

PROYEK AKHIR

KAMPANYE EDUKASI KREDIT KARBON 'PENDEKARBON' KEPADA GEN- ERASI Z MELALUI WEBINAR DAN AKTIVASI INSTAGRAM

Diajukan untuk memenuhi syarat-syarat memperoleh gelar sarjana terapan



POLITEKNIK TEMPO

Disusun oleh :

Almera Belva Razandy

211310009

PROGRAM STUDI PRODUKSI MEDIA

POLITEKNIK TEMPO

JAKARTA

2025

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG

 POLITEKNIK TEMPO	KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI POLITEKNIK TEMPO PROGRAM STUDI PRODUKSI MEDIA	Form TA-10
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR		

**"KAMPANYE EDUKASI KREDIT KARBON 'PENDEKARBON' KEPADA GENERASI Z
MELALUI WEBINAR DAN AKTIVASI INSTAGRAM"**

Disusun oleh :

Almera Belva Razandy

211310009

Diterima dan Disetujui untuk dipertahankan pada Ujian Sidang Tugas Akhir

Menyetujui,

Jakarta, 5 Juni 2025

Pembimbing I



Rizki Ayu Budipratiwi, S.Sos., M.I.Kom
0318087807

Pembimbing II



Ayoedia Gita Citravomie, S.Sos., M.I.Kom
0308028606

Menyetujui,

Ketua Program Studi Produksi Media



Rosdiana, S.Sos., M.Si.
0304048002

PERNYATAAN KARYA SENDIRI

 POLITEKNIK TEMPO	KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI POLITEKNIK TEMPO PROGRAM STUDI PRODUKSI MEDIA	Form TA-16
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI		

Saya yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Almera Belva Razandy

Tempat/Tanggal lahir : Bandung, 29 September 1999

NIM : 211310009

Program Studi : Produksi Media

Judul Tugas Akhir : KAMPANYE EDUKASI KREDIT KARBON 'PENDEKARBON'
KEPADA GENERASI Z MELALUI WEBINAR DAN AKTIVASI INSTAGRAM

Dosen Pembimbing : 1. Rizki Budi Pratiwi, S.Sos., M.I.Kom
2. Ayoedia Gita Citrayomie, S.Sos., M.I.Kom

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir yang saya buat benar-benar hasil karya sendiri dan saya bertanggung jawab secara akademis atas apa yang saya tulis.

Pernyataan ini dibuat sebagai salah satu syarat menempuh Ujian Tugas Akhir.

Jakarta, 2 Juni 2025


Almera Belva Razandy

211310009

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME



**POLITEKNIK
TEMPO**

POLITEKNIK TEMPO
Gedung TEMPO Jl. Palmerah Barat No. 8 Jakarta 12210

☎ 021-5360409 ✉ admin@politekniktempo.ac.id
🌐 www.politekniktempo.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME

Nomor : 019/Poltem-Perpus/Plagiasi/VI/2025

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Reva Wijayanti, S.IP.
NIK : 22NA0020
Jabatan : Kepala Perpustakaan

Dengan ini kepala Perpustakaan Politeknik Tempo menerangkan bahwa mahasiswa dengan identitas berikut :

Nama : Almera Belva Razandy
NIM : 211310009
Prodi / Angkatan : Produksi Media / 2021
Judul : **KAMPANYE EDUKASI KREDIT KARBON 'PENDEKARBON'
KEPADA GENERASI Z MELALUI WEBINAR DAN AKTIVASI
INSTAGRAM**

Tugas akhir yang bersangkutan di atas telah melalui proses uji deteksi plagiasi menggunakan aplikasi *Turnitin* dengan hasil **4%** dan dinyatakan sudah memenuhi syarat batas maksimal plagiasi kurang dari 30% sesuai dengan pedoman akademik yang berlaku pada setiap bab naskah skripsi/TA yang telah disusun. Surat keterangan ini digunakan sebagai persyaratan untuk sidang akhir dan pengurusan surat bebas pustaka.

