



Komunikasi Keberlanjutan: Konsep, Peran, Permasalahan dan Isu-isu dalam Komunikasi Keberlanjutan

Minggu 2





Konsep Sustainability

- Berlandaskan pada pemikiran: “Bagaimana jika sumber daya yang sekarang ini ada kemudian menjadi habis / tidak lagi ada di masa mendatang?”

*"**Sustainable** development is development that meets the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs."* — Brundtland Report

- Pembangunan berkelanjutan menekankan pentingnya **memenuhi kebutuhan di masa sekarang tanpa mengorbankan kebutuhan generasi di masa mendatang.**



Komponen *Sustainability* (Crowther & Aras, 2008)

1. ***Societal influence*** → kemampuan lingkungan sosial untuk memengaruhi organisasi berdasarkan kontrak sosial dan pengaruh *stakeholder*
2. ***Environmental impact*** → dampak dari aktivitas organisasi terhadap lingkungan alamnya
3. ***Organizational culture*** → berkaitan dengan hubungan perusahaan dengan *stakeholder* internal, terutama karyawan dan segala yang berhubungan dengannya
4. ***Finance*** → *return* dari aktivitas yang dilakukan perusahaan



Model of Corporate Sustainability (Crowther & Aras, 2008)

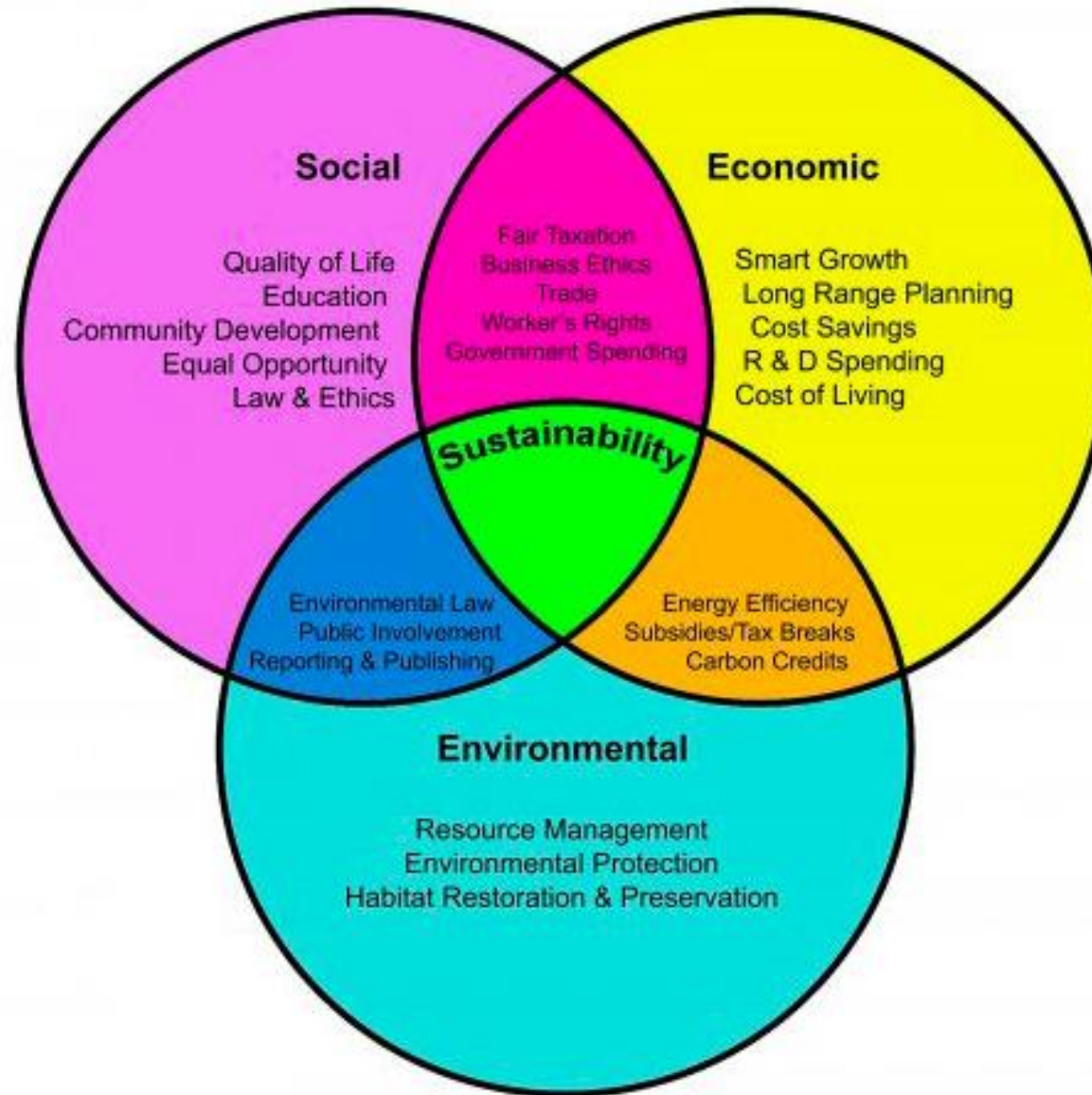


- FINANCE – maintaining economic activity
- ENVIRONMENTAL EMPACT – conservation of the environment
- SOCIETAL INFLUENCE – ensuring social justice
- ORGANISATIONAL CULTURE – developing spiritual and cultural values



“Triple Bottom Line”

