di RW 03 Kelurahan Cempaka Putih Timur. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan menerapkan model komunikasi AIDDA (Attention, Interest, Desire, Decision, Action) dan unsur komunikasi Lasswell (Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect). Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi telah mencakup seluruh unsur komunikasi secara menyeluruh. Komunikator menggunakan pendekatan langsung dan media sosial dengan penyampaian pesan yang sederhana dan mudah dipahami. Meskipun pemanfaatan media digital belum maksimal, pendekatan ini mulai berhasil menarik perhatian dan minat Generasi Z serta mendorong tindakan nyata. Temuan ini mengindikasikan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan berpotensi meningkatkan partisipasi Generasi Z secara lebih signifikan dalam upaya keberlanjutan lingkungan di masa depan.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Program Kampung Iklim, Generasi Z, AIDDA

PENDAHULUAN

Perubahan iklim merupakan isu global yang dampaknya semakin dirasakan. Adanya perubahan iklim menjadi tantangan global yang berdampak dalam banyak sektor kehidupan, seperti pertanian, ketersediaan air, kesehatan, hingga keberlangsungan ekosistem. Di Indonesia, perubahan iklim memicu berbagai permasalahan lingkungan yang kompleks. Kenaikan permukaan air laut mengancam wilayah pesisir seperti Jakarta Utara yang dapat menyebabkan banjir dan hilangnya permukiman. Menurut riset dari Badan Meteorologi, Klimatologi dan Geofisika (BMKG), permukaan air laut di Indonesia mengalami kenaikan rata-rata sekitar 4–8 mm per tahun (BMKG, 2022). Selain itu, perubahan pola hujan menyebabkan krisis air bersih, terutama saat musim kemarau panjang, akibat berkurangnya aliran sungai dan waduk. Kedua kondisi ini dapat mempengaruhi kehidupan masyarakat dan keberlanjutan lingkungan.

Dengan adanya tantangan tersebut, pemerintah Indonesia mendorong berbagai upaya adaptasi dan mitigasi berbasis komunitas, salah satunya melalui Program Kampung Iklim (ProKlim) yang diinisiasi oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK). Program Kampung Iklim bukan hanya berskala nasional, tetapi melibatkan partisipasi aktif dari masyarakat tingkat lokal. Program ini bertujuan untuk mendorong masyarakat agar lebih peduli dan aktif dalam menjaga lingkungan melalui berbagai kegiatan seperti pengelolaan sampah, peningkatan ketahanan pangan, jumantik, dan posyandu.

Sesuai dengan landasan kebijakan ProKlim dalam Peraturan Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan Nomor P.84/MENLHK-SETJEN/KUM.1/11/2016, ProKlim merupakan program yang memberikan pengakuan dan apresiasi terhadap partisipasi aktif masyarakat dalam upaya adaptasi dan mitigasi perubahan iklim pada wilayah administratif setingkat RT/RW hingga kelurahan/desa. Program ini membuka ruang kolaborasi antar warga dan pemerintah daerah dalam melaksanakan kegiatan ramah iklim. Ketentuan teknis pelaksanaannya dijabarkan dalam Peraturan Direktur Jenderal Pengendalian Perubahan Iklim Nomor P.1/PPI/SET/KUM.1/2/2017 tentang Pedoman Pelaksanaan Program Kampung Iklim. Keberhasilan Program Kampung Iklim ditentukan oleh berbagai faktor seperti unsur kelembagaan, perencanaan teknis, ketersediaan sarana dan prasarana, serta partisipasi masyarakat. Partisipasi masyarakat menjadi penting karena Program Kampung Iklim memerlukan keterlibatan masyarakat sebagai pelaku dan penerima manfaat. Salah satu tantangan yang dihadapi ialah keterlibatan Generasi Z (Gen Z), yaitu generasi yang lahir antara

tahun 1997 hingga 2012. Gen Z dikenal memiliki karakteristik berbeda dibandingkan generasi sebelumnya.

Menurut Hendrawan et al. (2023), “Generasi Z tumbuh dalam dunia yang penuh dengan isu-isu global seperti perubahan iklim, ketidakadilan sosial, dan krisis kesehatan global.” (Napriadi & Emiyati, 2024). Selain itu, Gen Z memiliki kecenderungan tidak aktif dalam keterlibatan kegiatan sosial. Gen Z memiliki gaya komunikasi yang cepat dan lebih memilih media digital sebagai sarana utama berinteraksi, menjadikan tantangan besar dalam mengajak mereka aktif berpartisipasi dalam kegiatan sosial. “Kecakapan generasi muda dalam menggunakan media sosial dapat dimanfaatkan secara strategis untuk menyuarakan isu-isu lingkungan seperti perubahan iklim.” (Sahendra dkk., 2023).

