



UNIVERSITAS NASIONAL

**KAMPANYE ISU LINGKUNGAN OLEH HUMAS YAYASAN WWF
INDONESIA DALAM MENINGKATKAN KESADARAN
MASYARAKAT MENJAGA LINGKUNGAN MELALUI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM @WWF_ID**

SKRIPSI

WIDJOYO SINABUTAR

NPM. 203516416284

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
2025**



UNIVERSITAS NASIONAL

JUDUL

**KAMPANYE ISU LINGKUNGAN OLEH HUMAS YAYASAN WWF
INDONESIA DALAM MENINGKATKAN KESADARAN
MASYARAKAT MENJAGA LINGKUNGAN MELALUI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM @WWF_ID**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

WIDJOYO SINABUTAR

NPM. 203516416284

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
2025**



UNIVERSITAS NASIONAL

TITLE

**ENVIRONMENTAL ISSUE CAMPAIGN BY THE PUBLIC RELATIONS
OF WWF INDONESIA FOUNDATION IN RAISING PUBLIC
AWARENESS TO PROTECT THE ENVIRONMENT THROUGH
INSTAGRAM @WWF_ID**

THESIS

Submitted as a Requirement to Obtain a
Bachelor of Communication Science Degree (S.I.Kom)

WIDJOYO SINABUTAR

NPM. 203516416284

STUDY PROGRAM COMMUNICATION SCIENCE

FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCE

2025



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : WIDJOYO SINABUTAR

NPM : 203516416284

Program Studi : ILMU KOMUNIKASI

Konsentrasi : PUBLIC RELATIONS

Judul Skripsi : KAMPANYE ISU LINGKUNGAN OLEH
HUMAS YAYASAN WWF INDONESIA DALAM
MENINGKATKAN KESADARAN
MASYARAKAT MENJAGA LINGKUNGAN
MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
@WWF_ID

Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk
memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
Universitas Nasional

Disetujui untuk diujikan

Jakarta, 13 Maret 2025


Prof. Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si

Dosen Pembimbing


Djudjur Luciana R, S.Sos., M.Si

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS

HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari terbukti adanya penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional.

Nama : Widjoyo Sinabutar

NPM : 203516416284



Tgl : 22 Maret 2025

UNIVERSITAS NASIONAL



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Widjoyo Sinabutar

NPM : 203516416284

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : KAMPANYE ISU LINGKUNGAN OLEH HUMAS
YAYASAN WWF INDONESIA DALAM MENINGKATKAN
KESADARAN MASYARAKAT MENJAGA LINGKUNGAN
MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @WWF_ID

Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk
memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas
Nasional

Disetujui untuk disahkan,

Jakarta, Maret 2025

Dosen Pembimbing

Prof. Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si

Dekan

Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Widjoyo Sinabutar

NPM : 203516416284

Prodi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : KAMPANYE ISU LINGKUNGAN OLEH HUMAS YAYASAN

WWF INDONESIA DALAM MENINGKATKAN KESADARAN
MASYARAKAT MENJAGA LINGKUNGAN MELALUI MEDIA
SOSIAL INSTAGRAM @WWF_ID

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang : Dr.Nurhasanah Haspiaini,M.Si.

Penguji I : Nieke Monika Kulsum, Se.,M.Si.

Penguji II : Prof.Dr.Sri Desti Purwatiningsih,M.Si

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal :

LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI

Nama : Widjoyo Sinabutar
NPM : 203516416284
Fakultas/Akademik : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Prodi & Konsetrasi : Ilmu Komunikasi (PR)
Tanggal Sidang : 7 Maret 2025

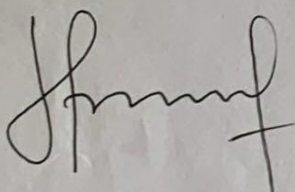
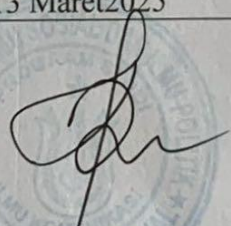
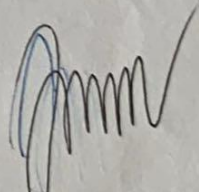
JUDUL SKRIPSI DALAM BAHASA INDONESIA

KAMPANYE ISU LINGKUNGAN OLEH HUMAS YAYASAN WWF INDONESIA DALAM MENINGKATKAN KESADARAN MASYARAKAT MENJAGA LINGKUNGAN MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @WWF_ID

JUDUL SKRIPSI DALAM BAHASA INGGRIS

ENVIRONMENTAL ISSUE CAMPAIGN BY THE PUBLIC RELATIONS OF WWF INDONESIA FOUNDATION IN RAISING PUBLIC AWARENESS TO PROTECT THE ENVIRONMENT THROUGH INSTAGRAM @WWF_ID