Three spheres of
sustainability





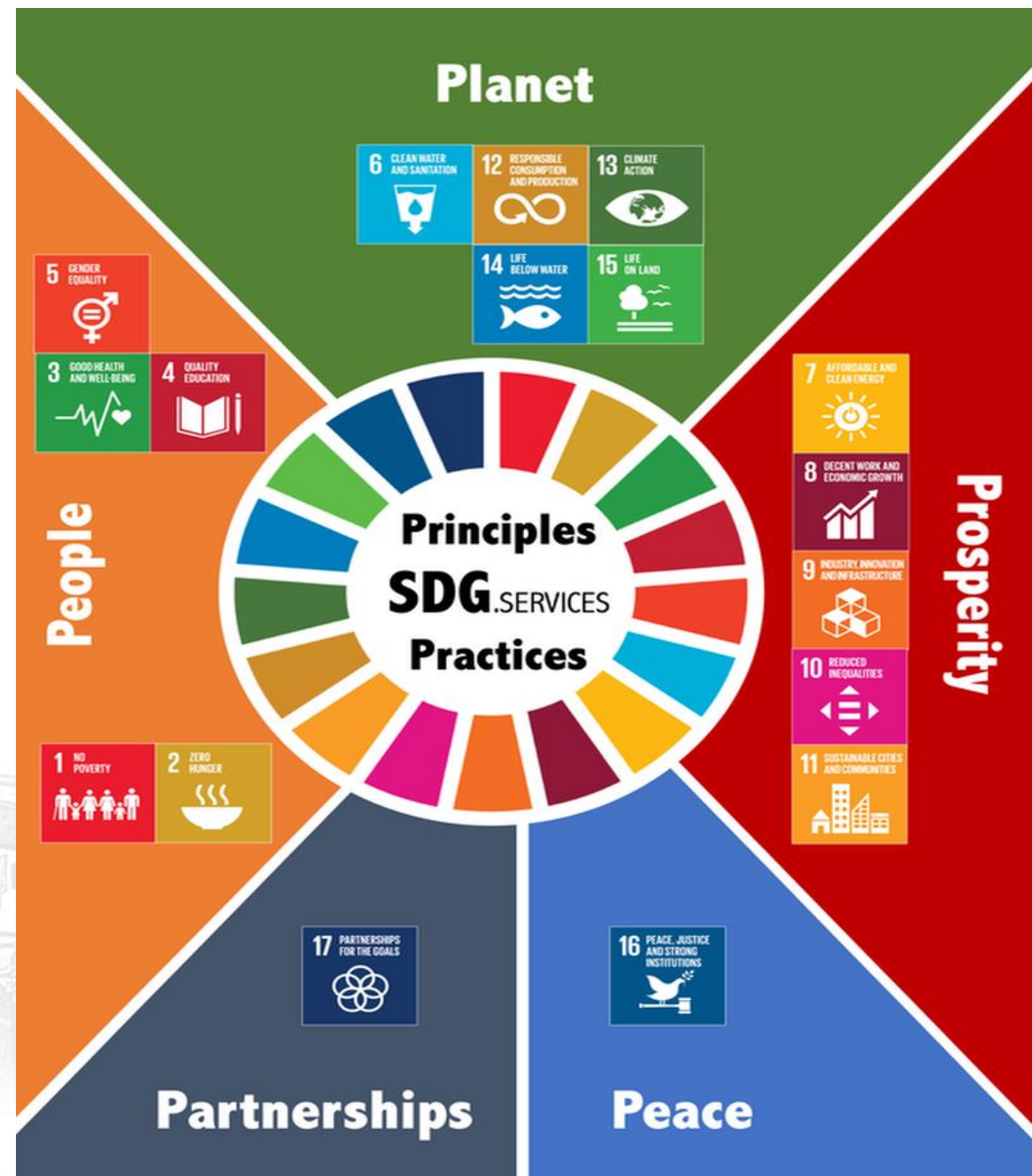
From Triple bottom line to SDGs





**UNIVERSITAS
ATMA JAYA YOGYAKARTA**
serviens in lumine veritatis

From Triple bottom line to SDGs





SDGs untuk Perusahaan

- Peningkatan dan pengembangan relasi dengan pemangku kepentingan
- Solusi bagi berbagai masalah sosial memberikan kesempatan bisnis bagi perusahaan lebih terbuka
- Investasi ESG – **environment, social, and governance** – bermanfaat dalam mendapatkan dana investasi
- SDGs memungkinkan perusahaan menjalin kerjasama dengan berbagai pihak yang peduli pada isu yang sama.

