IMPLEMENTASI KAMPANYE SOSIAL MITIGASI PERUBAHAN IKLIM OLEH HUTAN ITU INDONESIA MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

SKRIPSI

Oleh

Billy Sanjaya Rusli

202010415007

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2025

IMPLEMENTASI KAMPANYE SOSIAL MITIGASI PERUBAHAN IKLIM OLEH HUTAN ITU INDONESIA MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

SKRIPSI

Oleh

Billy Sanjaya Rusli

202010415007

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2025

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi	:Implementasi Kampanye Sosial Mitigasi Perubahan Iklim Oleh Hutan Itu Indonesia Melalui Media Sosial Instagram
Nama	: Billy Sanjaya Rusli
Nomor Pokok Mahasiswa	: 202010415007
Program Studi/Fakultas	: Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Jakarta, 14 Februari 2025

MENYETUJUI,



Tabrani Sjafrizal, S.Sos, M.I.Kom.

NIDN. 0306046603

Dipindai dengan CamScanner

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi	: Implementasi Kampanye Sosial Mitigasi Perubahan Iklim Oleh Hutan Itu Indonesia Melalui Media Sosial Instagram
Nama Mahasiswa	: Billy Sanjaya Rusli
Nomor Pokok Mahasiswa	: 202010415007
Program Studi/Fakultas	: Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Tangga Lulus Ujian Skripsi	: 05 Februari 2025

Jakarta, 14 Februari 2025

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji : Muhamad Husni Mubarok, S.Pd., M.IKom .....

NIDN. 0414128601

Penguji : Tabrani Sjafrizal, S.Sos., M.I.Kom .....

NIDN. 0306046603

Sekretaris Penguji : Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si .....

NIDN. 0319059501

MENYETUJUI,

Ketua Program Studi	**Dekan**
Ilmu Komunikasi	**Fakultas Ilmu Komunikasi**
Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si	Dra. Truly Wangsalegawa, M.A., M.Ed., Ph.D
NIP. 2203551	**NIP. 1908425**

Dipindai dengan CamScanner

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul **"Implementasi Kampanye Sosial Mitigasi Perubahan Iklim Oleh Hutan Itu Indonesia Melalui Media Sosial Instagram"** ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan sescara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 14 Februari 2025



Billy Sanjaya Rusli

202010415007

Dipindai dengan CamScanner

ABSTRAK

Perubahan iklim merupakan tantangan global yang memerlukan partisipasi aktif dari berbagai pihak untuk mengurangi dampak negatifnya. Salah satu upaya mitigasi yang dapat dilakukan adalah melalui kampanye sosial melalui media sosial instagram yang meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya pelestarian hutan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi kampanye sosial mitigasi perubahan iklim yang dilakukan oleh Hutan Itu Indonesia melalui media sosial Instagram. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan analisis isi terhadap postingan di akun Instagram @hutanituid. Fokus utama penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi implementasi kampanye sosial yang diterapkan, serta keterkaitan kampanye sosial dengan konsep *creative brief* dan konsep visual pada penyampaian isi kampanye sosial mengenai pemahaman masyarakat terkait pentingnya mitigasi perubahan iklim. Hasil penelitian menggunakan analisis pada postingan dan keterkaitan pada konsep *creative brief* dan konsep visual menunjukkan bahwa kampanye yang dilakukan berhasil menyampaikan pesan tentang perlunya tindakan nyata mengenai perubahan iklim melalui informasi yang mudah dimengerti. Selain itu, penggunaan visual yang menarik dan pesan yang konsisten membuat kampanye dapat menarik perhatian audiens. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kampanye sosial yang lebih efektif dalam mitigasi perubahan iklim, khususnya dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana edukasi dan komunikasi.

Kata kunci: Kampanye sosial, mitigasi perubahan iklim, Hutan Itu Indonesia, Instagram, Konsep *creative brief*.

ABSTRACT

Climate change is a global challenge that requires active participation from various parties to reduce its negative impacts. One of the mitigation efforts that can be made is through social campaigns via Instagram, which raise public awareness of the importance of forest preservation. This study aims to analyze the implementation of a social campaign for climate change mitigation carried out by Hutan Itu Indonesia through the Instagram social media platform. The approach used in this study is a qualitative method with content analysis of posts on the @hutanituid Instagram account. The main focus of this research is to identify the implementation of the social campaign, as well as the relationship between the social campaign and the creative brief concept and visual concept in delivering the campaign message about the public's understanding of the importance of climate change mitigation. The results of the analysis on posts and the connection to the creative brief and visual concept show that the campaign successfully conveyed the message of the need for real action regarding climate change through easily understood information. Additionally, the use of attractive visuals and consistent messaging helped the campaign capture the audience's attention. This study is expected to contribute to the development of more effective social campaigns for climate change mitigation, especially in utilizing social media as a tool for education and communication.

