

See discussions, stats, and author profiles for this publication at: <https://www.researchgate.net/publication/301683310>

# Komunikasi Untuk Menyelamatkan Lingkungan

Conference Paper · November 2011

---

CITATIONS

0

---

READS

275

**1 author:**



[Eko Harry Susanto](#)

Tarumanagara University

**87** PUBLICATIONS **17** CITATIONS

SEE PROFILE

Diterbitkan atas Kerjasama :



# **MEDIA** DAN **KOMUNIKASI** **LINGKUNGAN**

**Editor :**  
**Endri Listiani, S.IP., M.Si.**  
**Askurifa'l Baksin, S. Sos., M.A.**

## **MEDIA DAN KOMUNIKASI LINGKUNGAN**

© Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung

**Penulis:**  
Tim Penulis

**Editor:**  
Endri Listiani, S.IP. M.Si  
Askurifa'I Baksin, S.Sos. M.I.Kom

**Penyelarar Bahasa:**  
Riza Hernawati, S.Sos  
Maya Amalia OP., S.Pd., M.Si.

**Perancang Sampul:** Mapa  
**Gambar Cover:** [alamendah.wordpress.com/lingkungan-hidup/](http://alamendah.wordpress.com/lingkungan-hidup/)  
**Penata Letak:** Mapa

Pertama kali diterbitkan oleh  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Islam Bandung

Bekerja sama dengan  
Buku Litera, Yogyakarta

Hak cipta dilindungi oleh undang-undang *All Rights Reserved*  
Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian  
atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit

Cetakan Pertama, Januari 2013  
xxviii + 552 hlm.; 15.5x23.5cm  
ISBN: 978-602-7636-18-17-0

**Dicetak Oleh:**  
Mata Padi Pressindo  
08179407446, 081227837806  
[tribima@yahoo.com](mailto:tribima@yahoo.com), [matapadi\\_media@yahoo.com](http://matapadi_media@yahoo.com)



# Media Massa untuk Menyelamatkan Lingkungan

Eko Harry Susanto

## Abstrak

Fungsi media untuk menyebarkan pesan kepada khalayak luas, menjadi alasan utama mengapa entitas yang peduli terhadap lingkungan, menggunakannya sebagai alat untuk menyuarakan pentingnya penyelamatan lingkungan dari kerusakan. Namun yang menjadi persoalan, sejauhmana media yang menyuarakan pentingnya lingkungan, berpengaruh terhadap perilaku mendukung program penyelamatan bumi. Sebab, berbagai pemberitaan dan kampanye untuk menyelamatkan lingkungan di media massa, akan berhadapan dengan program lain, yang justru tidak menunjukkan kepedulian terhadap kelangsungan hidup manusia dan lingkungannya. Karena itu, pola komunikasi penyelamatan lingkungan, harus mampu bersaing dengan program yang mengeksplorasi hiburan yang lebih digemari masyarakat. Tujuannya jelas, agar pesan mudah diingat, dan masyarakat mau berpartisipasi dalam mendukung program penyelamatan lingkungan, dari berbagai ancaman kerusakan, pencemaran dan kepunahan.

**Kata Kunci :** Media Massa, Komunikasi Lingkungan, Partisipasi Masyarakat

## I. Pendahuluan

Media massa merupakan kekuatan dalam menyebarkan informasi yang dapat menjangkau berbagai lapisan sosial, ekonomi dan politik. Dengan posisinya sebagai entitas yang dapat meningkatkan pengetahuan dan wawasan, media massa dimanfaatkan untuk menjaga dan mengelola lingkungan, melalui pemberitaan yang menarik khalayak. Sejalan dengan itu, Lippman (dalam Schramm, 1970) menegaskan, media massa berperan dalam peyebaran informasi, sekaligus dapat membentuk persepsi khalayak, sehingga melalui media massa seperti surat kabar, radio dan televisi, masyarakat dapat mengetahui peristiwa yang terjadi disekitarnya maupun yang terjadi di tempat lain. Pendapat ini terkait pula dengan pernyataan klasik dan klise dari Mills (1968 :32), " bahwa kita masih belum percaya terhadap

informasi, sampai kita membaca atau mendengarkannya dari radio". Dengan kata lain, media dianggap sebagai sarana pembenaran terhadap informasi yang telah diterima

Namun persoalannya dalam demokrasi informasi, upaya menggunakan media cetak maupun elektronik untuk kepentingan pemeliharaan lingkungan tidak bisa dilakukan secara maksimal. Sebab, media memiliki kemandirian pemberitaan maupun program siaran, yang lebih banyak mengedepankan kepentingan bisnis. Akibatnya, upaya menyebarkan informasi seputar problem lingkungan, tidak memperoleh porsi yang memadai, mengingat media lebih fokus terhadap kalkulasi ekonomi dalam menjalankan fungsi memberi informasi kepada masyarakat.

Hakikatnya, dalam dinamika kebebasan informasi, kepedulian terhadap lingkungan hidup merupakan informasi langka yang tidak mudah ditemukan di media massa. Memang ada media cetak dan elektronik, yang konsisten untuk terus menyuarakan tentang perlunya memelihara lingkungan hidup. Tetapi yang menjadi pertanyaan, mampukah media tersebut bersaing dengan berbagai media yang cenderung mengeksplorasi informasi berlabel konflik politik dan hiburan, dibandingkan dengan program pemberitaan yang didalamnya mengandung pesan menjaga harmonisasi interaksi antara manusia dan alam sekelilingnya.