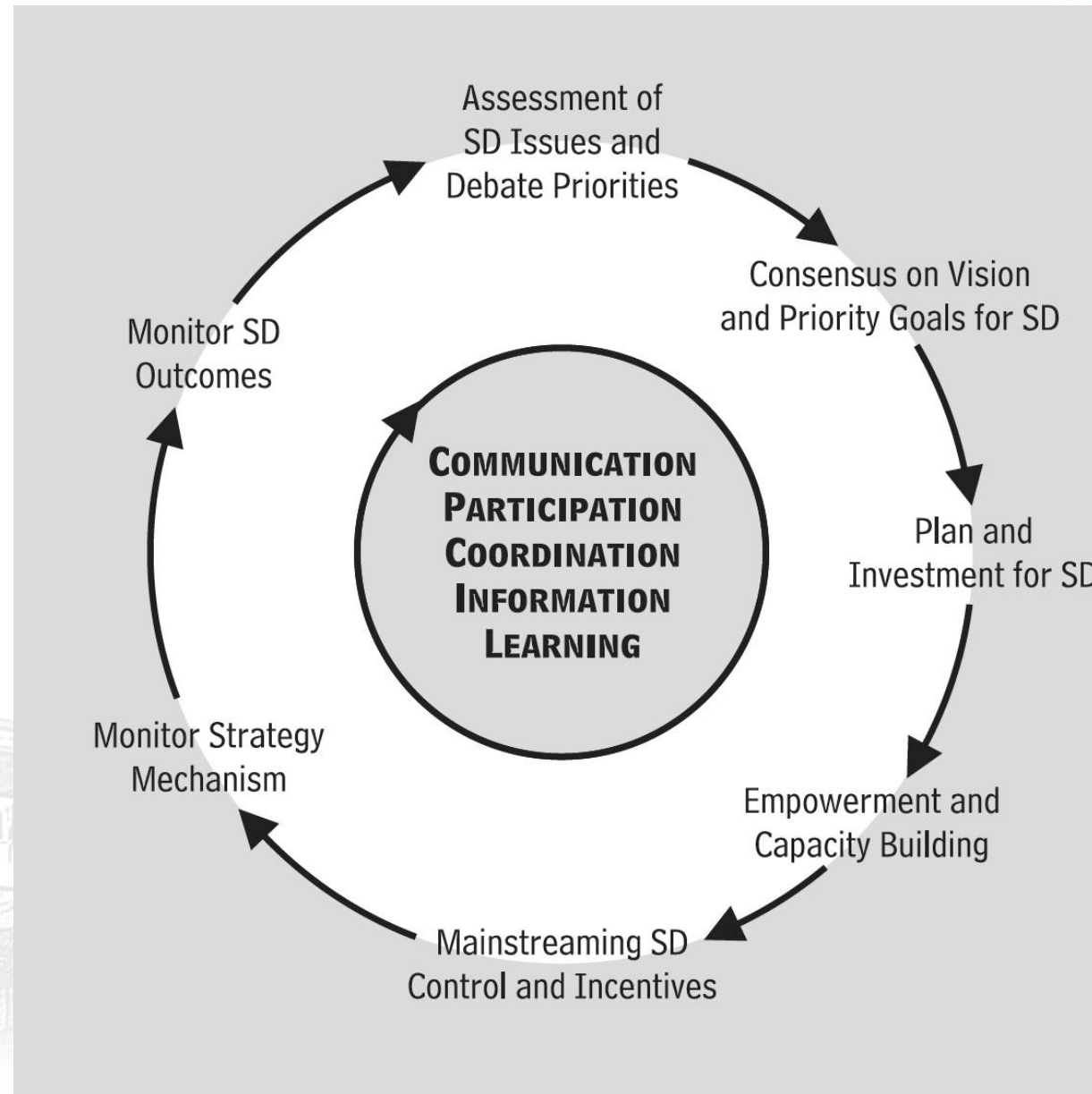


The positioning of the SDGs at the core of their management by companies ties them to their investors through ESG investment and encourages engagement with a variety of stakeholders

(Dentsu, 2018)



Strategi untuk pembangunan berkelanjutan adalah sebuah set yang terkoordinasi yang bersifat **partisipatif dan terus menerus** dari proses analisis, debat, penguatan kapasitas, perencanaan dan investasi, yang mengintegrasikan aspek ekonomi, sosial dan lingkungan tujuan masyarakat.



(GTZ, 2006)



Konsep Komunikasi Keberlanjutan

- ❑ Komunikasi keberlanjutan adalah integrasi kesadaran akan keberlanjutan ke dalam strategi komunikasi perusahaan atau organisasi untuk menyampaikan tujuan, tindakan, dan kemajuan perusahaan atau organisasi tersebut terkait isu-isu lingkungan, sosial, dan tata kelola (*environment, social, and governance* atau ESG) kepada semua pemangku kepentingan secara jujur dan transparan.
- ❑ Tujuannya adalah untuk membangun kepercayaan, mendorong partisipasi, dan menciptakan pemahaman bersama untuk mencapai pembangunan berkelanjutan.
- ❑ Pernyataan tersebut sebagaimana dikemukakan Godemann (Weder, et al, 2021) bahwa komunikasi keberlanjutan:
 - ✓ merupakan bidang ilmu keberlanjutan yang mengevaluasi hubungan manusia-lingkungan.
 - ✓ memiliki tujuan utama mengintegrasikan wacana keberlanjutan ke dalam masyarakat.
 - ✓ penting untuk menyampaikan tujuan pembangunan berkelanjutan (*sustainable development goals* atau SDGs)



