

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

PERILAKU MITIGASI PERUBAHAN IKLIM PENGIKUT AKUN INSTAGRAM @SALING.ID DITINJAU DARI *SOCIAL COGNITIVE THEORY*

MARTINA SILITONGA



DEPARTEMEN SAINS KOMUNIKASI DAN PENGEMBANGAN MASYARAKAT
FAKULTAS EKOLOGI MANUSIA
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025



PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Perilaku Mitigasi Perubahan Iklim Pengikut Akun Instagram @saling.id Ditinjau dari *Social Cognitive Theory*” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Agustus 2025

Martina Silitonga
NIM. I3401211017



ABSTRAK

MARTINA SILITONGA. Perilaku Mitigasi Perubahan Iklim Pengikut Akun Instagram @saling.id Ditinjau dari *Social Cognitive Theory*. Dibimbing oleh SARWITITI SARWOPRASODJO.

Perubahan iklim menimbulkan ancaman serius terhadap kehidupan manusia, sehingga diperlukan perilaku mitigasi yang konsisten dari masyarakat. Media sosial, khususnya Instagram, berperan sebagai saluran efektif dalam menyebarkan pesan lingkungan dan membentuk perilaku. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan faktor personal, lingkungan, dan perilaku mitigasi perubahan iklim pengikut akun Instagram @saling.id berdasarkan *Social Cognitive Theory* (SCT). Penelitian menggunakan metode survei kepada 100 responden, dipilih dengan teknik *accidentally sampling*, dilengkapi dengan wawancara mendalam. Data dianalisis secara deskriptif dan melalui uji korelasi Spearman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor personal masih rendah pada isu transportasi dan energi, sedangkan faktor lingkungan menunjukkan rendah pada dukungan sosial dan infrastruktur publik. Perilaku mitigasi responden terbagi seimbang antara kategori rendah dan tinggi. Uji korelasi menunjukkan hubungan signifikan antara faktor personal, faktor lingkungan, dan perilaku. Kesimpulannya, meskipun terdapat kesadaran awal, penerapan perilaku mitigatif masih terkendala dukungan lingkungan dan konten kampanye yang terbatas. Implikasi penelitian menekankan pentingnya strategi komunikasi berbasis kampanye digital yang persuasif serta penguatan dukungan komunitas dan infrastruktur untuk mendorong partisipasi publik dalam mitigasi perubahan iklim.

Kata kunci: kampanye lingkungan, perilaku mitigasi perubahan iklim, *Social Cognitive Theory*

ABSTRACT

MARTINA SILITONGA. Climate Change Mitigation Behavior of Followers of the Instagram Account @saling.id Reviewed from Social Cognitive Theory. Supervised by SARWITITI SARWOPRASODJO.

Climate change poses a serious threat to human life, necessitating consistent mitigation behavior from the public. Social media, particularly Instagram, serves as an effective channel for disseminating environmental messages and shaping behavior. This study aims to analyze the relationship between personal and environmental factors and climate change mitigation behavior among followers of the Instagram account @saling.id based on Social Cognitive Theory (SCT). The study used a survey method with 100 respondents selected using an accidental sampling technique, complemented by in-depth interviews. Data were analyzed descriptively and through Spearman's correlation test. The results showed that personal factors were still low on transportation and energy issues, while environmental factors were low on social support and public infrastructure. Respondents' mitigation behavior was evenly divided between the low and high categories. The correlation test showed a significant relationship between personal and environmental factors and behavior. In conclusion, despite initial awareness,

the implementation of mitigation behavior is still hampered by limited environmental support and campaign content. The implications of this study emphasize the importance of persuasive digital campaign-based communication strategies and strengthening community support and infrastructure to encourage public participation in climate change mitigation.