Menurut Undang - Undang Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan (PPLH), "Lingkungan Hidup adalah kesatuan ruang dengan semua benda, daya, keadaan, dan makhluk hidup, termasuk manusia dan perilakunya, yang mempengaruhi alam itu sendiri, kelangsungan perikehidupan, dan kesejahteraan manusia serta makhluk hidup lain". Jadi, sudah selayaknya jika lingkungan hidup, yang terdiri dari alam dan seisinya yang harus dijaga eksistensinya oleh manusia.

Terpeliharanya lingkungan hidup dengan baik, akan memberikan dampak positif bagi kesejahteraan yang berkesinambungan. Kondisi ini, secara langsung maupun tidak langsung akan berdampak terhadap kualitas media massa dalam memberikan informasi kepada khalayak. Dalam situasi masyarakat yang sejahtera, media juga berupaya meningkatkan mutu pemberitaan, maupun penyiaran yang lebih baik



dan rasional. Oleh sebab itu, media massa harus memiliki kepedulian terhadap kelestarian lingkungan hidup.

Sesungguhnya, nilai kepedulian terhadap pelestarian ataupun pembangunan, yang berpihak kepada pelestarian lingkungan hidup, bukan semata - mata terkait langsung dengan isi siaran bertema penyelamatan, pemeliharaan dan pengelolaan lingkungan hidup, tetapi bisa saja, kepedulian terhadap lingkungan, disisipkan pada semua program pemberitaan maupun siaran media massa. Dengan kata lain, semua program media harus memperhatikan implikasi langsung maupun tidak langsung untuk menjaga lingkungan hidup.

Selain itu, agar media massa dipercaya sebagai sumber informasi tentang lingkungan, seperti perubahan cuaca, bencana alam dan problem lingkungan lainnya, Sneider (dalam Priest, 2010 :183) menegaskan, wartawan media harus bekerjasama dengan ilmuwan untuk mengurangi ketidakpastian informasi lingkungan. Ini penting untuk membangun wacana masyarakat dalam memahami komunikasi massa yang bersumber dari aspek ilmiah

Jika media massa rajin menyisipkan pesan pemeliharaan lingkungan, maka diharapkan masyarakat akan mengikuti pesan menjaga lingkungan. Tidak bisa dinafikan, bahwa, media massa mampu mempengaruhi individu maupun kelompok dalam proses pembaharuan. Dalam upaya pembaharuan, McQuail (2010:97) menyatakan, " media paling baik digunakan secara terencana untuk menimbulkan perubahan dengan menerapkannya dalam program pembangunan berskala besar".

Secara substantif, media massa memang layak dipakai sebagai salah satu instrumen penting dalam menyadarkan masyarakat tentang pemeliharaan lingkungan yang baik dan sesuai dengan ketentuan maupun norma-norma yang berlaku di suatu wilayah. Perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup itu sendiri adalah upaya melestarikan fungsi lingkungan hidup dan mencegah terjadinya kerusakan lingkungan hidup yang meliputi perencanaan, pemanfaatan, pengendalian, pemeliharaan, pengawasan, dan penegakan hukum.

Tindakan itu bisa berhasil jika dilakukan komunikasi yang terintegrasi antar pihak - pihak yang bertanggungjawab terhadap



pelestarian lingkungan. Dalam pandangan Craft, Light dan Godfrey (2001:5), komunikasi adalah proses penting yang mengikat masyarakat untuk bersama - sama terlibat dalam komunikasi interpersonal antara individu dan dalam kelompok.

Pada konteks ini, kelestarian lingkungan dapat diwujudkan jika dibangun kerjasama integratif, antara pemerintah, perusahaan swasta, Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), masyarakat pada umumnya dan media massa. Dalam perspektif Clela (2010:7), terjadi komunikasi transaksional yang menciptakan makna bersama. Dengan kesamaan pandangan, maka kerjasama antar entitas dalam pemeliharaan lingkungan dapat berjalan dengan baik dan mampu menumbuhkan partisipasi masyarakat dalam menjaga lingkungan.

## **II. Problem Lingkungan dan Eksistensi Media**

Lingkungan hidup merupakan tanggung jawab bersama, sehingga bukan hanya menjadi kewajiban pemerintah atau institusi terkait saja, tetapi tugas seluruh masyarakat. Sebab, lingkungan yang baik dan sehat, merupakan hak asasi setiap warga negara yang harus dikedepankan.

Disebutkan dalam UU No.32/2009, bahwa perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup dilaksanakan berdasarkan asas: (a) tanggung jawab negara, (b) kelestarian dan keberlanjutan (c) keserasian dan keseimbangan, (d) keterpaduan, (e) manfaat, (f) kehati-hatian, (g) keadilan, (h) ekoregion (i) keanekaragaman hayati, (j) pencemar membayar, (k)partisipatif, (l) kearifan lokal, (m) tata kelola pemerintahan yang baik, dan (n) otonomi daerah. Berpijak kepada ketentuan tersebut, bahwa kelestarian lingkungan merupakan kewajiban bersama antara pemerintah dan masyarakat melalui partisipasinya dalam menjaga lingkungan hidup

Masyarakat memiliki hak dan kesempatan sama dan seluas-luasnya, untuk berperan aktif dalam perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup. Peran masyarakat dapat berupa, pengawasan sosial, pemberian saran, pendapat dan penyampaian informasi. Peran tersebut demi untuk meningkatkan kepedulian dalam perlindungan lingkungan hidup, menumbuhkembangkan kepedulian masyarakat dalam pelestarian lingkungan hidup