Strategi komunikasi menjadi instrumen penting sebagai jembatan antara inisiatif pemerintah dan keaktifan masyarakat, khususnya generasi muda. Tanpa strategi komunikasi yang tepat, tujuan program pemerintah seperti ProKlim rentan tidak tersampaikan dengan baik, apalagi menasar kelompok dengan karakteristik khusus seperti Generasi Z. Dalam praktik di lapangan, partisipasi Generasi Z dalam kegiatan sosial dan lingkungan saat ini masih belum optimal dan banyak dari mereka yang belum terlibat. Seperti halnya yang dilakukan di RW 03 Kelurahan Cempaka Putih Timur, salah satu wilayah yang aktif menjalankan ProKlim sejak tahun 2017 dan telah meraih penghargaan Program Kampung Iklim (ProKlim) Utama dari Kementerian Lingkungan Hidup pada tahun 2020. Berbagai kegiatan ProKlim yang dijalankan mencerminkan komitmen warga menghadapi isu perubahan iklim, antara lain pengelolaan sampah rumah tangga dan urban farming. Limbah anorganik diolah menjadi karya bernilai jual seperti boneka dari kain perca atau tas dari bungkus kopi, sedangkan sampah organik diolah menjadi kompos menggunakan tong komposter dan biokonversi maggot yang hasilnya dimanfaatkan untuk kegiatan urban farming.

Upaya lain yang dilakukan oleh warga RW 03 adalah peningkatan ketahanan pangan. Meski memiliki keterbatasan lahan, warga memanfaatkannya untuk kegiatan urban farming dengan menanam jagung, cabai, terong, dan sayur-sayuran hidroponik seperti pakcoy, kangkung, selada, dan kale. Namun, kegiatan ProKlim di RW 03 masih didominasi oleh kelompok usia dewasa. Dari total 13 RT di wilayah RW 03, terdapat sekitar 660 individu Generasi Z, tetapi hanya sekitar 7 orang yang aktif dalam kegiatan ProKlim. Rendahnya partisipasi Generasi Z menjadi topik utama karena belum diketahui secara pasti apakah telah diterapkan strategi komunikasi yang dirancang secara spesifik untuk menjangkau dan

melibatkan kelompok usia tersebut. Dengan demikian, RW 03 Kelurahan Cempaka Putih Timur menjadi lokasi yang relevan untuk dikaji lebih lanjut. Diharapkan dengan adanya strategi komunikasi yang lebih efektif dan sesuai dengan karakter Generasi Z, mereka dapat berpartisipasi aktif serta membangkitkan kepedulian terhadap keberlanjutan Program Kampung Iklim di wilayah tersebut.

KAJIAN TEORITIS

Model Komunikasi AIDDA

Model komunikasi AIDDA adalah model komunikasi yang membangkitkan perhatian komunikan dengan persuasi sebagai langkah pertama yang harus dilakukan. Wilbur Schramm menyatakan bahwa ada tiga faktor yang menentukan efektivitas komunikasi yakni situasi di mana komunikan berada, kondisi kepribadian komunikan dan ikatan norma kelompok (Pratama & Sugandi, 2022) Model komunikasi AIDDA (*Attention, Interest, Desire, Decision, Action*) sangat relevan karena model ini menjelaskan tahapan-tahapan yang dilalui seseorang sebelum akhirnya terdorong untuk bertindak dalam hal ini, berpartisipasi dalam kegiatan sosial berbasis lingkungan seperti ProKlim.

Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal adalah fondasi komunikasi manusia yang melibatkan naluri alami untuk berbicara, berbagi gagasan, bertukar informasi, mengungkapkan pengalaman, serta berkolaborasi dengan orang lain dalam memenuhi kebutuhan individu dan kolektif (Febiyanti dkk., 2023) Dalam konteks penelitian ini, komunikasi interpersonal menjadi penting karena dapat membangun hubungan personal yang erat dengan Generasi Z dan kegiatan sosial. Komunikasi interpersonal juga memberikan peluang bagi pengurus Program Kampung Iklim untuk menerima respon secara langsung dari Generasi Z.

Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi adalah gabungan antara perencanaan (*planning*) dan pengelolaan (*management*) yang dirancang untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam pelaksanaannya, strategi ini tidak hanya bertindak sebagai panduan arah bagi organisasi, tetapi juga perlu mencakup

taktik operasional yang mendukung pencapaian tujuan secara efektif (Sabatatan, 2023). Strategi komunikasi yang efektif memungkinkan pelaksana Program Kampung Iklim untuk membangun hubungan yang dapat dipercaya dengan masyarakat, meningkatkan partisipasi warga, serta mempengaruhi perilaku ramah lingkungan.

Kegiatan Sosial

Kegiatan sosial merupakan aktivitas yang melibatkan partisipasi banyak orang yang saling berinteraksi dalam menjalankan suatu program, baik yang bersifat keagamaan seperti peringatan Maulid Nabi, maupun kegiatan budaya seperti gotong royong. (Handayani, 2020) Dalam konteks penelitian ini, kegiatan sosial menjadi sarana penting untuk mendorong partisipasi warga dalam menghadapi perubahan iklim. Melalui kegiatan seperti kerja bakti lingkungan, pengelolaan sampah, penanaman pohon, dan edukasi tentang perilaku ramah lingkungan, masyarakat diajak untuk terlibat langsung dalam aksi adaptasi dan mitigasi.

Partisipasi Masyarakat

Mubyarto mendefinisikan partisipasi merupakan bentuk kesiapan individu untuk mendukung keberhasilan suatu program sesuai kapasitasnya masing-masing, tanpa harus mengesampingkan kepentingan pribadi (Handayani, 2020) Menurut Sumaryadi (2005) Partisipasi merupakan keterlibatan individu atau kelompok masyarakat dalam proses pembangunan, baik melalui kontribusi pemikiran maupun keterlibatan langsung dalam kegiatan dengan menyumbangkan tenaga, waktu, keahlian, dan sumber daya lainnya. (Kaehe dkk., 2023) Dalam konteks Program Kampung Iklim, partisipasi dibutuhkan untuk kegiatan adaptasi dan mitigasi. Program yang diusulkan oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan bertujuan untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam menghadapi dampak perubahan iklim.

Generasi Z

Generasi Z adalah generasi yang lahir pada rentang tahun 1996 – 2012. Generasi Z tumbuh dengan memiliki pengaruh kuat dalam komunitasnya karena terpapar banyak informasi

dari internet. (Silitonga & Tampomuri, 2024) Generasi Z memiliki tingkat kesadaran moral yang tinggi, yang sering kali didorong oleh nilai-nilai seperti keadilan, kesetaraan, dan keberlanjutan. Mereka cenderung sensitif terhadap isu-isu sosial dan lingkungan, dan merasa tertantang untuk berkontribusi pada perubahan yang positif dalam dunia. (Mayliviasari dkk., 2024)

Dalam konteks Program Kampung Iklim, yang merupakan program inovatif untuk mengajak masyarakat berperan aktif dalam mitigasi dan adaptasi perubahan iklim, keberhasilan program sangat bergantung pada keterlibatan aktif kelompok sasaran, termasuk Generasi Z. Strategi komunikasi yang efektif harus menyesuaikan dengan karakteristik mereka agar dapat memotivasi dan meningkatkan partisipasi mereka dalam kegiatan sosial.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme yang memandang realitas sosial sebagai hasil konstruksi individu berdasarkan pengalaman dan interaksi sosial. Paradigma ini sesuai dengan tujuan penelitian yang berfokus memahami strategi komunikasi dalam Program Kampung Iklim (ProKlim) serta persepsi Generasi Z terhadapnya di RW 03 Kelurahan Cempaka Putih Timur. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, untuk menggambarkan secara mendalam proses strategi komunikasi yang dijalankan dalam mendorong partisipasi Generasi Z pada kegiatan sosial dan lingkungan. Peneliti berperan sebagai instrumen utama dalam pengumpulan dan interpretasi data melalui interaksi langsung di lapangan.

