

**Strategi Komunikasi *Youth For Climate Change* Yogyakarta (YFCC)  
dalam Mengembangkan Kesadaran Masyarakat Yogyakarta untuk  
Peduli Lingkungan Tahun 2017**

**Naskah Publikasi**

**Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Strata 1**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Jurusan Ilmu Komunikasi**

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**



Disusun oleh:

**Mohamad Wibowo Tukarana**

**20130530027**

**Program Studi Ilmu Komunikasi**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

**2018**

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta :

Hari : Rabu  
Tanggal : 31 Januari 2018  
Tempat : Ruang Rapat  
Nilai :

### SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua

  
Sovia Sitta Sari, S.IP., M.Si.

Penguji I

Penguji II

  
Dr. Suciati, S.Sos., M.Si.

  
Haryadi Arief Nour Rasyid, S.IP., M.Sc.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu  
Persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana  
(S-1) tanggal 31 Januari 2018

  
Haryadi Arief Nour Rasvid, S.IP., M.Sc.

Kaprodi Ilmu Komunikasi

## **ABSTRAK**

# **Strategi Komunikasi *Youth For Climate Change* Yogyakarta (YFCC) dalam Mengembangkan Kesadaran Masyarakat Yogyakarta untuk Peduli Lingkungan Tahun 2017**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
KONSENTRASI ADVERTISING  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
2018**

Perubahan iklim adalah salah satu bentuk dari kerusakan alam yang akan terjadi baik melalui faktor alam itu sendiri ataupun dari faktor makhluk hidup. Dari hasil penelitian membuktikan bahwa saat ini diperkirakan 40 persen kota di dunia mengalami perubahan iklim. Termasuk wilayah perkotaan Yogyakarta. Kota Yogyakarta merupakan wilayah yang dipadati bangunan. Sementara tutupan vegetasinya sedikit. (Republika.co.id, sleman diakses pada tanggal 11 april 2017 jam 16.40 WIB). Untuk mengatasi perubahan iklim ini manusia dituntut harus bisa lebih peduli lagi terhadap lingkungan sekitar agar dampak dari perubahan iklim bisa diminimalisir.

Dalam penelitian ini membahas mengenai strategi komunikasi *Youth For Climate Change* Yogyakarta dalam mengembangkan kesadaran masyarakat Yogyakarta untuk peduli lingkungan Tahun 2017. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan strategi komunikasi YFCC Yogyakarta dalam mengembangkan kesadaran masyarakat Yogyakarta untuk peduli lingkungan 2017 apakah sudah berhasil atau belum. Metode penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif dengan wawancara dan studi dokumentasi untuk memperoleh data.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang *Youth For Climate Change* Yogyakarta lakukan dibagi menjadi beberapa tahap, yaitu perencanaan strategi komunikasi, menentukan Komunikator, Pesan dan Media, pelaksanaan kegiatan strategi komunikasi yang dibagi menjadi dua tahap yaitu pelaksanaan kegiatan strategi komunikasi tatap muka dan juga pelaksanaan kegiatan strategi komunikasi melalui *CYBER*, dan melakukan 2 tahap evaluasi yaitu: evaluasi

sumber daya manusia atau SDM per enam bulan sekali dan evaluasi perkegiatan yang sudah dilakukan.

## **A. Latar Belakang Masalah**

Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) merupakan salah satu kota besar di Indonesia yang mengalami Pertumbuhan sangat pesat. Pertumbuhan yang pesat ini tentunya akan berdampak kepada sektor lingkungan kota tersebut, kepadatan penduduk yang tinggi serta ketidakpahaman masyarakat akan pelestarian lingkungan menjadi masalah yang harus diatasi oleh pemerintah daerah, peningkatan jumlah penduduk di kota Yogyakarta setiap tahunnya makin meningkat, banyaknya para turis yang datang dan jumlah mahasiswa yang semakin banyak setiap tahunnya, membuat daya beli

masyarakat akan suatu barang di kota Yogyakarta semakin meningkat, sehingga berdampak pada bertambahnya volume sampah di Yogyakarta. Semakin sedikitnya area pepohonan disekitar kota Yogyakarta serta banyaknya pengendara yang menggunakan bahan bakar minyak (BBM), membuat polusi udara disekitar kota Yogyakarta menjadi kurang baik. Pemerintah dan Masyarakat harus cepat tanggap akan masalah lingkungan ini karena kerusakan akan lingkungan menjadi suatu fenomena yang dimana hal itu pasti akan terjadi dimasa mendatang dan dampak dari kerusakan lingkungan itu pasti akan dirasakan oleh masyarakat itu sendiri.