***Sustainability Communication* - Komunikasi Keberlanjutan**

- Komunikasi keberlanjutan (*sustainability communication*) mencakup pemahaman tentang **hubungan antara manusia dan lingkungannya** serta mengembangkan kesadaran kritis terhadap masalah tentang hubungan ini dan kemudian menghubungkannya dengan nilai dan norma sosial.
- Komunikasi keberlanjutan tidak hanya bertujuan untuk memberikan pemahaman yang jelas dan persuasif tentang pembangunan berkelanjutan dan mengkampanyekan penerimaannya, tetapi juga untuk **melibatkan masyarakat dalam proses pembangunan berkelanjutan dan mendorong mereka untuk secara aktif mengambil bagian di dalamnya**
- Komunikasi keberlanjutan adalah alat manajemen penting untuk mengelola harapan pemangku kepentingan mengenai pembangunan berkelanjutan

(Godemann & Michelsen, 2011)



Ruang lingkup:

[1] komunikasi lingkungan,
[2] komunikasi risiko, dan
[3] komunikasi sains.

[1] Komunikasi lingkungan

- Komunikasi lingkungan harus dipahami sebagai 'komunikasi untuk keberlanjutan' dan merupakan 'konsep kunci'.
- Komunikasi lingkungan merupakan upaya untuk meningkatkan kemampuan masyarakat untuk lebih **peka dan mampu merespon secara tepat sinyal lingkungan** yang relevan dengan kondisi kesejahteraan peradaban manusia dan sistem biologis lingkungan yang alami.
- Untuk sekelompok orang, seperti para cendekiawan, guru, dan praktisi memiliki kewajiban untuk mendidik, mempertanyakan, mengevaluasi secara kritis, atau berbicara dalam forum yang tepat ketika melihat praktik komunikasi dibatasi atau tunduk pada hal-hal yang membahayakan atau kebijakan yang tidak berkelanjutan yang berdampak pada komunitas manusia dan alam

(Godemann & Michelsen, 2011)



Ruang lingkup:
[1] komunikasi lingkungan,
[2] komunikasi risiko, dan
[3] komunikasi sains.