Keywords: climate change mitigation behavior, environmental campaign, Social Cognitive Theory

@Hak cipta milik IPB University

IPB University



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2025¹
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

**PERILAKU MITIGASI PERUBAHAN IKLIM PENGIKUT
AKUN INSTAGRAM @SALING.ID DITINJAU DARI *SOCIAL
COGNITIVE THEORY***

MARTINA SILITONGA

Skripsi
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana pada
Program Studi Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat

**DEPARTEMEN SAINS KOMUNIKASI DAN PENGEMBANGAN MASYARAKAT
FAKULTAS EKOLOGI MANUSIA
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
— Bogor Indonesia —

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Tim Penguji pada Ujian Skripsi:

1. Dr. Annisa Utami Seminar, S.IP., M.Si.
2. Mohamad Shohibuddin, S.Ag., M.Si.



Judul Skripsi : Perilaku Mitigasi Perubahan Iklim Pengikut Akun Instagram
@saling.id Ditinjau dari *Social Cognitive Theory*

Nama : Martina Silitonga
NIM : I3401211017

Disetujui oleh

Pembimbing:

Dr. Ir. Sarwititi Sarwoprasodjo, MS.

Diketahui oleh

Ketua Departemen Sains Komunikasi dan
Pengembangan Masyarakat:

Prof. Dr. Ir. Anna Fatchiya, M.Si.
NIP 196811211997022001

Tanggal Ujian:
11 Agustus 2025

Tanggal Lulus: 12 5 AUG 2025



PRAKATA

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta karunia-Nya dan juga ilmu kemajuan dalam berpikir sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Perilaku Mitigasi Perubahan Iklim Pengikut Akun Instagram @saling.id Ditinjau dari *Social Cognitive Theory*” untuk memenuhi syarat kelulusan Mata Kuliah Skripsi (KPM 1499). Selama penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa tidak akan mampu membuat tulisan ini tanpa dukungan dan bantuan orang-orang terdekat penulis, berkat dukungan dan doa mereka, penulis mampu menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ir. Sarwititi Sarwoprasodjo, M.S. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran, arahan, serta motivasi untuk penulis selama proses penulisan hingga penyelesaian skripsi ini.
2. Sahabat Lingkungan (@saling.id) yang telah memberikan izin dan dukungan pada penulis dalam melakukan penelitian ini.
3. Kedua orang tua tercinta penulis yang selalu memberikan dukungan berupa doa, kasih sayang, dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan selama mengerjakan skripsi ini.
4. Kakak dan Abang penulis yang sangat berjasa dalam dukungan moral juga materi kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Adinda Puti Shafa Sakinah, Fisalma, Firsta, Indah, Shafira, dan Nabila selaku teman seperjuangan yang memberikan semangat, menghibur, dan membantu penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.
6. Dhiya, Kayla, Bang Daffa, dan teman-teman grup “Maebs”, “Interjozzz”, serta “Ketipak Ketipung” yang sudah membantu dan mendukung penulis selama menyusun skripsi ini.
7. Teman-teman angkatan 58 “Orvion” yang telah berjuang bersama dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan, sehingga kritik dan saran yang konstruktif masih sangat diperlukan. Penulis berharap semoga hasil dari penelitian ini nantinya dapat membawa manfaat untuk berbagai pihak.

Bogor, Agustus 2025

Martina Silitonga

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan	7
1.4 Manfaat	7
II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Tinjauan Pustaka	9
2.1.1 Komunikasi Lingkungan	9
2.1.2 Kampanye Komunikasi Perubahan Iklim	10
2.1.3 Media Sosial Instagram sebagai Media Kampanye Komunikasi Perubahan Iklim	12
2.1.4 Efektivitas Kampanye Komunikasi Perubahan Iklim melalui Media Sosial	13
2.1.5 <i>Social Cognitive Theory</i> Bandura	15
2.1.6 Faktor Personal Pendukung Perilaku Mitigasi Perubahan Iklim	17
2.1.7 Faktor Lingkungan Pendukung Perilaku Mitigasi Perubahan Iklim	19
2.1.8 Perilaku Mitigasi Perubahan Iklim	20
2.2 Kerangka Pemikiran	22
2.3 Hipotesis Penelitian	23
III METODE PENELITIAN	25
3.1 Pendekatan Lapang	25
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	25
3.3 Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data	25
3.4 Teknik Pemilihan Responden dan Informan	27
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas	29
3.6 Teknik Pengolahan dan Analisis Data	29
3.7 Definisi Operasional	30
3.7.1 Faktor Personal Pendukung Perilaku Mitigasi Perubahan Iklim	30
3.7.2 Faktor Lingkungan Pendukung Perilaku Mitigasi Perubahan Iklim	32
3.7.3 Perilaku Mitigasi Perubahan Iklim	34
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	37
4.1 Gambaran Umum Sahabat Lingkungan	37
4.1.1 Konten Edukasi	40
4.1.2 Konten Aksi Nyata dan Ajakan	41
4.1.3 Konten Interaktif dan Partisipatif	43
4.2 Karakteristik Individu Pengikut Akun Instagram @saling.id	45
4.3 Analisis Deskriptif Faktor Personal, Faktor Lingkungan, dan Perilaku Mitigasi Perubahan Iklim	49
4.3.1 Faktor Personal Mitigasi Perubahan Iklim	49
4.3.2 Faktor Lingkungan Mitigasi Perubahan Iklim	56
4.3.3 Perilaku Mitigasi Perubahan Iklim	65
4.4 Analisis Hubungan antara Faktor Personal, Faktor Lingkungan, dan Perilaku Mitigasi Perubahan Iklim	71