Lingkungan dan manusia mempunyai keterkaitan yang sama, setiap perlakuan manusia akan berdampak kepada manusia itu sendiri seperti contohnya membuang sampah sembarangan, menumbang pohon tanpa menanam kembali, menggunakan bahan bakar fosil yang berlebihan, dan polusi industri yang akan meluarkan CO<sub>2</sub> (Zat beracun). Mengenai permasalahan lingkungan ini, manusia akan menerima dampaknya yaitu masalah perubahan iklim yang dimana perubahan iklim ini terjadi karena perubahan lingkungan yang berubah secara perlahan karena perbuatan manusia. Dampak bila terjadinya perubahan iklim adalah: a) Sarana prasarana (*infrastruktur*) menjadi rusak, b) Merebaknya wabah penyakit terutama pernapasan, c) Kekeringan dan kekurangan sumber air,

d) Terjadinya bencana alam dimana-mana, e) Harga pangan menjadi semakin meningkat (mahal), f) Udara menjadi semakin kotor. (<http://nationalgeographic.co.id/berita/2013/01/enam-hal-dampak-perubahan-iklim-pada-hidup-kita> diakses pada tanggal 28 april jam 17.00 WIB).

Hal yang perlu kita lakukan untuk menjaga perubahan iklim adalah dengan menjaga lingkungan. Lingkungan menjadi hal yang terpenting untuk manusia. karena lingkungan telah memberikan segala sesuatunya semua untuk makhluk hidup yang ada dibumi. Kesadaran manusia tentang lingkungan masih terbilang cukup rendah, Ini membuktikan bahwa manusia masih kurang paham akan manfaat lingkungan, seperti halnya yang

terdapat di Kecamatan Wonosari mengeluhkan rendahnya atas kesadaran masyarakat untuk membuang sampah pada tempatnya, Banyaknya sampah di selokan dan aliran sungai mengakibatkan saluran drainase tersumbat, bau tidak sedap, dan memicu banjir saat hujan deras. “Pemerintah sudah menyediakan tempat sampah di tempat-tempat strategis. Tapi, masih saja ada warga tidak peduli dan membuang sampah semauanya sendiri,” ungkap Camat Wonosari Iswandoyo kemarin (17/7). Ditegaskan, kebersihan lingkungan bukan hanya tanggung jawab petugas kebersihan atau pemerintah. Itu tanggung jawab bersama. Untuk peduli dalam menjaga kebersihan dan kesehatan lingkungan tempat tinggal. “Memilah sampah juga menjadi hal penting dalam pembuangan sampah.

Agar petugas kebersihan dapat langsung mengolah sampah di tempat pembuangan akhir (TPA), imbaunya dalam sesi wawancara. (<https://www.radarjogja.co.id/kesadaran-masyarakat-rendah-biasa-buang-sampah-sembarangan> diakses pada tanggal 29 april jam 14.30 WIB).

Perkembangan akan peduli lingkungan terhadap pola kehidupan manusia menjadi semakin mengawatirkan, tingkat kesadaran akan lingkungan masih dibilang cukup rendah karena kurangnya edukasi tentang pelestarian lingkungan yang seharusnya diterima oleh masyarakat. Dalam kurun waktu 3 tahun saja, terjadi peningkatan pencemaran lingkungan hidup di DIY, hingga diatas 250 persen,” ujar Kepala Badan Pusat Statistik (BPS) DIY Bambang Kristianto dalam Laporan Statistik

Lingkungan Hidup DIY Tahun 2016-2017, di Yogyakarta, Minggu (23/10). Ia mengatakan bahwa berbagai aktivitas warga ikut berkontribusi terhadap peningkatan pencemaran seperti pencemaran air dan tanah akibat pengolahan limbah industri yang tidak tepat dan pencemaran udara akibat pembakaran pada kendaraan bermotor yang tidak sempurna. (<https://www.cnnindonesia.com/nasional/20161023224728-20167372/pencemaran-lingkungan-di-yogyakarta-meningkat-250-persen> diakses pada tanggal 29 april jam 14.40 WIB).