[2] Komunikasi risiko

- Dikarenakan keputusan memiliki **konsekuensi yang tidak dapat diprediksi**, namun itu harus diambil, pembangunan masyarakat adalah proses yang selalu disertai dengan risiko pada relasi masyarakat.
- Risiko sebagai **perhitungan kemungkinan konsekuensi negatif** dari bahaya yang terjadi dan **besarnya konsekuensi** yang dirasakan (Slovic & Weber, 2002).
- Risiko dapat dibagi menjadi 2, yaitu [1] risiko di mana keputusan dan tindakan manusia berperan penting terkait karakter risiko, serta aspek kontrol atau regulasi; dan [2] risiko yang muncul secara independen di luar individu dan tidak disebabkan oleh keberadaan mereka.
- **Komunikasi risiko** adalah proses interaktif yang melibatkan sumber risiko dan mereka yang terkena dampak risiko. Komunikasi ini menitikberatkan pada aspek penyajian informasi, proses persuasi, dan penyampaian pesan secara strategis untuk menjangkau publik yang ditargetkan secara tepat, termasuk di sini dalam konteks komunikasi kesehatan

(Godemann & Michelsen, 2011)



Ruang lingkup:
[1] komunikasi lingkungan,
[2] komunikasi risiko, dan
[3] komunikasi sains.

[3] Komunikasi sains

- Pengetahuan ilmiah dan teknologi sangat penting bagi pertumbuhan dan kesejahteraan ekonomi masyarakat, serta diharapkan dapat memberikan solusi atas setiap tantangan yang dihadapi masyarakat, seperti pandemi, perubahan iklim atau kelangkaan pangan dan energi.
- komunikasi sains berkontribusi **pada proses mengkomunikasikan pengetahuan ilmiah kepada publik yang relevan agar dapat diterapkan.** Teknologi energi terbarukan, misalnya, dapat meningkatkan kehidupan masyarakat jika dikomunikasikan kepada orang-orang terkait yang dapat mengoperasikannya untuk kegunaan yang baik.
- Komunikasi sains memberikan ruang bagi publik untuk mengetahui bagaimana pengetahuan ilmiah dihasilkan serta tentang keterbatasan dan konsekuensinya. **Dengan demikian, maka publik dapat berpartisipasi dalam pengambilan keputusan.**
- Komunikasi sains membantu masyarakat untuk memahami sains dalam kehidupan sehari-hari mereka, seperti melalui sistem transportasi, makanan yang dimakan orang, sistem perawatan kesehatan, atau teknologi lainnya.

(Godemann & Michelsen, 2011)



Peran Komunikasi dalam Mendukung Pencapaian SDGs dan Permasalahannya

- ☐ Komunikasi keberlanjutan menyampaikan isu penting, seperti pengurangan konsumsi daging dan aksi-aksi untuk merespon perubahan iklim.
- ☐ Komunikasi keberlanjutan mendorong perubahan perilaku melalui pesan yang relevan dan mudah dipahami.
- ☐ Komunikasi strategis dapat mewujudkan komunikasi efektif, karena tanpa komunikasi keberlanjutan sulit diterima oleh masyarakat.

(Godemann dalam Weder, et al, 2021)



[1] Mengapa komunikasi strategis? (GTZ, 2006)

- Masalah keberlanjutan biasanya ditandai dengan tingkat **kompleksitas dan ketidakpastian yang tinggi** dan mengarah pada tantangan komunikasi yang spesifik. Situasi ini membutuhkan **peningkatan komunikasi, dialog, dan keterlibatan pemangku kepentingan** untuk memperluas basis informasi serta memasukkan nilai-nilai kemasyarakatan yang lebih luas.
- Selain itu, tujuan keberlanjutan juga bersifat **ambivalen, mencakup konflik kepentingan dan juga nilai**. Setiap pemangku kepentingan memiliki **ekspektasi yang berbeda terhadap perusahaan**. Pemerhati lingkungan berfokus pada isu-isu lingkungan. Kelompok konsumen mengamati kualitas produk perusahaan. Kelompok buruh memperhatikan kesejahteraan karyawan. Pemerintah daerah mengusulkan kemitraan dengan perusahaan untuk mendukung pembangunan daerah.
- Selain itu, **nilai-nilai global seringkali bertentangan dengan nilai-nilai lokal**. Penting untuk memperhitungkan dan mengelola kepentingan dan budaya yang berbeda, dan terkadang bersaing.