Penelitian dilakukan di RW 03 Kelurahan Cempaka Putih Timur, Jakarta Pusat, yang aktif melaksanakan ProKlim sejak 2017. Informan ditentukan dengan teknik purposive sampling, terdiri atas Adian Sudiana (Ketua P4S), Mari Widayanti (Ketua ProKlim RW 03), dan Rita Septiani (Ketua Kelompok Wanita Tani), yang memiliki peran langsung dalam pelaksanaan program. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Wawancara digunakan untuk menggali pandangan informan, observasi dilakukan untuk melihat aktivitas komunikasi di lapangan, sedangkan dokumentasi melengkapi data melalui arsip dan dokumen kegiatan.

Analisis data menggunakan model Miles dan Huberman, yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Keabsahan data diuji melalui triangulasi sumber,

teori, dan metode, guna memastikan hasil penelitian valid, kredibel, dan menggambarkan kondisi nyata di lapangan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian mengenai strategi komunikasi Program Kampung Iklim di RW 03 Kelurahan Cempaka Putih Timur dilakukan dengan cara yang beragam dan menyeluruh. Komunikasi yang dijalankan oleh pengurus tidak hanya bertujuan untuk menyampaikan informasi, tetapi juga untuk membangun kesadaran, menarik minat, dan mendorong keterlibatan langsung masyarakat, terutama Generasi Z.

Sejalan dengan unsur komunikasi yang dikemukakan oleh Harold D. Lasswell, menyatakan bahwa cara yang terbaik untuk menerangkan proses komunikasi adalah menjawab pertanyaan : *Who, Says What, In Which Channel, To Whom, With What Effect* (Siapa Mengatakan Apa Melalui Saluran Apa Kepada Siapa Dengan Efek Apa). (Sumarni dkk., 2023)

1. *Who* Dalam penelitian ini, yang menjadi *Who* atau komunikator merupakan pengurus Program Kampung Iklim RW 03 Kelurahan Cempaka Putih Timur termasuk Ketua RW, Ketua P4S, dan Ketua Kelompok Wanita Tani.

2. *Says What* Dalam penelitian ini Program Kampung Iklim RW 03 Kelurahan Cempaka Putih Timur mengajak untuk menjaga lingkungan melalui kegiatan nyata seperti pengelolaan sampah, urban farming, penghijauan, serta edukasi lingkungan.

3. *In Which Chanel*, Program Kampung Iklim RW 03 Kelurahan Cempaka Putih menggunakan komunikasi langsung maupun tidak langsung. Media langsung berupa pertemuan rutin warga, komunikasi dari mulut ke mulut, dan penyuluhan. Sementara itu, media tidak langsung mencakup platform digital seperti WhatsApp, Instagram, dan Facebook, yang digunakan untuk menyebarkan informasi kegiatan dan dokumentasi.

4. *To Whom* (Kepada Siapa) Pesan komunikasi ditujukan kepada seluruh warga RW 03, dengan fokus khusus pada Generasi Z sebagai target utama yang diharapkan dapat melanjutkan keberlanjutan program.

5. *With What Effect* (Dampak/Efek) Pada penelitian ini efek atau dampak yang diharapkan adalah meningkatnya kesadaran dan partisipasi warga, terutama dari kalangan Generasi Z, dalam kegiatan sosial dan lingkungan.

Unsur komunikator memegang peran yang sangat penting dalam membangun hubungan kepada masyarakat. Pengurus Program Kampung Iklim adalah pihak yang bertanggung jawab dalam penyampaian pesan dan informasi. Sebagai komunikator tidak hanya menyampaikan informasi secara formal melalui sosialisasi, tetapi juga mengutamakan pendekatan personal dan kekeluargaan. Mereka tidak mengandalkan pertemuan formal, tetapi juga berinteraksi melalui *mouth to mouth* untuk membangun hubungan yang lebih dekat. Hal ini dilakukan untuk menjangkau warga agar lebih efektif terutama Generasi Z, sebagai penerus kegiatan adaptasi dan mitigasi perubahan iklim. Senada dengan itu, Dinas Lingkungan Hidup juga menekankan peran komunikator lokal dalam mendorong perubahan perilaku melalui pendekatan yang adaptif terhadap karakter sosial masyarakat. (Dinas Lingkungan Hidup, 2022)

Namun Program Kampung Iklim juga memiliki tantangan khususnya dalam mengubah pola pikir warga dan meningkatkan partisipasi Generasi Z yang dianggap masih rendah.