*Youth for climate change* (YFCC) Daerah Istimewa Yogyakarta adalah suatu organisasi relawan atau *volunteering organization* yang berada dibawah Kementerian Lingkungan Hidup (KLH) yang

berfokus pada Perubahan Iklim. YFCC ini didirikan oleh Dewan Nasional Perubahan Iklim (DNPI) pada masa pemerintahan Bapak Susilo Bambang Yudhoyono. Namun ketika era Bapak Joko Widodo, DNPI dilebur menjadi satu dengan Kementerian Lingkungan Hidup dan kehutanan (KLH), sehingga sekarang berada dibawah naungan KLH. *Youth for climate change* menjadi salah satu organisasi di Yogyakarta yang peduli terhadap Perubahan Iklim. organisasi ini terdiri dari pemuda (usia 17-30 tahun) dan bertujuan untuk meningkatkan kesadaran para pemuda akan lingkungan, terutama sadar akan perubahan iklim. Sehingga generasi muda dapat segera melakukan tindakan untuk mengurangi cepatnya laju perubahan iklim yang sedang terjadi. Hal tersebut dilakukan demi

keberlangsungan hidup umat manusia dimasa yang akan datang. Karena bumi kita, tempat kita hidup, hanyalah satu, jadi sudah sewajarnya kita harus melestarikannya.

(<http://www.yfccyogya.org/> diakses tanggal 6 juni 2017 jam 14.00 WIB)

#### *Youth for climate change*

Yogyakarta mempunyai empat pokok program kerja yaitu: 1) Edukasi, 2) Sosialisasi, 3) Aksi, dan 4) Advokasi. Keempat program kerja ini mempunyai cara kerja yang berbeda-beda satu dengan yang lainnya. Edukasi yang artinya adalah program edukasi yang berorientasi kepada pendidikan dan program diskusi terkait fenomena-fenomena seputar perubahan iklim serta dampak yang ditimbulkan, sedangkan Sosialisasi yang artinya adalah program sosial yang bertujuan

untuk menumbuhkan kesadaran masyarakat melalui pemahaman gaya hidup yang ramah lingkungan, dan diharapkan dengan hal tersebut, dampak dari perubahan iklim bisa diminimalisir, sedangkan Aksi yang artinya adalah *Youth for climate change* berkomitmen untuk bergerak dalam aksi nyata berupa program-program mitigasi, reboisasi dan aktivitas penanggulangan dampak perubahan iklim lainnya, sedangkan Advokasi adalah *Youth for climate change* memberikan pendampingan terhadap masyarakat ataupun elemen masyarakat terkait dengan permasalahan perubahan iklim. (<http://yfccid.com> diakses pada tanggal 7 juni 2017 jam 11.00 WIB). Dalam hal ini peneliti hanya akan meneliti tentang bagaimana Edukasi dan Sosialisasi yang dilakukan oleh *Youth for climate*



*change* Yogyakarta dalam mengembangkan kesadaran masyarakat Yogyakarta untuk peduli Lingkungan

## **B. Rumusan Masalah**

Sesuai dengan Latar Belakang Masalah diatas, maka yang menjadi pokok permasalahan didalam Pembahasan Penelitian ini adalah tentang:

Bagaimana Strategi Komunikasi *Youth For Climate Change* Yogyakarta (YFCC) dalam Mengembangkan Kesadaran Masyarakat Yogyakarta untuk Peduli Lingkungan Tahun 2017 ?

## **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian adalah:

1. Untuk Mendeskripsikan Strategi Komunikasi yang

dipakai *Youth For Climate Change* Yogyakarta (YFCC) dalam Mengembangkan Kesadaran Masyarakat Yogyakarta untuk Peduli Lingkungan Tahun 2017.