Tidak bisa diabaikan, problem lingkungan merupakan gejala umum yang terjadi di Indonesia. Kualitas lingkungan hidup yang menurun, akan mengancam kelangsungan kehidupan manusia dan makhluk hidup lainnya. Beberapa masalah krusial dalam pengelolaan lingkungan hidup di Indonesia, khususnya yang terkait dengan komunikasi adalah kampanye publik pencegahan pencemaran dan kerusakan lingkungan hidup, kepastian informasi dalam merespons dan mengantisipasi perkembangan lingkungan global, dan penguatan demokrasi lingkungan melalui akses komunikasi, untuk menumbuhkan partisipasi masyarakat dalam pengelolaan lingkungan hidup.

Oleh sebab itu, diperlukan kesungguhan dalam membangun strategi komunikasi lingkungan yang lebih efektif, untuk menyelamatkan lingkungan dari kerusakan yang semakin parah. Pemerintah sebagai garda terdepan dalam pengelolaan lingkungan hidup, harus menjalankan fungsi informasi yang transparan, dalam penyebaran pesan tentang lingkungan hidup dan permasalahan yang terkait. Karena itu, UU No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik (KIP), harus menjadi salah satu pedoman dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat.

Dengan dasar UU KIP, maka transparansi informasi lingkungan dapat direspon oleh media massa. Implikasi yang diharapkan, hubungan antara lembaga pemerintah dengan media massa dalam pemberitaan lingkungan, dapat mendorong perilaku masyarakat yang menunjukkan kepedulian terhadap alam dan lingkungannya. Ketentuan dalam UU tersebut, jika dilaksanakan konsisten, bisa berjalan selaras dengan tujuan untuk meningkatkan partisipasi masyarakat, dalam mendukung kebijakan pemerintah di bidang lingkungan.

Dalam berbagai penelitian tentang perubahan cuaca dan kerusakan lingkungan di Mexico, media massa memberikan andil dalam meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap problem lingkungan dan perubahan iklim (Gordon dkk dalam Priest, 2010 : 144). Karena itu, media massa sebagai entitas yang memiliki kekuatan dalam menyebarkan pesan, harus menjadi partner pemerintah, swasta dan masyarakat yang peduli terhadap penyelamatan lingkungan hidup.



Tidak bisa diabaikan, problem lingkungan merupakan gejala umum yang terjadi di Indonesia. Kualitas lingkungan hidup yang menurun, akan mengancam kelangsungan kehidupan manusia dan makhluk hidup lainnya. Beberapa masalah krusial dalam pengelolaan lingkungan hidup di Indonesia, khususnya yang terkait dengan komunikasi adalah kampanye publik pencegahan pencemaran dan kerusakan lingkungan hidup, kepastian informasi dalam merespons dan mengantisipasi perkembangan lingkungan global, dan penguatan demokrasi lingkungan melalui akses komunikasi, untuk menumbuhkan partisipasi masyarakat dalam pengelolaan lingkungan hidup.

Oleh sebab itu, diperlukan kesungguhan dalam membangun strategi komunikasi lingkungan yang lebih efektif, untuk menyelamatkan lingkungan dari kerusakan yang semakin parah. Pemerintah sebagai garda terdepan dalam pengelolaan lingkungan hidup, harus menjalankan fungsi informasi yang transparan, dalam penyebaran pesan tentang lingkungan hidup dan permasalahan yang terkait. Karena itu, UU No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik (KIP), harus menjadi salah satu pedoman dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat.

Dengan dasar UU KIP, maka transparansi informasi lingkungan dapat direspon oleh media massa. Implikasi yang diharapkan, hubungan antara lembaga pemerintah dengan media massa dalam pemberitaan lingkungan, dapat mendorong perilaku masyarakat yang menunjukkan kepedulian terhadap alam dan lingkungannya. Ketentuan dalam UU tersebut, jika dilaksanakan konsisten, bisa berjalan selaras dengan tujuan untuk meningkatkan partisipasi masyarakat, dalam mendukung kebijakan pemerintah di bidang lingkungan.

Dalam berbagai penelitian tentang perubahan cuaca dan kerusakan lingkungan di Mexico, media massa memberikan andil dalam meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap problem lingkungan dan perubahan iklim (Gordon dkk dalam Priest, 2010 : 144). Karena itu, media massa sebagai entitas yang memiliki kekuatan dalam menyebarkan pesan, harus menjadi partner pemerintah, swasta dan masyarakat yang peduli terhadap penyelamatan lingkungan hidup.

Menurut Michael Pertschuck (dalam Irwan Julianto, 2010:2), "media berperan dalam mempromosikan serangkaian strategi untuk menstimulasi peliputan media secara luas, dalam rangka membentuk ulang debat publik, untuk meningkatkan dukungan masyarakat bagi pendekatan kebijakan yang lebih efektif untuk masalah kesehatan dan kesejahteraan sosial". Secara sederhana dapat dikatakan, media bermanfaat untuk membangkitkan dukungan rakyat.

Memiliki arti yang sama, Kiouisis dan Mc.Combs (dalam Sneider, 2010 :234), menyatakan, perhatian media untuk isu-isu tertentu, dapat mempengaruhi perhatian masyarakat terhadap isu tersebut. Dengan kata lain, media memiliki peran yang berarti dalam mengarahkan masyarakat terhadap suatu masalah, tentu saja termasuk problem lingkungan hidup yang sangat kompleks.