Pernyataan Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan menekankan bahwa:

“ProKlim diharapkan dapat meningkatkan pemahaman masyarakat akan perubahan iklim dan dampaknya, sehingga terjadi perubahan pola hidup masyarakat yang tahan akan risiko berubahnya iklim serta rendah emisi karbon, yang disesuaikan dengan prioritas, kebutuhan, pemahaman dan kapasitas masyarakat di wilayah setempat.” (Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan, 2023)

Sejalan dengan hal tersebut, isi pesan yang disampaikan dalam Program Kampung Iklim RW 03 Cempaka Putih Timur yang bersifat informatif dan relevan dengan menekankan pada pentingnya menjaga lingkungan dari hal sederhana seperti memilah sampah hingga berpartisipasi dalam kegiatan penghijauan. Agar lebih efektif, pesan disesuaikan dengan karakter audiens terutama Generasi Z yang cenderung menyukai Komunikasi yang santai dan menggunakan visual. Bahasa yang digunakan pengurus Program Kampung Iklim tidak terlalu formal, melainkan dengan kekeluargaan dan ajakan agar mudah dipahami dan diterima oleh warga.

Dalam unsur media, Program Kampung Iklim menggunakan komunikasi langsung dan media digital. Pertemuan tatap muka menjadi sarana utama dalam menyampaikan pesan. Sementara itu media sosial seperti WhatsApp, Instagram, dan Facebook mulai dimanfaatkan untuk menyebarkan dokumentasi kegiatan, informasi, serta ajakan

berpartisipasi dalam kegiatan. Meski belum dikelola secara optimal, media digital dianggap memiliki potensi besar dalam menjangkau Generasi Z, karena platform ini sudah menjadi bagian dari keseharian mereka. Program Kampung Iklim berencanan melakukan penguatan konten media sosial agar lebih edukatif dan menarik.

Selanjutnya unsur komunikasi, komunikasi dalam program ini adalah seluruh warga RW 03, terutama Generasi Z. Pernyataan Kepala Badan Penyuluhan dan Pengembangan SDM KLHK, Ade Palguna, semakin memperkuat strategi ini:

“Kita juga harus menghargai kepada anak muda untuk berperan aktif dalam konteks pelestarian lingkungan” (Palguna, 2024)

Namun berdasarkan hasil wawancara, tingkat partisipasi generasi muda masih tergolong rendah. Kesibukan, keterbatasan waktu, dan kurangnya minat menjadi alasan utama. Meski demikian, pihak Program Kampung Iklim melihat Generasi Z sebagai aset penting dalam keberlanjutan gerakan lingkungan. Berbagai upaya juga terus dilakukan agar dapat menjangkau dan mendorong keterlibatan yang lebih aktif. Upaya tersebut sejalan dengan Asep, perwakilan Dinas Lingkungan Hidup DKI Jakarta, yang menegaskan bahwa:

“Tanpa partisipasi masyarakat, upaya kami dalam mengatasi persoalan lingkungan tidak akan maksimal” (Dinas Lingkungan Hidup, 2024)

Unsur terakhir dalam strategi komunikasi adalah efek. Efek yang dilakukan mulai terlihat dari meningkatnya kepedulian dan partisipasi warga khususnya dalam pengelolaan sampah dan penghijauan lingkungan. Upaya pengurus dalam memberikan contoh nyata, seperti bank sampah dan pertanian urban, turut mendorong warga untuk terlibat lebih aktif. Generasi Z yang mulai ikut dalam kegiatan bercocok tanam, mendokumentasikan kegiatan, hingga menyebarkannya melalui media sosial, menjadi indikator bahwa strategi komunikasi telah membuahkan hasil meskipun masih dalam skala terbatas. Efek jangka panjang yang diharapkan pengurus adalah terbentuknya pola pikir baru yang lebih peduli lingkungan, selain itu pengurus juga berharap ke depan terjadi peningkatan partisipasi di wilayah RW 03, sehingga capaian ruang hijau yang sebelumnya berada pada angka 80% dapat ditingkatkan menjadi 100% gang hijau secara merata.