Jakarta, 09 Juni 2025
Kepala Perpustakaan,



**POLITEKNIK
TEMPO**
Reva Wijayanti, S.IP.

ABSTRAK

KAMPANYE EDUKASI KREDIT KARBON 'PENDEKARBON' KEPADA GENERASI Z MELALUI WEBINAR DAN AKTIVASI INSTAGRAM

Ditulis oleh : ALMERA BELVA RAZANDY
Program Studi : PRODUKSI MEDIA
Pembimbing I : RIZKI AYU BUDIPRATIWI
Pembimbing II : AYOEDIA GITA CITRAYOMIE

Perubahan iklim telah mendorong lahirnya berbagai mekanisme mitigasi, salah satunya adalah kredit karbon sebagai instrumen ekonomi untuk mengurangi emisi gas rumah kaca. Di Indonesia, potensi pasar karbon sangat besar, namun pemahaman masyarakat—terutama Generasi Z—masih rendah. Kajian ini bertujuan mengembangkan dan menganalisis kampanye edukatif “PENDEKARBON” yang dirancang untuk meningkatkan literasi kredit karbon melalui pendekatan hybrid berbasis webinar interaktif dan aktivasi media sosial Instagram. Kajian ini merupakan kegiatan yang dirancang menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik observasi partisipatif dan dokumentasi. Hasil kajian menunjukkan bahwa pendekatan komunikasi dua arah berbasis narasi visual dan interaktif efektif menjembatani konsep teknis kredit karbon kepada Generasi Z. Webinar meningkatkan pemahaman peserta secara signifikan, sementara konten media sosial memperluas jangkauan dan memperkuat retensi informasi. Strategi kampanye yang adaptif terhadap karakteristik *digital native* Gen Z terbukti meningkatkan partisipasi dan pemahaman terhadap isu iklim secara lebih kontekstual. Temuan ini menegaskan bahwa pendekatan digital-partisipatif dapat menjadi prototipe komunikasi publik berbasis bukti dalam kampanye lingkungan.

Kata kunci: kredit karbon, literasi karbon, Generasi Z, kampanye digital, komunikasi lingkungan

ABSTRACT

Digital Campaign Strategy “PENDEKAR BON” to Enhance Carbon Credit Literacy among Generation Z

Written by : ALMERA BELVA RAZANDY
Program : MEDIA PRODUCTION
Supervisor I : RIZKI AYU BUDIPRATIWI
Supervisor II : AYOEDIA GITA CITRAYOMIE

Climate change has given rise to various mitigation mechanisms, one of the most prominent being carbon credit—an economic tool aimed at reducing greenhouse gas emissions. In Indonesia, the carbon market holds vast potential, yet public understanding of it remains limited, especially among Generation Z. This study explores the design and implementation of “PENDEKAR BON,” an educational campaign aimed at improving carbon credit literacy through a hybrid approach that combines interactive webinars with targeted Instagram-based social media engagement. Using a descriptive qualitative method supported by participatory observation and documentation, the study evaluates how this strategy translates complex climate concepts into accessible content. Findings indicate that two-way communication utilizing visual and interactive narratives is highly effective in making technical topics like carbon credits more relatable to Gen Z. While the webinars significantly enhanced participant comprehension, social media content proved vital in expanding outreach and reinforcing message retention. By aligning with the digital habits and preferences of Gen Z, the campaign fostered deeper engagement and more contextualized understanding of climate issues. These results suggest that a digital-participatory approach can serve as a compelling, evidence-based model for future environmental communication initiatives.

Keywords: carbon credit, climate literacy, Generation Z, digital campaign, environmental communication

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas limpahan rahmat, kasih, dan karunia-Nya, karya ilmiah ini berhasil disusun dengan judul *"KAMPANYE EDUKASI KREDIT KARBON 'PENDEKARBON' KEPADA GENERASI Z MELALUI WEBINAR DAN AKTIVASI INSTAGRAM"*. Penulisan ini merupakan hasil perjalanan akademik, refleksi sosial, dan komitmen pribadi penulis dalam menjawab tantangan komunikasi lingkungan di era digital.