### **III. Dinamika Kemandirian Media Massa**

Media massa di Indonesia mengalami perkembangan yang dinamis sejak reformasi politik. Sebelum masa tersebut, media cenderung dipakai sebagai instrumen politik pemerintah dalam menyebarkan kebijakan publik. Media tidak mandiri dan wajib menjalankan tugas pembangunan dengan pengendalian yang ketat dari kekuasaan negara.

Bahkan demi stabilitas keamanan, pemerintah dapat ikut campur dalam pengaturan isi media. Posisi media semacam itu dikenal sebagai Model Media Pembangunan. Media massa digunakan untuk mempromosikan dan mengarahkan tujuan nasional dari kekuasaan negara di bidang sosial-ekonomi ( Biagi, 2005: 350). Karena itu, tidak aneh jika media massa dipakai sebagai instrumen politik pemerintah.

Sebab dalam perspektif kekuatan politik menurut Eppler (2010:67), pemerintah selalu memiliki kekuasaan, dan moralitas politik yang dipakai untuk menguasai media. Moralitas politik sendiri, pada dasarnya adalah suatu penilaian tentang bagaimana pemerintah menggunakan kekuasaan ketika berhadapan dengan semua elemen yang ada didalam negara.

Pemegang kekuasaan juga memiliki kecenderungan menggunakan media massa untuk propaganda yang menyebarkan pesan-pesan politik tentang keberhasilan dalam menjalankan kebijakan



publik. Menyangkut propaganda di media, Anokwa, Lin dan Salwen (2005:17), menyatakan "propaganda, adalah upaya sistematis yang menggunakan simbol - simbol, untuk menggerakkan sikap dan tindakan orang lain demi untuk mencapai tujuan yang dikehendaki". Karena itu, dengan otoritas yang dimiliki, pemerintah berupaya memanfaatkan media massa untuk melakukan propaganda politik demi untuk melindungi kekuasaannya.

Meskipun media massa dalam kedudukan sebagai alat politik pemerintah, tetapi secara faktual masih memiliki kekuatan untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat luas. Walaupun informasi dari media massa, tidak diposisikan sebagai sumber informasi yang bisa dipercaya. Dalam perkembangannya, sejalan dengan dinamika politik yang menuntut demokratisasi bernegara, media memiliki kemandirian dalam pemberitaan ataupun penyiaran.

Media massa bebas dari tekanan pihak manapun dalam menjalankan fungsi informasi dan hiburan. Kemandirian media cetak didukung oleh Undang - Undang Pers No. 40 tahun 1999. Sedangkan demokratisasi penyiaran, diatur dengan Undang - Undang Nomor 32 tahun 2008 tentang Penyiaran. Kendati dua perangkat aturan itu memberikan kebebasan dan kemandirian kepada media cetak dan media elektronik, tetapi media ternyata belum sepenuhnya mampu menjalankan fungsi informasi, sesuai harapan masyarakat.

Ada tuduhan, media massa lebih banyak melakukan fungsi bisnis dibandingkan menjalankan fungsi memberikan informasi yang dibutuhkan masyarakat. Setiap program media lebih difokuskan untuk memperoleh keuntungan.

Orientasi kepada bisnis, khususnya media elektronik, selalu berlandung dibalik pasal 4 UU No.32/2002, menyebutkan, bahwa penyiaran sebagai kegiatan komunikasi massa mempunyai fungsi sebagai media informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, kontrol dan perekat sosial. Dalam menjalankan fungsinya, penyiaran juga mempunyai fungsi ekonomi dan kebudayaan.

Tetapi sesungguhnya media massa tetap harus menjaga keseimbangan, antara kepentingan bisnis dan idealisme dalam memberikan informasi kepada masyarakat, untuk meningkatkan wawasan. Senada dengan pernyataan itu, Eastman dan Ferguson (2006:19), menyatakan,

program siaran harus dikaitkan dengan kebiasaan khalayak, biaya program, kompatibilitas, ketersediaan bakat, diferensiasi, trend dan kebaruan.

Berpijak kepada uraian diatas, media massa memiliki kebebasan dalam melakukan program siaran, sehingga dapat menjalankan fungsi informasi tanpa tekanan pihak manapun.

Memang dalam koridor reformasi politik, tidak bisa seketika mengubah karakteristik kehidupan bernegara yang lebih sejahtera. Pada konteks ini, Antlov dan Wetterberg (dalam Prismam 2010:27), menyatakan, selama berlangsung reformasi kelembagaan, telah diperoleh sejumlah pencapaian penting dalam beberapa dasawarsa terakhir. Namun demikian, dalam hal demokrasi substansial dan tata kelola pemerintahan, Indonesia masih membutuhkan jalan panjang menuju reformasi fundamental terhadap lembaga dan praktik - praktik yang tidak demokratis.