Jika dilihat melalui kerangka model AIDDA, strategi komunikasi Program Kampung Iklim dimulai dari tahap menarik perhatian (*attention*). Hal ini dilakukan dengan berbagai cara, seperti pertemuan warga, kegiatan lingkungan yang terlihat langsung

hasilnya, serta dokumentasi visual yang dibagikan melalui media sosial. Untuk menarik perhatian Generasi Z, pendekatan yang digunakan lebih fleksibel dan tidak terlalu formal, seperti berkebun bersama hingga melibatkan mereka dalam kunjungan kampus atau kelompok mahasiswa yang berkolaborasi dengan Program Kampung Iklim. Strategi komunikasi dengan pertemuan warga dan sosialisasi ini sejalan dengan pernyataan Dinas Lingkungan Hidup Kota Palangka Raya bahwa sosialisasi Program Kampung Iklim bertujuan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap perubahan iklim serta mendorong aksi nyata yang mampu menjawab tantangan perubahan iklim. (DLH Palang Karaya, 2023)

Setelah perhatian berhasil didapatkan, tahap selanjutnya adalah membangkitkan ketertarikan (*interest*) dengan melakukan cara yang sederhana dan menarik. Contohnya seperti pertanian di lahan sempit (*urban farming*), menanam dengan sistem hidroponik, dan merawat kebun bersama, yang menjadi daya tarik bagi anak muda karena mudah untuk melakukan praktik langsung. Selain itu, kunjungan dari mahasiswa luar negeri juga membuat warga merasa bangga terhadap kampung mereka, sekaligus menumbuhkan rasa ingin tahu tentang isu lingkungan global yang ternyata juga berkaitan dengan kehidupan di lingkungan sekitar.



Sumber: Instagram @p4sdaunhijau01003cpt

Tahap berikutnya adalah membentuk keinginan (*desire*) untuk terlibat. Melalui pendekatan personal, dengan cara warga diajak secara langsung oleh pengurus dan kader lingkungan. Melalui pendekatan ini membuat warga merasa dihargai dan lebih memahami program yang dijalankan. Program juga memberikan ruang bagi warga untuk berinisiatif, seperti memanfaatkan lahan kosong menjadi kebun bersama, serta mengikuti pelatihan daur

ulang sampah menjadi produk yang memiliki nilai jual. Ketika hasil dari keterlibatan tersebut mulai terlihat, terutama di kalangan generasi muda, muncullah keinginan dari dalam diri mereka untuk ikut terlibat dan memberikan kontribusi nyata bagi lingkungan sekitar.

Selanjutnya, tahap pengambilan keputusan (*decision*) dilakukan dengan metode musyawarah serta pemberian insentif. Salah satu contohnya adalah sistem “sedekah sampah” melalui bank sampah, di mana hasil pengumpulan sampah dapat dimanfaatkan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Cara kerja ini mendorong warga untuk secara aktif mengambil keputusan untuk berpartisipasi. Keputusan tersebut tidak semata-mata dilandasi oleh kesadaran lingkungan, tetapi juga dipengaruhi oleh manfaat ekonomi yang ditawarkan. Penerapan sistem ini selaras dengan arahan KLHK bahwa bank sampah merupakan pilar ekonomi sirkular masyarakat, yang mendukung pengurangan sampah sekaligus menciptakan peluang ekonomi lokal, sebagaimana tercantum dalam Peraturan Menteri LHK No. 14 Tahun 2021 tentang Pengelolaan Sampah pada Bank Sampah.

Tahap terakhir, yaitu aksi nyata (*action*), tercermin dari partisipasi rutin warga dalam berbagai kegiatan lingkungan. Masyarakat mulai terbiasa memilah sampah, menyetorkan sampah ke bank sampah, serta ikut dalam kegiatan penataan dan penghijauan lingkungan. Untuk mendukung keberlanjutan aksi ini, pengurus Program Kampung Iklim juga memberikan pelatihan teori dan praktik agar warga memiliki keterampilan yang dibutuhkan. Dalam konteks ini, strategi komunikasi tidak hanya berhenti pada penyampaian pesan, tetapi bertransformasi menjadi upaya pemberdayaan komunitas yang mendorong aksi kolektif demi keberlanjutan lingkungan di RW 03 Kelurahan Cempaka Putih Timur.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi Program Kampung Iklim dalam mendorong partisipasi Generasi Z di Kelurahan Cempaka Putih Timur telah mencakup unsur-unsur penting dalam proses komunikasi. Berdasarkan teori Lasswell, komunikasi dilakukan secara menyeluruh dengan memperhatikan komunikator, pesan, media, sasaran, dan efek yang diharapkan. Pengurus ProKlim berperan aktif sebagai komunikator melalui pendekatan personal dan pertemuan langsung dengan warga. Pesan disampaikan dengan bahasa sederhana yang mudah dipahami dan disesuaikan dengan karakter Generasi Z. Media komunikasi yang digunakan mencakup tatap muka dan media sosial, meskipun pemanfaatan media digital belum optimal.