2. Untuk mengetahui Faktor-Faktor apa saja yang menjadi pendukung dan penghambat didalam strategi komunikasi *Youth For Climate Change* Yogyakarta (YFCC) dalam mengembangkan kesadaran Masyarakat Yogyakarta untuk Peduli lingkungan Tahun 2017.

## D. Kajian Teori

### Strategi Komunikasi

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak hanya berfungsi sebagai peta jalan saja yang hanya menentukan jalan saja, tetapi lebih dari itu strategi harus bisa menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Bisa dikatakan bahwa strategi komunikasi merupakan paduan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan dan strategi komunikasi harus bisa

menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya yang harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung situasi dan kondisi. (Effendy, 1986:97).

Karl von Clausewitz (1780-1831) dalam Cangara (2017:64) adalah seorang pensiunan jenderal Prusia dalam bukunya *On War* merumuskan bahwa strategi adalah: "suatu seni yang menggunakan sarana pertempuran untuk mencapai tujuan perang". Martin-Anderson (1968) dalam Cangara (2017:64) juga merumuskan "strategi adalah seni dimana melibatkan kemampuan inteligensi atau pikiran untuk membawa semua sumber daya

yang tersedia dalam mencapai tujuan dengan memperoleh keuntungan yang maksimal dan efisien”.

Carl I. Hoveland (1948) yang dikemukakan oleh Shannon dan Weaver (1949) dan oleh Shachter (1961) dalam Arifin (2002:25-26). Hoveland merumuskan “komunikasi adalah proses dimana seseorang (komunikator) menyampaikan perangsang-perangsang (biasanya lambang-lambang dalam bentuk kata-kata) untuk mengubah tingkah laku orang lain. Menurut Cangara Komunikasi adalah suatu proses penyampaian pesan dari seseorang kepada orang lain dengan tujuan untuk memengaruhi pengetahuan atau

perilaku seseorang. Maka bisa dikatakan bahwa suatu proses komunikasi tidak akan bisa berlangsung tanpa didukung oleh unsur-unsur: pengirim (*source*), pesan (*message*), saluran/media (*channel*), penerima (*receiver*), dan akibat/pengaruh (*effect*). Cangara (2012:25).

Didalam strategi komunikasi teori-teori komunikasi menjadi hal yang harus dipahami oleh seorang komunikator, karena teori merupakan pengetahuan yang berdasarkan pengalaman nyata yang sudah diuji kebenarannya. Salah satunya adalah teori yang dikemukakan oleh Harold D. Lasswell menyatakan, bahwa cara yang terbaik dalam menerangkan kegiatan komunikasi ialah

menjawab pertanyaan “*Who, Says What, In Which Channel, To Whom, With What Effect?*”. Untuk memastikan strategi komunikasi dapat berjalan dengan baik maka segala sesuatu harus diperhitungkan dengan menggunakan komponen-komponen yang sudah dibuat oleh Harold D. Lasswell. Mulyana (2010:147), yaitu:

1. *Who* (Komunikator)
2. *Says What* (Pesan)
3. *In Which Channel*  
(Menggunakan Media apa)
4. *To Whom* (Kepada Siapa)
5. *With What Effect* (Efek yang di timbulkan)

Rumus Lasswell ini tampaknya sederhana, tetapi jika kita teliti lebih jauh, pertanyaan “Efek apa yang diharapkan”, secara garis

besar mengandung pertanyaan lain yang perlu dijawab dengan seksama. Effendy (1993:302)

Pertanyaan tersebut ialah:

- a. *When* (Kapan dilaksanakannya?)
- b. *How* (Bagaimana melaksanakannya?)
- c. *Why* (Mengapa dilaksanakan demikian?)

Pertanyaan tersebut didalam strategi komunikasi sangat penting, karena pendekatan (*approach*) terhadap efek yang diharapkan dari suatu kegiatan komunikasi bisa berjenis-jenis, Effendy (1993:302), yakni:

1. Menyebarkan informasi
2. Melakukan persuasi
3. Melaksanakan instruksi

Rogers (1982) dalam Cangara (2017:64) memberikan batasan pengertian strategi komunikasi sebagai suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala yang lebih besar melalui transfer ide-ide baru. Seorang pakar perencanaan komunikasi Middleton (1980) dalam Cangara (2017:64) membuat definisi dengan menyatakan “strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal”.