Penelitian ini tidak hanya menjadi bagian dari tugas akhir sebagai mahasiswa, tetapi juga menjadi bentuk kepedulian penulis terhadap krisis iklim dan rendahnya literasi karbon di kalangan generasi muda. Karya ini merekam upaya kolaboratif dan partisipatif dalam merancang kampanye edukatif berbasis media sosial, sebagai jembatan antara konsep teknis kredit karbon dan gaya komunikasi khas Generasi Z.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyusunan karya ini tidak akan mungkin terlaksana tanpa dukungan, bantuan, dan doa dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan tulus dan hormat, penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kepada keluarga tercinta yang selalu menjadi fondasi semangat, sumber kekuatan, dan tempat berpulang dalam setiap fase kehidupan penulis.
2. Kepada pasangan saya, Alysia Elvaretta, S.H., M.Kn., yang senantiasa memberikan dukungan moril, motivasi, dan inspirasi tanpa henti di tengah perjalanan intelektual ini.
3. Kepada dosen pembimbing akademik saya, Ibu Rachma Tri Widuri, S.Sos., M.Si., yang telah memberikan arahan, dukungan, serta bimbingan selama proses perkuliahan.
4. Kepada dosen pembimbing tugas akhir saya, Ibu Rizki Ayu Budipratiwi, S.Sos., M.I.Kom., dan Ibu Ayoedia Gita Citrayomie, S.Sos., M.I.Kom., atas dedikasi, kesabaran, dan kontribusi intelektual yang luar biasa dalam membimbing penelitian ini.
5. Kepada para dosen pengampu produksi media Politeknik Tempo, Bapak Muhammad Nur Hidayat, S.Sos., M.M., dan Ibu Rosdiana, S.Sos., M.Si., yang telah membentuk dan membekali penulis dengan keterampilan praktis serta pemahaman kritis dalam dunia media.
6. Kepada seluruh teman-teman seperjuangan di masa SMA maupun kuliah, yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, namun selalu hadir sebagai pengingat bahwa perjuangan ini bukanlah jalan yang dilalui sendirian.

Akhir kata, penulis berharap karya ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam bidang komunikasi lingkungan dan kampanye sosial digital. Semoga karya ini dapat menjadi pijakan awal bagi upaya-upaya strategis lainnya dalam membangun generasi muda yang tidak hanya sadar akan krisis iklim, tetapi juga aktif dalam menjadi bagian dari solusinya.

Jakarta, Juni 2025

Almera Belva Razandy

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG	ii
PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iii
SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME	iv
ABSTRAK	v
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Pembatasan Masalah	10
1.4 Rumusan Masalah	12
1.5 Tujuan Kajian	12
1.6 Manfaat Kajian	13
1.6.1 Manfaat Teoritis	13
1.6.2 Manfaat Praktis	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA	14
2.1 Landasan Teori	14
2.1.1 Komunikasi Lingkungan	14
2.1.2 Kampanye Edukasi	16
2.1.3 Teori Difusi Inovasi	18
2.1.4 Literasi Karbon	19
2.1.5 Kredit karbon	21
2.1.6 Generasi Z	22
2.1.7 Seminar Daring (Webinar)	24
2.1.8 Aktivasi Media Sosial	25