Keywords: *Social campaign, climate change mitigation, Indonesia's Forest, Instagram, Creative brief concept.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya dan tidak lupa juga kepada orang tua penulis yaitu Bapak Temmy Rusli dan Ibu Yeyen yang telah mendidik penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu yang berjudul **"IMPLEMENTASI KAMPANYE SOSIAL MITIGASI PERUBAHAN IKLIM OLEH HUTAN ITU INDONESIA MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM"**.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program Sarjana. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan dapat berjalan dengan lancar tanpa campur tangan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengutarakan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam proses menyelesaikan skripsi ini. Pihak yang penulis ucapkan terima kasih sebesar-besarnya adalah Bapak Tabrani Sjafrizal, S.Sos., M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing Skripsi penulis dan selaku Dosen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Maka dari itu penulis meminta untuk dibukakan pintu maaf yang sebesar–besarnya jika ada kesalahan dari setiap kata atau kalimat yang tidak berkenan dihati para pembaca. Oleh karena itu, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat sebagaimana mestinya dan dapat memenuhi salah satu persyaratan kelulusan tugas.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini tidak akan berhasil tanpa bantuan dari berbagai pihak. Karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Irjen Pol (Purn) Prof. Dr. Drs. Bambang Karsono, S.H., M.M., Ph.D., D.Crim., (Honoris Causa) selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dra. Truly Wangsalegawa, M.A., M.Ed., ph.D. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara

Dipindai dengan CamScanner

Implementasi Kampanye.., Billy Sanjaya Rusli, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

Jakarta Raya dan Dosen Pembimbing Akademik penulis pada Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

3. Bapak Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si., selaku Kaprodi Strata-1 Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak Tabrani Sjafrizal, S.Sos, M.I.Kom., selaku Dosen Pembimbing penulis.
5. Seluruh staff dan Dosen Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah membantu dan memberikan ilmu kepada saya.
6. Oktavia Putri Nugraeni, S.Ars., selaku pasangan penulis yang telah membantu dan mensupport penulis dalam menyelesaikan skripsi.
7. Teman-teman Angkatan 2020 Fakultas Ilmu Komunikasi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak terlepas dari kekurangan. Penulis berharap saran dan kritik demi kebaikan dan kesempurnaan sehingga ini dapat bermanfaat dalam bidang akademis ataupun praktis, serta dapat berkembang lebih lanjut.

Jakarta, 14 Februari 2025

Billy Sanjaya Rusli

202010415007

Dipindai dengan CamScanner

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING ii

LEMBAR PENGESAHAN iii

LEMBAR PERNYATAAN iv

ABSTRAK v

ABSTRACT vi

KATA PENGANTAR vii

DAFTAR ISI ix

DAFTAR TABEL xii

DAFTAR GAMBAR xiii

DAFTAR BAGAN xiv

DAFTAR LAMPIRAN xv

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang Masalah 1

1.2 Fokus Penelitian 7

1.3 Tujuan Penelitian 7

1.4 Pertanyaan Penelitian 7

1.5 Manfaat Penelitian 7

1.5.1 Manfaat Teoritis 7

1.5.2 Manfaat Praktis 8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA 9

2.1 Penelitian Terdahulu 9

2.2 Kerangka Konsep 11

Implementasi Kampanye.., Billy Sanjaya Rusli, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

2.2.1 Konsep Kampanye 12
2.2.2 Kampanye Sosial 16
2.2.3 *Creative Brief* 17
2.2.4 Mitigasi 18
2.2.5 Media Baru 19
2.2.6 Media Sosial 20
2.2.7 Konsep Visual 21
2.3 Kerangka Pemikiran 23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN 25
3.1 Pendekatan Penelitian 25
3.2 Subjek Penelitian 26
3.3 Objek Penelitian 26
3.4 Jenis Sumber Data 26
3.5 Teknik Pengumpulan Data 27
3.6 Metode Penelitian 28
3.7 Teknik Analisis Data 28
3.8 Keabsahan Data 30
3.9 Lokasi dan Waktu Penelitian 30
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 33
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 33
4.1.1 Hutan Itu Indonesia 33
4.1.2 Visi dan Misi Hutan Itu Indonesia 33
4.1.3 Akun Instagram Hutan Itu Indonesia 34
4.1.4 Tim Hutan Itu Indonesia 35
4.2 Hasil Penelitian 36