Menurut Onong Unchjana Effendy strategi komunikasi

memiliki dua aspek yaitu: secara *makro* (*planned multimedia strategy*) maupun secara *mikro* (*single communication medium strategy*) kedua aspek tersebut mempunyai fungsi ganda, yaitu:

- a. menyebarluaskan pesan komunikasi yang bersifat *informatif, persuasif, dan instruktif* secara sistematis kepada sasaran untuk memperoleh hasil yang optimal.
- b. Menjembatani “kesenjangan budaya” (*cultural gap*) akibat kemudahan yang diperolehnya dan kemudahan diopersionalkannya media massa yang begitu ampuh,

dan jika dibiarkan akan merusak nilai-nilai budaya. (Effendy, 1992:28).

### **E. Metodologi Penelitian**

Metode yang digunakan oleh peneliti didalam penelitian ini adalah menggunakan deskriptif kualitatif. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik *Purposive Sampling* (Pengambilan Bertujuan) yaitu dengan memilih orang-orang tertentu yang bisa dijadikan sebagai acuan dari sumber yang terpercaya yaitu: 1) Ketua *Youth For Climate Change* (YFCC) Yogyakarta, 2) Admin Informasi (Instagram dan facebook) *Youth For Climate Change* (YFCC) Yogyakarta, 3) Masyarakat Yogyakarta. Peneliti menggunakan dua teknik pengambilan data yang akan

digunakan, yaitu: Wawancara (*Interview*) dan Dokumentasi / arsip.

### **F. Hasil Penelitian**

Dalam penelitian ini peneliti hanya memaparkan strategi komunikasi yang dilakukan oleh YFCC Yogyakarta dalam mengembangkan kesadaran masyarakat Yogyakarta untuk peduli lingkungan Tahun 2017, dan yang akan peneliti sampaikan adalah mengenai program edukasi dan sosialisasi yang YFCC Yogyakarta lakukan di Tahun 2017. Edukasi yang YFCC Yogyakarta lakukan adalah dengan memberikan pengetahuan kepada masyarakat melalui sosial media dan interaksi langsung tentang bagaimana cara agar supaya masyarakat mau menjaga lingkungan dengan hal-hal kecil yang bisa kita lakukan.

Untuk sosialisasi yang YFCC Yogyakarta lakukan adalah dengan praktek langsung mengenai cara tentang bagaimana menjaga lingkungan dan memanfaatkan lingkungan dari kerusakan yang bisa ditimbulkan seperti contoh kegiatan yang YFCC Yogyakarta lakukan adalah dengan YFCC Goes to school dan YFCC Goes to Village. (wawancara dengan ketua YFCC Yogyakarta, 25 September 2017).

Ada beberapa beberapa tahap proses yang dilakukan oleh YFCC Yogyakarta dalam melakukan strategi komunikasi yaitu : 1) Pengenalan Situasi, 2) Menentukan Komunikator, 3) Penetapan Tujuan, 4) Menentukan Pesan, 5) Memilih Media.

#### 1. Pengenalan Situasi

Dalam analisis situasi ini *Youth For Climate Change* Yogyakarta melakukan survei langsung kepada masyarakat untuk menanyakan permasalahan yang ada dimasyarakat mengenai lingkungan sekitar dan mencari tahu tentang isu-isu yang hangat diperbincangkan oleh masyarakat sekitar. Setelah semua informasi sudah terkumpul maka YFCC Yogyakarta melakukan sistem musyawarah untuk menentukan suatu kegiatan yang akan dilakukan. Dengan adanya analisis situasi ini diharapkan untuk organisasi YFCC Yogyakarta bisa dengan mudah mengidentifikasi informasi apa yang akan disampaikan

kepada masyarakat yang akan menjadi target sasaran.