Sejalan dengan kebebasan media untuk menentukan arah sendiri, Biagi (2005: 11), intinya mengemukakan, bahwa fungsi media massa, dapat dikelompokkan menjadi empat kategori umum yaitu, sebagai sumber informasi, memberikan hiburan, melakukan persuasi terhadap khalayak dan menjalankan fungsi bisnis. Sedangkan Surette (2007 : 15), menyebutkan, secara mendasar, media massa menjalankan fungsi pemberitaan, hiburan dan menjalankan siaran iklan untuk mendukung keberlangsungan siaran. Namun, dalam perkembangannya, program infotainment menjadi sesuatu fungsi yang signifikan di media massa

Mencermati kondisi itu, menjadi pertanyaan disini, sejauhmana media massa memiliki kepedulian terhadap pemeliharaan lingkungan, jika lebih banyak menjalankan fungsi hiburan dan infotainment. Tentu saja, terlepas dari, iklan layanan masyarakat yang dipublikasikan oleh institusi pemerintah maupun swasta, yang tetap membayar kepada media cetak maupun elektronik. Karena faktor pembiayaan, maka tayangan ataupun publikasi penyelamatan lingkungan di media cetak, melalui inforial, advertorial dan iklan layanan masyarakat, sulit untuk diketemukan.

Mengingat kampanye lingkungan hidup membutuhkan biaya untuk bisa ditayangkan di televisi ataupun media cetak, maka pesan yang disampaikan kepada khalayak harus diorganisasikan dengan



baik, agar tercapai sasaran yang mampu menggerakkan keterlibatan masyarakat dalam pemeliharaan lingkungan.

Menurut Bill de Jong (dalam Julianto, 2010: 7), kampanye publik harus memperhatikan : (1) Integrasi dengan program-program lain, (2) Khalayak sasaran (*target audience*), siapa yang Anda ingin capai dengan pesan Anda? , (3) Tujuan/sasaran apa yang di inginkan dari khalayak sasaran, setelah mereka mendengar atau melihat pesan, (4) Hambatan-hambatan apa dan antisipasi dalam implementasi kampanye (5) Sumberdaya apa yang dibutuhkan untuk melaksanakan kampanye, (6) Janji kunci, dengan identifikasilah satu janji atau keuntungan yang akan diperoleh khalayak, (7) Pernyataan Pendukung yang menguntungkan, (8) Nada, nuansa apa yang harus dimiliki pesan, otoritatif, ringan, emosional, (9) Media, saluran-saluran komunikasi apa yang akan Anda gunakan,— TV, radio, iklan surat kabar, poster, atau yang lainnya?, (10) Memaksimalkan paparan, bagaimana mengimplementasikan strategi-strategi tadi untuk memaksimalkan paparan bagi khalayak sasaran terhadap pesan, (11) Pertimbangan lain yang terkait dengan program kampanye publik.

Jika pilihan kampanye publik dilakukan melalui televisi, Jeeff (2010:94), mengingatkan agar menganalisis pemirsa didasarkan kepada (1) Identifikasi penonton dilihat dari usia atau etnis. (2) Relevansi masalah yang dipaparkan, (3) Budaya, tradisi, agama dan latar belakang (4) Ras dan stereotip yang melekat pada khalayak (5) Kategori sosial budaya, (6) gender.

Dengan memperhatikan enam aspek tersebut, diharapkan kampanye publik di televisi dapat mencapai sasaran, sebagaimana pendapat Littlejohn dan Foss (2009: 185), bahwa perencanaan pesan harus menjadi perhatian utama dalam komunikasi untuk mencapai tujuan. Dalam kaitan itu, Sneider (2010 :195), mengingatkan, perencanaan pesan yang melibatkan kelompok, harus membangun komunikasi yang dapat memecahkan masalah .

#### **IV. Media dalam Pemeliharaan Lingkungan**

Eksistensi media yang dapat menyebarkan pesan kepada khalayak luas, dimanfaatkan untuk menyadarkan masyarakat terhadap pentingnya pelestarian lingkungan hidup untuk kesejahteraan

manusia. Melalui pemberitaan, kampanye publik, iklan layanan masyarakat, dan propaganda, media diharapkan mampu berperan dalam menjaga keseimbangan alam, lingkungan sosial, ekonomi dan politik yang berkembang dalam satu kawasan.

Karena itu, media massa memiliki tanggungjawab dalam memberikan informasi, tayangan dan siaran yang benar, akurat dan jelas (Henessy, 1990 : 24). Dikaitkan dengan kebutuhan informasi, Rosenthal (dalam Haryanto, 2010:7), menyebutkan, "hak atas informasi adalah hak dasar yang melekat dalam diri manusia. Hak atas informasi sebagai naluri kesadaran manusia untuk mengetahui hal - hal diluar dirinya". Hak ini diakui dalam pasal 19 Deklarasi Umum HAM, yang disahkan tahun 1948. karena itu, hak atas informasi harus terus dijaga dan diperjuangkan termasuk jika menghadapi manipulasi yang dilakukan oleh para pebisnis maupun pejabat pemerintah dan politisi.

Kendati demikian, media juga tidak semata - mata dapat menyebarkan pesan - pesan lingkungan hidup sesuai pesanan dari pihak tertentu yang berupaya mempengaruhi masyarakat, sebab dalam bingkai kebebasan informasi, mereka memiliki kemandirian untuk menetapkan pemberitaan ataupun penyiaran yang menjadi karakteristiknya.

Selain itu, media masa juga memiliki ideologi, yang terdiri dari orientasi bisnis dan idealisme dalam menjalankan fungsi informasi. Dengan demikian, pemerintah dan semua entitas yang mengklaim peduli teradap lingkungan hidup, juga tidak bisa memaksa media, untuk menyiarkan pesan tentang lingkungan hidup. Terlebih lagi yang berkonotasi pembelaan terhadap tuduhan pelanggaran lingkungan dari elite di tubuh pemerintah, perusahaan maupun politik, media massa berhak untuk melakukan penolakan.