TANDA TANGAN DAN TANGGAL

Pembimbing	Ka. Prodi	Mahasiswa
TGL : 13 Maret2025	TGL : 13 Maret2025	TGL : 13 Maret2025
 Prof. Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si	 Djudjur Luciana Radjagukguk, S.Sos., M.Si.	 Widjoyo Sinabutar

KATA PENGANTAR

Assalammu'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillah, Puji Syukur Kehadirat Allah SWT Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu

Komunikasi Universitas Nasional. Skripsi ini membahas tentang

“Kampanye Isu Lingkungan Oleh Humas Yayasan Wwf Indonesia

Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Menjaga Lingkungan Melalui Media Sosial Instagram @Wwf_Id “

Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. El Amry Bermawi Putera, M.A selaku Rektor Universitas Nasional berserta jajarannya;
2. Ibu Dr. Erna Enawati Chotim, M.Si. selaku Dekan FISIP Universitas Nasional beserta jajarannya;
3. Ibu Djudjur Luciana Radjagukguk, S.Sos., M.Si. selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional;
4. Bapak Nursatyo, M.Si Selaku Wakil Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional
5. Ibu Prof. Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah berkenan menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran nya untuk mengarahkan serta membimbing penulis dalam penyusunan skripsi;
6. Ibu Yuyu Sriwartini, S.Sos., M.Si.. selaku Dosen pembimbing akademik penulis dan selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional yang telah memberikan arahan kepada penulis selama masa perkuliahan;

7. Segenap Dosen Program Ilmu Komunikasi Universitas Nasional yang telah memberikan banyak ilmu, pengalaman, dan praktik mengenai dunia komunikasi yang sebelumnya penulis tidak ketahui;
8. Keluarga yang penulis sangat cintai penulis yang selalu mendoakan penulis serta mendukung penulis sepenuh hati dan membimbing penulis dalam kehidupan, dan seluruh keluarga besar penulis yang selalu turut serta dalam dukungan dan bimbingan disetiap perjalanan kehidupan penulis. Hanya doa dan ucapan yang mampu penulis ungkapkan dalam rasa syukur;
9. Teman teman seangkatan yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu persatu, terima kasih atas bantuan serta jasa yang sudah diberikan kepada penulis.

Penelitian ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki oleh penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Akhir kata, saya berharap Allah SWT Tuhan yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu dan penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi para pembaca dan khususnya dalam bidang pengembangan ilmu komunikasi.

Jakarta, 30 Januari 2025

Penulis

Nama : Widjoyo Sinabutar
 Program Studi : Ilmu Komunikasi
 Judul : Kampanye Isu Lingkungan Oleh Humas Yayasan Wwf Indonesia Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Menjaga Lingkungan Melalui Media Sosial Instagram @Wwf_Id
 Pembimbing : Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi kampanye lingkungan yang dilakukan oleh Humas Yayasan WWF Indonesia melalui platform digital, khususnya Instagram (@wwf_id), dalam meningkatkan kesadaran masyarakat. Menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian ini mengeksplorasi penerapan teori komunikasi yang mencakup likeability (keramahan), similarity (kesamaan), dan physical attractiveness (daya tarik visual) dalam penyampaian pesan lingkungan. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan informan kunci dari WWF Indonesia serta analisis konten Instagram mereka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa WWF Indonesia berhasil memanfaatkan visual berkualitas tinggi, konten yang menarik, serta pendekatan emosional untuk meningkatkan keterlibatan audiens. Kolaborasi dengan berbagai pihak, termasuk pemerintah, komunitas lokal, dan influencer, berperan penting dalam memperluas jangkauan kampanye dan meningkatkan kredibilitas pesan. Selain itu, penggunaan konten interaktif, seperti ajakan untuk berpartisipasi dalam kegiatan nyata, terbukti efektif dalam mendorong audiens untuk lebih aktif mendukung aksi konservasi. Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi kampanye berbasis kolaborasi, penggunaan konten visual yang menarik, serta pendekatan yang relevan dengan kebutuhan lokal terbukti efektif dalam membangun kesadaran dan menginspirasi perubahan perilaku masyarakat terhadap isu-isu lingkungan. Untuk ke depannya, penelitian ini merekomendasikan pengembangan konten yang lebih inovatif dan berkelanjutan guna mempertahankan serta meningkatkan keterlibatan audiens dalam gerakan konservasi.