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



4.4.1 Hubungan Faktor Personal Mitigasi Perubahan Iklim dengan Perilaku Mitigasi Perubahan Iklim	71
4.4.2 Hubungan Faktor Lingkungan Mitigasi Perubahan Iklim dengan Perilaku Mitigasi Perubahan Iklim	74
4.4.3 Hubungan Faktor Personal Mitigasi Perubahan Iklim dengan Faktor Lingkungan Mitigasi Perubahan Iklim	77
4.5 Pembahasan Umum	79
4.5.1 Perilaku Mitigasi Perubahan Iklim dan Faktor-Faktor yang Memengaruhi	79
4.5.2 Rekomendasi Strategi Perilaku Mitigasi Perubahan Iklim	86
V SIMPULAN DAN SARAN	91
5.1 Simpulan	91
5.2 Saran	92
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN	99
RIWAYAT HIDUP	123

DAFTAR TABEL

2.1	Definisi kampanye komunikasi	10
2.2	Efektivitas kampanye komunikasi perubahan iklim melalui media sosial	13
3.1	Kebutuhan data, jenis data, dan teknik pengumpulan data	26
4.1	Jumlah dan persentase sampel pengikut akun Instagram @saling.id menurut usia	45
4.2	Jumlah dan persentase sampel pengikut akun Instagram @saling.id menurut jenis kelamin	46
4.3	Jumlah dan persentase sampel pengikut akun Instagram @saling.id menurut jenis pekerjaan	46
4.4	Jumlah dan persentase sampel pengikut akun Instagram @saling.id menurut domisili	48
4.5	Jumlah dan persentase sampel pengikut akun Instagram @saling.id menurut faktor personal mitigasi perubahan iklim	50
4.6	Rata-rata skor sampel pengikut akun Instagram @saling.id menurut indikator pengetahuan akan mitigasi perubahan iklim	51
4.7	Jumlah dan persentase sampel pengikut akun Instagram @saling.id menurut pengetahuan akan mitigasi perubahan iklim	52
4.8	Rata-rata skor sampel pengikut akun Instagram @saling.id menurut indikator sikap terhadap mitigasi perubahan iklim	53
4.9	Jumlah dan persentase sampel pengikut akun Instagram @saling.id menurut sikap terhadap mitigasi perubahan iklim	54
4.10	Rata-rata skor sampel pengikut akun Instagram @saling.id menurut indikator harapan akan hasil mitigasi perubahan iklim	55
4.11	Jumlah dan persentase sampel pengikut akun Instagram @saling.id menurut harapan akan hasil mitigasi perubahan iklim	56
4.12	Jumlah dan persentase sampel pengikut akun Instagram @saling.id menurut faktor lingkungan mitigasi perubahan iklim	57
4.13	Rata-rata skor sampel pengikut akun Instagram @saling.id menurut indikator pengaruh kampanye mitigasi perubahan iklim	58
4.14	Jumlah dan persentase sampel pengikut akun Instagram @saling.id menurut pengaruh kampanye mitigasi perubahan iklim	60
4.15	Rata-rata skor sampel pengikut akun Instagram @saling.id menurut indikator dukungan sosial akan mitigasi perubahan iklim	60
4.16	Jumlah dan persentase sampel pengikut akun Instagram @saling.id menurut dukungan sosial akan mitigasi perubahan iklim	62
4.17	Rata-rata skor sampel pengikut akun Instagram @saling.id menurut indikator ketersediaan akses infrastruktur untuk mitigasi perubahan iklim	63
4.18	Jumlah dan persentase sampel pengikut akun Instagram @saling.id menurut ketersediaan akses infrastruktur untuk mitigasi perubahan iklim	64
4.19	Jumlah dan persentase sampel pengikut akun Instagram @saling.id menurut perilaku mitigasi perubahan iklim	65