## 2. Menentukan Komunikator

Komunikator adalah salah satu faktor yang memegang peranan penting yang harus dimiliki oleh organisasi atau perusahaan yang akan melakukan kegiatan komunikasi. Penentu keberhasilan didalam suatu organisasi biasanya ditentukan oleh seorang komunikator. Seorang komunikator harus bisa menguasai materi yang akan disampaikan kepada masyarakat agar masyarakat mau menerima akan pesan yang akan komunikator sampaikan. Penggunaan komunikator di dalam *Youth For Climate Change* Yogyakarta adalah

sebagai penerjemah kepada masyarakat tentang maksud dan tujuan dari apa yang akan kita lakukan di tempat tersebut.

## 3. Penetapan Tujuan

Tujuan umum dari *Youth For Climate Change* Yogyakarta adalah dengan mengembangkan kesadaran masyarakat Yogyakarta untuk peduli lingkungan dengan cara memberikan edukasi dan sosialisasi tentang pemahaman bagaimana cara peduli terhadap lingkungan untuk keselamatan bumi kita, dengan kata lain masyarakat harus bisa menjaga lingkungan dari kerusakan yang ditimbulkan

## 4. Menentukan Pesan

Pesan yang akan kami sampaikan adalah dengan



menyampaikan tujuan dari *Youth For Climate Change* Yogyakarta yaitu mengembangkan kesadaran masyarakat untuk peduli terhadap lingkungan. dengan melalui program-program yang sudah dibuat diharapkan agar masyarakat bisa menerima pesan yang akan disampaikan oleh YFCC Yogyakarta. seperti contoh YFCC Yogyakarta melakukan pemanfaatan limbah organik dari sampah sayuran dan buah-buah dijadikan pupuk organik dan pesan yang disampaikan adalah pemanfaatan limbah menjadi pupuk agar sampah organik bisa berguna.

##### 5. Memilih Media

Dalam program yang dilakukan oleh *Youth For*

*Climate Change* Yogyakarta dalam menyampaikan pesan kepada khalayak atau komunikasi YFCC Yogyakarta mempunyai dua teknik penyampaian pesan yaitu: *face to face* dan bermedia. Dalam kegiatan *face to face* yang YFCC Yogyakarta melakukan dengan terjun langsung memberitahukan kepada masyarakat melalui kegiatan yang sudah dibuat seperti YFCC *Goes to village* dan YFCC *Goes to school* komunikator didalam kegiatan tersebut adalah anggota dari YFCC Yogyakarta. Media menjadi salah satu faktor penentu untuk menyebarkan informasi dalam mencakup masyarakat luas. Pemanfaatan

media yang digunakan oleh YFCC Yogyakarta adalah berupa media sosial yang biasa digunakan oleh masyarakat Indonesia seperti: Blogspot, Instagram, Facebook, dan Twitter. Memanfaatkan media sosial adalah sebagai wadah untuk berbagi informasi mengenai apa itu YFCC Yogyakarta dan kegiatan apa yang YFCC Yogyakarta lakukan

## **G. Kesimpulan dan Saran**

### **1. Kesimpulan**

Peneliti menarik kesimpulan bahwa dalam melaksanakan programnya YFCC Yogyakarta melakukan perencanaan terlebih dahulu sebelum melakukan kegiatan seperti menganalisis

situasi, menentukan komunikator, penetapan tujuan, menentukan pesan dan memilih media. Dan untuk kegiatannya YFCC Yogyakarta mengandalkan kegiatan langsung kepada masyarakat melalui kegiatan YFCC *Goes To Village*, YFCC *Goes To School* dan *Talkshow*.

### **2. Saran**

Secara umum strategi komunikasi yang dilakukan oleh *Youth For Climate Change* Yogyakarta sudah baik karena sudah melakukan tahap perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi didalam mengembangkan kesadaran masyarakat Yogyakarta untuk peduli terhadap lingkungan di Tahun 2017, dan dengan adanya kegiatan pokok dari YFCC

Yogyakarta yaitu: *YFCC Goes To Village*, *YFCC Goes To School* dan *Talkshow*. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap strategi komunikasi tersebut maka peneliti mengajukan saran untuk kedepannya yaitu dalam kegiatan YFCC Yogyakarta harus bisa konsisten dalam mengembangkan kesadaran masyarakat Yogyakarta untuk peduli terhadap lingkungan, kegiatan yang dilakukan oleh

YFCC Yogyakarta harus bisa berkelanjutan agar apa yang diinginkan oleh YFCC Yogyakarta bisa tercapai dengan baik. Pentingnya tindak lanjut terhadap suatu kegiatan yang sudah dilakukan adalah salah satu penentu keberhasilan dari pencapaian yang diinginkan oleh YFCC Yogyakarta yaitu mengembangkan kesadaran masyarakat Yogyakarta untuk lebih peduli terhadap lingkungan.