4.2.1 Hasil Observasi 36
4.2.2 Implementasi Kampanye Sosial oleh Hutan Itu Indonesia 39
4.2.3 Upaya Mitigasi Perubahan Iklim Kampanye Sosial 59
4.3 Pembahasan 72
4.3.1 Kampanye Sosial oleh Hutan Itu Indonesia 72
4.3.2 Pentingnya *Creative Brief* Dalam Suatu Kampanye Sosial 73
4.3.3 Pentingnya Konsep Visual Dalam Suatu Kampanye Sosial 75
BAB V PENUTUP 79
5.1 Kesimpulan 79
5.2 Saran 80
5.2.1 Saran Teoritis 80
5.2.2 Saran Praktis 80
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

Implementasi Kampanye.., Billy Sanjaya Rusli, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu 9
Tabel 3. 1 *Timeline* Penelitian 32
Tabel 4. 1 Tim Hutan Itu indonesia 35
Tabel 4. 2 Hasil Observasi 36
Tabel 4. 3 *Creative Brief* 1 43
Tabel 4. 4 Konsep Visual 1 44
Tabel 4. 5 *Creative Brief* 2 50
Tabel 4. 6 Konsep Visual 2 51
Tabel 4. 7 *Creative Brief* 3 55
Tabel 4. 8 Konsep Visual 3 57
Tabel 4. 9 *Creative Brief* 4 62
Tabel 4. 10 Konsep Visual 4 64
Tabel 4. 11 *Creative Brief* 5 69
Tabel 4. 12 Konsep Visual 5 70

Implementasi Kampanye.., Billy Sanjaya Rusli, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Akun Instagram Hutan Itu Indonesia 34
Gambar 4. 2 Akun Media Sosial Hutan Itu Indonesia 40
Gambar 4. 3 Postingan @hutanituid Pada Tanggal 7 Agustus 2024 41
Gambar 4. 4 Postingan @hutanituid Pada Tanggal 7 Agustus 2024 41
Gambar 4. 5 Postingan @hutanituid Pada Tanggal 7 Agustus 2024 41
Gambar 4. 6 Postingan @hutanituid Pada Tanggal 7 Agustus 2024 41
Gambar 4. 7 Postingan @hutanituid Pada Tanggal 7 Agustus 2024 42
Gambar 4. 8 Postingan @hutanituid Pada Tanggal 14 Juni 2024 48
Gambar 4. 9 Postingan @hutanituid Pada Tanggal 14 Juni 2024 48
Gambar 4. 10 Postingan @hutanituid Pada Tanggal 14 Juni 2024 48
Gambar 4. 11 Postingan @hutanituid Pada Tanggal 14 Juni 2024 48
Gambar 4. 12 Postingan @hutanituid Pada Tanggal 14 Juni 2024 49
Gambar 4. 13 Postingan @hutanituid Pada Tanggal 14 Juni 2024 49
Gambar 4. 14 Postingan @hutanituid Pada Tanggal 8 Februari 2024 54
Gambar 4. 15 Postingan @hutanituid Pada Tanggal 8 Februari 2024 54
Gambar 4. 16 Postingan @hutanituid Pada Tanggal 8 Februari 2024 54
Gambar 4. 17 Postingan @hutanituid Pada Tanggal 8 Februari 2024 54
Gambar 4. 18 Postingan @hutanituid Pada Tanggal 5 Juni 2024 60
Gambar 4. 19 Postingan @hutanituid Pada Tanggal 5 Juni 2024 60
Gambar 4. 20 Postingan @hutanituid Pada Tanggal 5 Juni 2024 60
Gambar 4. 21 Postingan @hutanituid Pada Tanggal 5 Juni 2024 60
Gambar 4. 22 Postingan @hutanituid Pada Tanggal 5 Juni 2024 61
Gambar 4. 23 Postingan @hutanituid Pada Tanggal 5 Juni 2024 61
Gambar 4. 24 Postingan @hutanituid Pada Tanggal 5 Juni 2024 61
Gambar 4. 25 Postingan @hutanituid Pada Tanggal 5 Juni 2024 61
Gambar 4. 26 Postingan @hutanituid Pada Tanggal 5 Juni 2024 62
Gambar 4. 27 Postingan @hutanituid Pada Tanggal 23 Juli 2024 67
Gambar 4. 28 Postingan @hutanituid Pada Tanggal 23 Juli 2024 67
Gambar 4. 29 Postingan @hutanituid Pada Tanggal 23 Juli 2024 67
Gambar 4. 30 Postingan @hutanituid Pada Tanggal 23 Juli 2024 67
Gambar 4. 31 Postingan @hutanituid Pada Tanggal 23 Juli 2024 68

Implementasi Kampanye.., Billy Sanjaya Rusli, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR BAGAN

Bagan 2. 1 Kerangka Pemikiran 24

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Biodata Mahasiswa

Lampiran 2: Dokumentasi Penelitian

Lampiran 3: Kartu Bimbingan Skripsi

Lampiran 4: *Form* Perbaikan Sidang Proposal Skripsi/Skripsi

Implementasi Kampanye.., Billy Sanjaya Rusli, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025