4.20	Rata-rata skor sampel pengikut akun Instagram @saling.id menurut indikator kepercayaan diri dalam melakukan perilaku mitigasi perubahan iklim	67
4.21	Jumlah dan persentase sampel pengikut akun Instagram @saling.id menurut kepercayaan diri dalam melakukan perilaku mitigasi perubahan iklim	68
4.22	Rata-rata skor sampel pengikut akun Instagram @saling.id menurut indikator praktik dalam melakukan perilaku mitigasi perubahan iklim	69
4.23	Jumlah dan persentase sampel pengikut akun Instagram @saling.id menurut praktik dalam melakukan perilaku mitigasi perubahan iklim	71
4.24	Jumlah dan persentase sampel pengikut akun Instagram @saling.id menurut faktor personal dan perilaku mitigasi perubahan iklim	72
4.25	Hasil uji korelasi <i>rank Spearman</i> tingkat faktor personal dengan perilaku mitigasi perubahan iklim	73
4.26	Jumlah dan persentase sampel pengikut akun Instagram @saling.id menurut faktor lingkungan dan perilaku mitigasi perubahan iklim	75
4.27	Hasil uji korelasi <i>rank Spearman</i> tingkat faktor lingkungan dengan perilaku mitigasi perubahan iklim	75
4.28	Jumlah dan persentase sampel pengikut akun Instagram @saling.id menurut faktor personal dan faktor lingkungan mitigasi perubahan iklim	77
4.29	Hasil uji korelasi <i>rank Spearman</i> tingkat faktor personal dengan faktor lingkungan mitigasi perubahan iklim	78
4.30	Hasil uji <i>rank Spearman</i> hubungan faktor personal dengan perilaku, faktor lingkungan dengan perilaku, dan faktor personal dengan faktor lingkungan	80
4.31	Rata-rata skor terendah pada dua item pernyataan menurut indikator faktor personal mitigasi perubahan iklim sampel pengikut akun Instagram @saling.id	81
4.32	Rata-rata skor terendah pada dua item pernyataan menurut indikator faktor lingkungan mitigasi perubahan iklim sampel pengikut akun Instagram @saling.id	83
4.33	Rata-rata skor terendah pada dua item pernyataan menurut indikator perilaku mitigasi perubahan iklim sampel pengikut akun Instagram @saling.id	85

DAFTAR GAMBAR

1.1	Kenaikan suhu global (November 2024)	1
2.1	Pengguna Instagram di Indonesia (Januari 2025)	12
2.2	Skema model <i>Triadic</i> dari <i>Social Cognitive Theory</i>	17
2.3	Kerangka pemikiran perilaku mitigasi perubahan iklim pengikut akun Instagram @saling.id ditinjau dari <i>Social Cognitive Theory</i>	23
4.1	Konten akun Instagram @saling.id tentang sampah	39
4.2	Konten akun Instagram @saling.id tentang transportasi	39
4.3	Konten akun Instagram @saling.id tentang energi	39
4.4	Konten edukasi akun Instagram @saling.id	41



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

4.5	Konten aksi nyata akun Instagram @saling.id	42
4.6	Konten ajakan akun Instagram @saling.id	42
4.7	Konten interaktif akun Instagram @saling.id	43
4.8	Konten partisipatif akun Instagram @saling.id	44

DAFTAR LAMPIRAN

1	Lokasi penelitian	100
2	Jadwal penelitian	101
3	Daftar responden	102
4	Catatan lapang	105
5	Hasil uji validitas dan reliabilitas	113
6	Dokumentasi	115