Pada konteks ini, ideologi media, dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti aspek historis, asosiasi kelembagaan, dan aspek lain yang terikat oleh tujuan media massa. (Lull, 1998 :1). Dari faktor - faktor tersebut, media tetap diharapkan bisa ikut memelihara lingkungan dengan menjalankan fungsi kekritisn terhadap pelanggaran terhadap lingkungan hidup.

Kompleksitas pemeliharaan lingkungan, yang sudah diatur dalam UU No.32/2008, secara substantif dapat berhasil penerapannya di



masyarakat jika mendapat dukungan dari media yang peduli terhadap lingkungan. Isi pemberitaan media, sejatinya menyangkut aspek yang bernilai positif dalam pengendalian lingkungan, sampai kepada berita yang mengancam kelangsungan hidup alam dan lingkungannya. Media selayaknya lebih berpihak kepada kepentingan masyarakat untuk jangka panjang. Karena itu isu kerusakan lingkungan yang dipicu oleh pembangunan berorientasi bisnis semata dan pengabaian kelestarian lingkungan harus menjadi perhatian dan diinformasikan kepada khalayak.

Hakikatnya, media dengan kekuatan komunikasinya, harus berjalan seiring dengan program pemeliharaan lingkungan. Beberapa hal yang perlu didukung oleh media massa dalam penegakan peraturan lingkungan antara lain adalah (1) Masyarakat berhak memperoleh pengetahuan tentang lingkungan hidup yang baik dan sehat. (2) Setiap orang berhak mengajukan usul dan/atau keberatan terhadap rencana usaha dan/atau kegiatan yang diperkirakan dapat menimbulkan dampak terhadap lingkungan hidup, (3) Setiap orang berhak untuk berperan dalam perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup sesuai dengan peraturan perundang-undangan, (4) Setiap orang berhak melakukan pengaduan akibat dugaan pencemaran dan/atau perusakan lingkungan hidup.

Masalah - masalah tersebut, jelas memerlukan peran media massa, untuk memberikan informasi yang transparan dan memacu keikutsertaan masyarakat dalam pengawasan terhadap lingkungan. Supaya informasi yang disebarkan media dipercaya khalayak, Gordon, Deines dan Havice (2010: 175), menyarankan, wartawan harus mengembangkan kemampuan untuk mengurangi ketidakpastian lingkungan, melalui bekerjasama dengan ilmuwan. Oleh sebab itu relasi antara pekerja media dengan ilmuwan dan sumber informasi lain yang dipercaya, harus tetap dipertahankan.

Bagi manapun juga, kondisi lingkungan yang sehat, atau sebaliknya lingkungan yang rusak dan membawa dampak buruk bagi masyarakat di berbagai kawasan, selayaknya menjadi kepedulian media massa dalam menjalankan fungsi transparansi pemberitaan. Jika media tidak menghiraukan terhadap penyimpangan dalam pengelolaan lingkungan, maka informasi yang beredar di masyarakat



akan didominasi oleh pesan sepihak yang berasal dari pemerintah maupun para pemilik modal yang mengabaikan lingkungan hidup.

Padahal, dalam pasal 6, UU Pers Nomor 40 Tahun 1999, jelas menyebutkan bahwa pers nasional melaksanakan fungsinya dalam memenuhi hak masyarakat untuk mengetahui, melakukan pengawasan, kritik, koreksi dan saran terhadap hal-hal yang berkaitan dengan kepentingan umum. Jadi fungsi pengawasan dan kritik harus tetap melekat di media massa.

Undang - Undang PPLH, sesungguhnya juga mengamanatkan, perlunya transparansi informasi dalam mengelola lingkungan hidup. Jadi tidak boleh ada informasi yang disembunyikan karena menyangkut kepentingan ataupun kredibilitas pemerintah, pemilik modal dan tokoh masyarakat. Berdasarkan UU No. 32/2008, setiap orang dilarang memberikan informasi palsu, menyesatkan, menghilangkan informasi, merusak informasi, atau memberikan keterangan yang tidak benar. Artinya, media massa dapat melakukan pemberitaan transparan, tanpa khawatir terhadap tekanan elite dalam kekuasaan negara maupun para pemilik modal yang memiliki otoritas luas di masyarakat.

Representasi dari keterbukaan informasi lingkungan hidup pada badan public - pemerintah di pusat maupun di daerah, harus mengembangkan sistem informasi lingkungan hidup yang transparan, demi mendukung kebijakan perlindungan dan pengelolaan lingkungan.

Sistem informasi lingkungan hidup paling tidak memuat informasi mengenai status lingkungan hidup, peta rawan lingkungan hidup, dan informasi lingkungan hidup lain. Sistem informasi lingkungan hidup dilakukan secara terpadu dan terkoordinasi dan wajib dipublikasikan kepada masyarakat. Jelas sistem informasi lingkungan bisa lebih diketahui oleh masyarakat jika didifusikan melalui media massa.

Menyangkut peran masyarakat dan pelestarian lingkungan, masyarakat memiliki hak untuk berperan aktif dalam perlindungan dan pengelolaan lingkungan. Peran masyarakat dapat berupa penyampaian informasi atau laporan. Peran ini gaungnya lebih luas, jika memanfaatkan media massa, baik cetak maupun elektronik.