## H. Daftar Pustaka

Arifin, Anwar. 2002. *Ilmu komunikasi: Sebuah Pengantar Ringkas*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Cangara Hafied. 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Cangara H. Hafied. 2017. *Edisi Revisi Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Effendy Onong Uchjana. 1986. *Dimensi-dimensi Komunikasi*. Bandung: P.T Alumni.

Effendy Onong Uchjana. 1992. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Effendy Onong Uchjana. 1993. *Ilmu Teori dan filsafat komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.

Mulyana, Deddy. 2010. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Sumber lain

<http://nationalgeographic.co.id/berita/2013/01/enam-hal-dampak-perubahan-iklim-pada-hidup-kita> diakses pada tanggal 28 april jam 17.00 WIB).

<https://www.radarjogja.co.id/kesadaran-masyarakat-rendah-biasa-buang-sampah-sembarangan> diakses pada tanggal 29 april jam 14.30 WIB).

<https://www.cnnindonesia.com/nasional/20161023224728-20-167372/pencemaran-lingkungan-di-yogyakarta-meningkat-250-persen> diakses pada tanggal 29 april jam 14.40 WIB

<http://www.yfccyogya.org/> diakses tanggal 6 juni 2017 jam 14.00 WIB

<http://yfccid.com> diakses pada tanggal 7 juni 2017 jam 11.00 WIB

<b>Tema</b>	<b>Tanggal dan Waktu</b>	<b>Kegiatan</b>	<b>Target Sasaran</b>	<b>Tempat</b>
Edukasi mengenai Hutan Sedunia	21 Maret 2017	Melalui Media Sosial	Seluruh Masyarakat	
Edukasi mengenai Meteorological Sedunia	23 Maret 2017	Melalui Media Sosial	Seluruh Masyarakat	
Edukasi mengenai Air Sedunia	24 Maret 2017	Diskusi Mengenai Air	Masyarakat Umum	Rumah Kreatif Jogja
Edukasi mengenai Bumi Sedunia	22 April 2017	Melalui Media Sosial	Seluruh Masyarakat	
<i>YFCC Goes To Village</i>	12 September 2017 (13.00- Selesai)	Pengolahan Sampah Organik menjadi pupuk Organik	Masyarakat Desa Dligo	Desa Kelingseng, Dligo kab Bantul DIY
<i>YFCC Goes To School</i>	30 September 2017 (08.00- Selesai)	Belajar Menanam Pohon	Siswa Sd Gejayan	SDN Gejayan
<i>Talkshow</i>	12 November 2017 (08.30- 11.00)	Sumberdaya Lahan dan Ekosistem	Masyarakat Umum	Aula Badan Lingkungan Hidup DIY Yogyakarta

Gambar 1. Program *Edukasi* yang dilakukan oleh YFCC Yogyakarta 2017

Sumber: Ketua YFCC Yogyakarta

<b>Tema</b>	<b>Tanggal dan Waktu</b>	<b>Kegiatan</b>	<b>Target Sasaran</b>	<b>Tempat</b>
<i>YFCC Goes To Village</i>	12 September 2017 (13.00- Selesai)	Pengolahan Sampah Organik menjadi pupuk Organik	Masyarakat Desa Dligo	Desa Kelingseng, Dligo kab Bantul DIY
<i>YFCC Goes To School</i>	30 September 2017 (08.00- Selesai)	Belajar Menanam Pohon	Siswa Sd Gejayan	SDN 1 Gejayan

Gambar 2. Program Sosialisasi yang dilakukan oleh YFCC Yogyakarta

Sumber: Ketua YFCC Yogyakarta.