Komunikasi sangat penting untuk mencapai pemahaman bersama tentang nilai-nilai sosial tentang keberlanjutan dan tujuan spesifik yang perlu dicapai.

- Ini lebih dari menyebarkan informasi, tetapi upaya aktif menarik perspektif pemangku kepentingan.
- Ini memastikan **aliran dua arah komunikasi**, membahas faktor manusia seperti sosiologi, psikologi, budaya, perilaku, dan politik, dan **membantu membangun konsensus dan kemitraan mengenai agenda pembangunan.**



[2] Mengapa komunikasi strategis penting bagi SDGs?

- ***Complexity - Kompleksitas*** karena SD berkaitan dengan sains, ekonomi, hukum, manajemen bisnis, politik dan manusia perilaku, dan banyak pertukaran dan interaksinya
- ***Comprehension gap - Kesenjangan Pemahaman*** yang sangat besar tentang pemahaman dimensi teknis dari pembangunan berkelanjutan antara para ahli di bidang ini dan masyarakat awam.
- ***Personal impacts - Dampak Pribadi*** yang dipicu SD secara non-rasional, misalnya dimensi emosional dan spiritual
- ***Risk element - Elemen Risiko*** adalah faktor yang sering terjadi pada SD, terutama sebagai perbedaan antara pasif/tidak terkendali atau aktif/sukarela yang bersangkutan.

(GTZ, 2006)



Isu-isu dalam Komunikasi Keberlanjutan (Weder, et al, 2021)

- Isu penggunaan game dan gamification dalam komunikasi keberlanjutan > alat untuk komunikasi keberlanjutan dengan manfaat dapat mendekatkan topik kompleks ke publik non ilmiah.
- Isu lingkungan > fiksi iklim dalam komunikasi keberlanjutan, misal pendekatan *ecotainment* yang dapat melibatkan publik melalui emosi dan narasi.
- Isu energi > komunikasi untuk transisi energi berkelanjutan, dengan fokus pada peran komunikasi dalam transisi energi dalam masyarakat berkelanjutan.
- Isu kesehatan > komunikasi Kesehatan untuk pembangunan berkelanjutan, misalnya potensi media sosial untuk meningkatkan perubahan perilaku terkait Kesehatan. Contoh dalam rangka peningkatan imunisasi, penanganan penyakit menular/tidak menular.
- Isu produksi dan pengolahan makanan berkelanjutan > misal: kritik industri makanan yang melanggar moral lingkungan dan hewan.
- Isu pola konsumsi berkelanjutan > komunikasi untuk mendukung pola konsumsi berkelanjutan, misal barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan yang minim dampak lingkungan.



Kritik

Greenwash

- menggunakan tagline '*green*' tetapi tidak ada laporan yang jelas tentang seberapa kontribusi mereka kepada lingkungan.
- Klaim ramah lingkungan namun sebenarnya tidak demikian dalam prakteknya, atau terlalu melebih-lebihkan. Hanya menyampaikan informasi yang baik tentang perusahaan

SDGswash

- Menyampaikan informasi SDGs tanpa didukung bukti dan atau melebih-lebihkan dari realitasnya.

Perlu pemahaman komunikasi keberlanjutan sebagai bentuk interaktif melibatkan perusahaan dan pemangku kepentingan, serta tidak menimbulkan keraguan pemangku kepentingan



Referensi

Link Download buku :

https://studentsuajyac-my.sharepoint.com/:f/g/personal/caecilia_santi_uajy_ac_id/EssgPJlPGVdHqsByw-ws-CsByE6VSwsZ8zI-C7AFawtiCw?e=uaBI9O

- Crowther, D., & Aras, G.,. (2008). *Corporate Social Responsibility*.: Ventus Publishing.
- Dentsu Japan. (2018). *SDGs Communication Guide*. Tokyo: Dentsu Japan.
- GTZ (2006). *Strategic Communication for Sustainable Development: A Conceptual Overview*. Escburn: GTZ.
- Godemann, J., & Michelsen, G. (Eds.) (2011), *Sustainability communication interdisciplinary perspectives and theoretical foundation*. New York: Springer.
- Weder, Franzisca; Larissa Krainer; Matthias Karmasin (Eds). (2021) *The Sustainability Communication Reader: A Reflective Compendium*. Wiesbaden: Springer.

Terima kasih



uajy



Universitas Atma Jaya Yogyakarta



www.uajy.ac.id