Laporan ketimpangan dalam pemeliharaan lingkungan hidup,



akan cepat direspon oleh masyarakat, pemerintah maupun lembaga swasta jika disampaikan melalui media massa. Dampak yang diharapkan, dari pemberitaan atau penayangan problem lingkungan, diharapkan pemerintah, pemilik modal dan pihak - pihak yang berkepentingan dengan lingkungan hidup, dapat membuat solusi yang lebih baik. Jadi intinya, media massa bisa mempengaruhi pemerintah dan pihak terkait dalam mencari solusi untuk mengatasi problem lingkungan hidup.

Namun persoalannya, dalam koridor kebebasan pers, ternyata media massa, khususnya televisi, lebih fokus kepada kemauan menonton khalayak, yang didasarkan kepada rating dan masuknya iklan dalam program siaran. Dengan demikian, berita yang mengungkap seputar pelestarian alam diabaikan demi memburu rating.

Melihat kondisi ini, maka segala macam kampanye publik di media, harus mampu menarik perhatian penonton. Caranya, dengan mengemas berbagai program sebagai tayangan yang menghibur. Sebab, tidak bisa dikesampingkan bahwa, tayangan televisi yang mengeksplorasi budaya populer, dan nilai konsumerisme, jauh lebih disukai dibanding program siaran yang lebih serius dalam mengupas problem lingkungan.

Tayangan yang semata - mata menitikberatkan kepada hiburan dan budaya populer, bisa saja dikategorikan sebagai hambatan dalam kampanye publik untuk pelestarian lingkungan. Tidak bisa diabaikan, bahwa budaya populer, memang lebih disukai khalayak dan dibuat untuk masyarakat pada umumnya, tanpa menghiraukan produsen budaya. (Fiske, dalam Gauntlett, 2008 : 27)

## **V. Penutup**

Media massa memiliki sejumlah kelebihan dalam penyebaran informasi yang ditujukan kepada khalayak luas. Namun permasalahannya, pemanfaatan media untuk kepentingan pemeliharaan lingkungan, sangat bergantung kepada gerak laju media, yang dipengaruhi oleh kondisi negara, dan aneka peraturan kelembagaan, fungsi pemberitaan, penyiaran dan aspek lain yang berkaitan dengan orientasi media.

Terlepas dari hal tersebut, media massa dapat dipakai untuk

memberitakan berbagai problem lingkungan, meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pelestarian alam, dan dimanfaatkan untuk mempromosikan pemeliharaan lingkungan hidup. Hakikatnya, pemberitaan, kampanye publik dan iklan layanan masyarakat melalui media massa, dapat menumbuhkan partisipasi masyarakat dalam memelihara pelestarian alam.

Memang bukan jalan yang mudah untuk menyuarakan pemeliharaan lingkungan di media, mengingat media massa dengan kebebasan orientasinya, seringkali lebih menekankan aspek komersial dibandingkan idealisme untuk memberikan informasi yang bermutu bagi masyarakat. Kendati demikian, berpijak kepada fungsi ideal media massa, maka tetap melekat harapan, agar media mendukung program pelestarian lingkungan, demi kesejahteraan umat manusia secara berkelanjutan.

#### Daftar Pustaka

- Anokwa, Kwadwo, Carolyn A. Lin and Michael B. Salwen .(2003). *International Communication : Concepts and Cases*, Wadsworth Publishing
- Antlov, Hans dan Anna Wetterberg. 2010. "Masyarakat Sipil, Akuntabilitas Politik dan Masa Depan Pemerintah Daerah" dalam *Majalah Prisma . Otonomi daerah Untuk Siapa*. Vol.29 Juli 2010.
- Biagi, Shieley.2005.*Media/ Impact : An Introduction to Mass Media*. Seventh Edition, United States : Thomson - Wadsworth.
- Craft, John E, Frederic A. Light and Donald G.Godfrey.2001. *Electronic Media, Australia* : Wadsworth Thomson Learning
- Eppler, Erhard.2010.*Melindungi Negara dari Ancaman Neoliberal atau The Return of the State?*, terjemahan Makmur Keliat, Jakarta : Frierich -Ebert-Stiftung Kantor Perwakilan Indonesia.
- Eastman, Susan Tyler and Douglas A. Ferguson.2006. *Media Programming : Strategies and Practices*. Sevent Edition, Australia : Thomson - Wadsworth.
- Gauntlett, David. 2008. *Media, Gender and Identity : An Introduction*. Second Edition, London & New York : Routledge-Taylor and Francis Group
- Gordon, Joice C, Tina Deines, and Jacqueline Havice.2010. "Global