2.1.9 Instagram.....	26
BAB III METODE KAJIAN	30
3.1 Jenis Kajian	30
3.2 Subjek Kajian	31
3.3 Lokasi & Waktu Kajian.....	33
3.3.1 Lokasi Kajian.....	33
3.3.2 Waktu Kajian.....	33
3.4 Media Kajian.....	35
3.5 Sistematika Perancangan.....	38
3.6 Teknik Pengumpulan Data	40
3.7 Teknik Analisis Data	42
BAB IV HASIL dan PEMBAHASAN	44
4.1 Tahapan Awal Pelaksanaan Kampanye	45
4.2 Strategi Komunikasi Kampanye “PENDEKAR BON” dalam Edukasi Kredit karbon melalui Media Digital	47
4.2.1 Uraian Strategi Komunikasi yang Diterapkan.....	47
4.2.2 Analisis Pendekatan Komunikasi Lingkungan dan Kampanye Edukasi	48
4.2.3 Penerapan Teori Difusi Inovasi	48
4.2.4 Pesan Kunci, Saluran Digital, dan Alasan Pemilihannya	49
4.3 Penggunaan Webinar sebagai Sarana Penyampaian Pesan Edukatif kepada Generasi Z	50
4.3.1 Deskripsi Pelaksanaan Seminar Online “PENDEKAR BON” ...	51
4.3.2 Kelebihan dan Tantangan Penggunaan Webinar sebagai Media Edukasi Digital	52
4.4 Kontribusi Aktivasi Media Sosial dalam Membangun Partisipasi dan Interaksi Generasi Z	53
4.4.1 Bentuk Aktivasi Media Sosial	54
4.4.2 Analisis Keterlibatan Generasi Z di Media Sosial terhadap Isu Kredit Karbon.....	55
4.4.3 Peran Media Sosial dalam Menyebarluaskan Pesan.....	55
4.4.4 Studi Data Interaksi, Partisipasi, dan Respons Audiens	56

4.5 Analisis Sinergi antara Webinar dan Media Sosial dalam Kampanye “PENDEKAR BON”	66
4.5.1 integrasi Webinar dan Media Sosial dalam Memperkuat Efektivitas Kampanye	66
4.5.2 Kolaborasi Konten, Promosi Silang, dan Tindak Lanjut Peserta	67
4.6 Tantangan dan Rekomendasi	67
4.6.1 Identifikasi Hambatan dalam Kampanye Edukasi Kredit karbon kepada Generasi Z	68
4.6.2 Rekomendasi Strategi Komunikasi dan Pengembangan Konten	69
4.7 Ringkasan Temuan Utama	70
4.7.1 Implikasi terhadap Tujuan kajian dan Pengembangan Kampanye Edukasi Kredit karbon.....	71
4.8 Keterbatasan Kajian	72
BAB V PENUTUP	75
5.1 Kesimpulan.....	75
5.2 Saran.....	76
5.3 Implikasi	77
DAFTAR PUSTAKA.....	78
LAMPIRAN.....	82

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Timeline Kegiatan PENDEKAR BON	35
--	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Chart Pemahaman Gen Z Tentang Instrumen Tekniks Mitigasi Iklim (YouGov & Konsil LSM Indonesia, 2022 & Hadjichambis et al., 2020)	4
Gambar 2 Total Jumlah Views	57
Gambar 3 Jumlah Interactions sebanyak 192.....	57
Gambar 4 Jumlah Likes sebanyak 112.....	57
Gambar 5 Jumlah Shares sebanyak 13.....	58
Gambar 6 Konten dengan Reach Tertinggi.....	58
Gambar 7 Konten Pertama Pada Instagram @pendekarbon	60
Gambar 8 Konten Kedua Pada Instagram @pendekarbon.....	61
Gambar 9 Konten Ketiga Pada Instagram @pendekarbon.....	61
Gambar 10 Konten Keempat Pada Instagram @pendekarbon.....	62
Gambar 11 Konten Kelima Pada Instagram @pendekarbon	63
Gambar 12 Konten Keenam Pada Instagram @pendekarbon.....	63
Gambar 13 Konten Ketujuh Pada Instagram @pendekarbon.....	64
Gambar 14 Konten Kedelapan Pada Instagram @pendekarbon.....	65
Gambar 15 Konten Kesembilan Pada Instagram @pendekarbon	65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Biodata Penulis	82
Lampiran 2 Caption & Promotion Blast	82
Lampiran 3 Cuplikan Penyelenggaraan Webinar	83
Lampiran 4 Hasil Turnitin	84