Kata Kunci: Kampanye lingkungan, komunikasi digital, WWF Indonesia, Humas

ABSTRACT

Name : Widjoyo Sinabutar
Study Program : Communication Science
Title : *Environmental Issue Campaign by WWF Indonesia's Public Relations in Raising Public Awareness on Environmental Conservation Through Instagram @Wwf_Id*
Advisor : Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si

This research aims to analyze the environmental campaign strategies carried out by the Public Relations of WWF Indonesia Foundation through digital platforms, particularly Instagram (@wwf_id), in raising public awareness. Using a qualitative approach, this research explores the application of communication theories, including likeability, similarity, and physical attractiveness, in delivering environmental messages. Data were collected through in-depth interviews with key informants from WWF Indonesia and content analysis of their Instagram posts. The findings indicate that WWF Indonesia successfully utilizes high-quality visuals, engaging content, and emotional approaches to enhance audience engagement. Collaboration with various stakeholders, including the government, local communities, and influencers, plays a crucial role in expanding campaign reach and increasing message credibility. Additionally, the use of interactive content, such as calls to participate in real-life activities, has proven effective in encouraging audiences to actively support conservation efforts. This study concludes that collaboration-based campaigns, the use of visually appealing content, and approaches tailored to local needs are effective in fostering awareness and inspiring behavioral change regarding environmental issues. Moving forward, this study recommends the development of more innovative and sustainable content to maintain and enhance audience engagement in conservation movements.

Keywords: *Environmental campaign, digital communication, WWF Indonesia, Public Relation*

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	Error! Bookmark not defined.
ABSTRACT	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 RUMUSAN MASALAH.....	5
1.3 TUJUAN PENELITIAN	5
1.4 MANFAAT PENELITIAN	5
a. Manfaat Teoritis.....	5
b. Manfaat Akademis	5
c. Manfaat Praktis.....	6
1.5 SISTEMATIKA PENULISAN	6
BAB I PENDAHULUAN	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	6
BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN	6
BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Landasan Teori	12
2.2.1 Teori Komunikasi Persuasif	12
2.3 Landasan Konseptual	14
2.3.1 Komunikasi Organisasi	14
2.3.2. Definisi Organisasi.....	15
2.3.3. Komunikasi dalam Organisasi	15
2.3.4. Hambatan dalam Komunikasi Organisasi	16
2.3.5. Arah dan Metode Komunikasi Organisasi	16

2.3.6. Peran Komunikasi dalam Organisasi	16
2.4 Hubungan Masyarakat	18
2.4.1. Definisi Hubungan Masyarakat (Humas).....	18
2.4.2. Aktivitas dan Peran Humas	18
2.4.3. Macam-Macam Humas	19
2.4.4. Model Komunikasi Humas	21
2.4.5 Kegiatan Aktivitas Humas Online.....	23
2.4.6. Humas dalam Kampanye isu Lingkungan	24
2.4.7 Humas Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat	25
2.5 Lingkungan	26
2.5.1 Pengertian Lingkungan Berdasarkan Para Ahli	26
2.4 Media Sosial.....	27
2.4.1. Pengertian Media Sosial.....	27
2.4.2. Karakteristik Media Sosial.....	28
2.4.3 Klasifikasi Media Sosial	28
2.4.4 Manfaat Media Sosial	29
2.4.5 Dampak Media Sosial	29
2.5 Instagram.....	30
2.6 Kerangka Berpikir.....	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	34
3.1 Pendekatan Penelitian	34
3.2 Penentuan Informan	35
3.3 Teknik Pengumpulan Data	36
3.4 Teknik Pengolahan dan Analisis Data	38
3.5 Teknik Pengolahan dan Analisis Data	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1 Gambaran Umum.....	43
4.1.1 Sejarah WWF Indonesia.....	43
4.1.2 Visi dan Misi WWF Indonesia	46
1. Misi	46
2. Visi	47

4.1.3 Logo WWF Indonesia	47
4.1.4 Program WWF Indonesia.....	48
4.1.5 Struktur Organisasi WWF Indonesia	50
4.1.6 Instagram Official WWF Indonesia (wwf_id)	51
4.2 Hasil Penelitian	53
4.2.1 Kampanye Isu Lingkungan Oleh Humas Yayasan WWF Indonesia..	55
4.2.2 Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Melalui Konten Instagram @wwf_id.....	68
4.3.2 Hubungan Stakeholder Terhadap Masyarakat Melalui Medsos.....	79
4.3.3 Media Relation WWF Indonesia dalam Kampanye Lingkungan	82
4.3.4 Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Melalui Konten Instagram @wwf_id.....	83
BAB V PENUTUP	88
5.1 Kesimpulan	88
5.2 Saran.....	89



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Populasi Penggunaan Internet di Indonesia.....	2
Gambar 4.1 Perubahan logo wwf dari 1961-Sekarang.....	47
Gambar 4.2 Profil instagram @wwf_id.....	50
Gambar 4.3 Kampanye #beliyangbaik oleh wwf Indonesia	58
Gambar 4.4 kampanye langsung di lapangan	60
Gambar 4.5 Media Share WWF Indonesia	62
Gambar 4.6 Media Relation WWF Indonesia	62
Gambar 4.7 Kolaborasi WWF Indonesia dengan public figure	65
Gambar 4.8 Kampanye Aksi Lapangan dalam Menjaga Lingkungan	66



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Nama Informan.....	34
Tabel 3.2 Jadwal Penelitian	41