- Warming Coverage in the Media : Trend in a Mexico City Newspaper " dalam Susanna Hornig Priest (ed). Science Communication, Volume 32 Number 2 June 2010, Las Vegas : Sage Publication
- Henessy, Bernard. 1990. Pendapat Umum, Terjemahan Airuddin Nasution, Jakarta ; Erlangga
- Ignatius Haryanto. Media di bawah Dominasi Modal : Ancaman Terhadap Hak atas Informasi. Azasi. Edisi Maret - april 2010. hal. 07
- Jafee. Clella.2010. Public Speaking : Concepts and Skill for a Diverse Society. Sixth Edition. China : Wadsworth Cengage Learning.
- Julianto, Irwan.2010. Kampanye Publik. "Makalah untuk mata kuliah Kapita Selekta Komunikasi bagi mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara, Jakarta, 1-3 Juni 2010
- Lippman, Walter .1970."The World Outside and The Pictures", dalam Mass Communication, Wilbur Schramm (ed), Urbana : University of Illinois Press.
- Littlejohn, Stephen W dan Karen A. Foss.2009. Teori Komunikasi, terjemahan Theories of Human Communication, terjemahan Mohammad Yusuf Hamdan, Jakarta : Penerbit Salemba Humanika.
- Lull, James. 1999. Media : Komunikasi dan Kebudayaan, Jakarta : Penerbit Yayasan Obor.
- McQuail, Denis. 2010.Mass Communication Theory : An Introduction, sixth edition, London : Sage Publication
- Mills, Charles Wright . 1968. "Some Effects of Mass Media", Mass Media and Mass Man, ed. Alan Costy, New York : Rinehart and Winston.
- Sneider, Jen.2010. "Making Space for the Nuances of Truth : Communication and Uncertainty at an Environmental Journalist Workshop" dalam dalam Susanna Hornig Priest (ed). Science Communication, Volume 32 Number 2 June 2010, Las Vegas : Sage Publication
- Surette, Ray.2007. Media, Crime and Criminal Justice : ImGES, Realities and Policies.Third Edition, Australia: Thomson-Wadsworth
- Undang - Undang Republik Indonesia Nomor 40 tahun 1999 tentang Pers

Undang - Undang Republik Indonesia Nomor 32 tahun 2002 tentang  
Penyiaran

Undang - Undang Republik Indonesia Nomor 32 tahun 2009 tentang  
Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup.

Undang - Undang Republik Indonesia Nomor 14 tahun 2008 tentang  
Keterbukaan Informasi Publik.



## BIODATA PENULIS

### **Sony Heru Sumarsono, Ph.D**

Dosen di School of Life Sciences & Technology Institut Teknologi Bandung, Jl. Ganesa No. 10 Bandung. Menamatkan pendidikan S1 di Fakultas Biologi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta (1986), S2-Preliminary di Dept Anatomy, Faculty of Mathematical and Natural Science Monash University Clayton – Victoria Australia (1989) dan Mendapatkan gelar Ph.D di Faculty of Medicine Monash University Clayton – Victoria Australia(1996). Alamat email [sonyheru@sith.itb.ac.id](mailto:sonyheru@sith.itb.ac.id)

### **Arief Fajar, S.Ikom**

Dosen Prodi Ilmu Komunikasi FKI-Universitas Muhammadiyah Surakarta Jl. A. Yani Tromol Pos 1, Pabelan, Kartasura Sukoharjo 57102. Sekarang sedang menempuh pendidikan Strata 2 di program *Master of Science (M. Sc.) Extension and Development Communication*, Sekolah Pascasarjana Universitas Gadjah Mada Yogyakarta. Alamat email [arf\\_manutd\\_2003@yahoo.co.id](mailto:arf_manutd_2003@yahoo.co.id)

### **Dr. Eko Harry Susanto**

Lahir di Pekalongan 4 April 1958. Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara Jakarta. Pendidikan S1 diselesaikan di Ilmu Pemerintahan FISIPOL Universitas Gadjah Mada Yogyakarta (1981). Menyelesaikan S2 pada program Pascasarjana Ilmu Komunikasi Universitas Indonesia Jakarta (1996). Program Doktor Ilmu Komunikasi Universitas Padjajaran Bandung (2004). Selain sebagai pengajar, juga aktif sebagai konsultan PR dan Kepuasan Konsumen di berbagai lembaga pemerintah dan Swasta. Juga rajin menulis artikel di berbagai jurnal, proceeding, buletin dan media cetak. Selain itu juga aktif memberikan ceramah, workshop dan berbagai pelatihan di bidang PR, kepuasan pelanggan dan komunikasi publik. Beberapa buku yang



# MEDIA DAN KOMUNIKASI LINGKUNGAN

Manusia dan lingkungan adalah sebuah interaksi yang intens. Manusia harus menyadari bahwa dirinya adalah bagian dari lingkungan dimana ia berada. Manusia mendapat seluruh kebutuhan hidupnya dari lingkungan. Kelalaian atau ketidakpahaman akan hal tersebut bisa menyebabkan terjadinya overeksploitasi lingkungan tanpa memperdulikan daya dukung lingkungan itu sendiri. Pemahaman akan perilaku lingkungan akan sangat bermanfaat untuk melakukan proses pengelolaan dan pengembangan daya dukung lingkungan sehingga daya dukung tersebut bukan saja dapat dipertahankan dalam jangka panjang dan berkelanjutan. Dengan demikian keberadaan populasi manusia dapat dipertahankan keberadaannya.

Perkembangan media komunikasi yang demikian pesat seharusnya bisa dimanfaatkan secara maksimal. Namun seringkali media tidak dimanfaatkan sebagaimana mestinya, khususnya dalam penyebaran informasi sehingga tampaknya media tidak berkontribusi secara langsung pada perbaikan lingkungan. Kesadaran menjaga lingkungan menjadi isu masyarakat sekarang ini dan mestinya menjadi isu yang makin menggelinding berkat kontribusi media. Sehingga pada kenyataannya membangun kesadaran lingkungan bahkan menyebarkan masyarakat yang tanggap pada bencana nampaknya masih perlu keterlibatan media sebagai sarana yang mendukung aktifitas komunikasi lingkungan. Minimal sebagai sumber informasi baik saat mitigasi bencana, penataan lingkungan baik lingkungan fisik maupun lingkungan sosial.

Diterbitkan atas Kerjasama



ISBN 978-602-7636-18-7



9 786027 163618 7

00000