Komunikasikan dalam kegiatan ini adalah warga RW 03, khususnya Generasi Z, yang partisipasinya masih terbatas namun mulai menunjukkan peningkatan. Dampak dari strategi komunikasi terlihat dari tumbuhnya kesadaran dan tindakan nyata warga dalam mendukung kegiatan adaptasi dan mitigasi perubahan iklim. Berdasarkan model komunikasi AIDDA, strategi komunikasi ProKlim telah berhasil membangun perhatian, minat, keinginan, keputusan, dan tindakan warga untuk berpartisipasi. Proses komunikasi yang terencana dan berkelanjutan terbukti mampu mendorong partisipasi masyarakat, khususnya Generasi Z, meskipun belum merata namun menunjukkan arah yang positif dan berpotensi terus berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Dinas Lingkungan Hidup. (2024). *DLH DKI Beri Penghargaan Bagi Para Pahlawan Lingkungan Jakarta*. <https://lingkunganhidup.jakarta.go.id/article/post-350>.
- DLH Palang Karaya. (2023). *SOSIALISASI PROGRAM KAMPUNG PROKLIM*. [https://dlh.palangkaraya.go.id/sosialisasi-program-kampung-proklim/#:~:text=Kegiatan%20Sosialisasi%20Program%20Kampung%20Iklim%20\(Proklim\)%20dilaksanakan%20dengan%20tujuan%20untuk,mampu%20menjawab%20tantangan%20perubahan%20iklim](https://dlh.palangkaraya.go.id/sosialisasi-program-kampung-proklim/#:~:text=Kegiatan%20Sosialisasi%20Program%20Kampung%20Iklim%20(Proklim)%20dilaksanakan%20dengan%20tujuan%20untuk,mampu%20menjawab%20tantangan%20perubahan%20iklim).
- Febyanti, O., Cahyowati, P., Sosial, F., & Humaniora, D. (2023). *Diajukan sebagai pemenuhan sebagian persyaratan program sarjana*.
- Handayani, M. D. (2020). *PARTISIPASI MASYARAKAT DALAM KEGIATAN SOSIAL DI GAMPONG TAMPANG KECAMATAN SAMADUA KABUPATEN ACEH SELATAN*.
- Kaehe, D., Ruru, J. M., & Rompas, W. Y. (2023). *PARTISIPASI MASYARAKAT DALAM PERENCANAAN PEMBANGUNAN DI KAMPUNG PINTARENG KECAMATAN TABUKAN SELATAN TENGGARA*.
- Mayliviastari, C., Qonita, A. Y., & Hayati, K. R. (2024). *MENGUKUR TINGKAT KETERLIBATAN GENERASI Z DALAM AKTIVITAS SOSIAL DAN RELASINYA DENGAN KESADARAN MORAL DI PERUMAHAN RUNGKUT HARAPAN, SURABAYA*.
- Palguna, A. (2024). *KLHK Ingatkan Peran Penting Generasi Muda Hadapi Krisis Lingkungan*. https://news.detik.com/berita/d-7408475/klhk-ingatkan-peran-penting-generasi-muda-hadapi-krisis-lingkungan?utm_source=chatgpt.com.
- Pratama, R. A. I., & Sugandi. (2022). *STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF MODEL AIDDA KOMUNITAS INDONESIA TANPA PACARAN SAMARINDA MELALUI MEDIA SOSIAL* (Vol. 10, Nomor 3). Online.

Sabatatan, M. T. (2023). *STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS PT. GHIGHA KOMPANIA TERHADAP PUBLIK EKSTERNAL.*

Sahendra, Y., Riski Amanda, S., Aulia Faradela, S., Fahrimal, Y., & Husna, A. (2023). *Revitalisasi Peran Pemuda Dalam Gerakan Sosial Peduli Perubahan Iklim Di Era Digital Revitalizing the Role of Youth in Social Movements Concerning Climate Change in the Digital Age. IV(1).*

Sumarni, L., Yuningsih, S., & Zebua, W. D. A. (2023). *MODUL KOMUNIKASI ORGANISASI.*