



Kampanye dan Akses Media Terhadap Kebijakan Energi Baru dan Terbarukan dalam Perspektif Mahasiswa Di Sumatera Utara

Mickhael Rajagukguk
Universitas Sumatera Utara, Indonesia
mikegukguk@gmail.com

Abstract. *This research examines the knowledge of college students about the development of new and renewable energy in Indonesia. Furthermore, this study intends to see how the college students perceive the government performance, which has associated with the effectiveness of what types of media are appropriate in increasing the knowledge of the college students about new and renewable developments energy in Indonesia. This research method uses a quantitative descriptive method. The population in this study is the younger generation who are students on campuses in North Sumatra. The research sample was 146 respondents. The sampling process uses quota sampling. The data collection technique was carried out using a questionnaire instrument. The analysis used in this research is the single table and cross-table analysis. This study indicated that college students still did not fully understand what new and renewable energy is. In addition, students' knowledge of policies related to New and Renewable Energy is also in the low category. Students think that the government's performance is still poor, and it is necessary to conduct a campaign and involve the mass media.*

Keywords: *Campaign, Government, Mass Media, New and Renewable Energy, Young Generation.*

Latar Belakang

Kampanye merupakan salah satu bagian penting atau intisari dari konsep perencanaan komunikasi (Dewi & Hadiwijaya, 2016). Rogers dan Storey (dalam Venus, 2019) mengartikan kampanye sebagai serangkaian aksi dari suatu komunikasi yang direncanakan dengan tujuan menciptakan efek tertentu kepada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan dengan jangka waktu tertentu. Koordinasi dan perencanaan atau pemetaan yang tepat menjadi tolok ukur keberhasilan suatu kampanye (Permana, 2017; Untarni & Rahman, 2016).

Secara garis besar, Liliweri (2011) menjabarkan beberapa tujuan dari kampanye, di antaranya: (1) memobilisasi dan melibatkan orang-orang untuk berpartisipasi dalam menyebarkan informasi melalui media, untuk memengaruhi sikap dan pandangan publik; (2) memberikan tekanan kepada para *stakeholder* atau pembuat keputusan (*pressurising decision makers*) untuk dapat memberikan solusi yang bermanfaat bagi kepentingan umum; (3) menginformasikan dan memberikan pemahaman kepada khalayak; (4) melakukan perubahan terhadap perilaku dan sikap ke arah yang lebih baik lagi; dan (5) mempersuasi orang-orang untuk memahami dan melakukan suatu tindakan tertentu.

Salah satu kampanye yang ramai digalakkan oleh berbagai negara di dunia, termasuk di Indonesia adalah kampanye Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (*Sustainable Development Goals—SDGs*). Ada 17 tujuan yang hendak dicapai dalam upaya memberantas kemiskinan, mengurangi kesenjangan, dan melindungi lingkungan. Salah satunya dengan cara menggalakkan energi bersih dan terjangkau.

Tujuan tersebut bukan tanpa alasan, mengingat industrialisasi yang semakin berkembang pesat di Indonesia tidak terlepas dengan pemanfaatan sumber energi, yang membantu menggerakkan roda perindustrian. Salah satu isu penting di sektor industri adalah pemenuhan energi terhadap industri dalam negeri, khususnya energi listrik yang menjadi sumber energi utama. Apalagi saat ini sumber energi utama yang digunakan untuk pembangkit listrik semakin terbatas karena masih mengandalkan energi yang

bersumber dari fosil (Kementerian Perindustrian, 2020).

Tantangan pemenuhan kebutuhan energi diperkirakan akan semakin berat. Cadangan sumber energi fosil non-terbarukan, seperti minyak bumi, gas, dan batu bara; semakin menipis. Sementara itu, pengembangan sumber energi terbarukan juga masih belum signifikan untuk dapat mencukupi kebutuhan. Suplai energi domestik diperkirakan hanya mampu memenuhi 75% permintaan energi nasional pada tahun 2030 dan akan terus menurun hingga 28% di tahun 2045 (Badan Perencanaan Pembangunan Nasional, 2019).

Pemerintah Indonesia, sebagaimana yang diamanatkan dalam UU No. 30 Tahun 2007 tentang Energi memiliki peranan yang sangat penting dalam pengelolaan energi yang menyangkut hajat hidup masyarakat Indonesia. Energi dikelola berdasarkan asas kebermanfaatan, rasionalitas, efisiensi yang berkeadilan, peningkatan nilai tambah, keberlanjutan, kesejahteraan masyarakat, pelestarian fungsi lingkungan hidup, ketahanan nasional, dan keterpaduan dengan mengutamakan kemampuan nasional. Berdasarkan hal tersebut pula, pengelolaan energi harus memperhatikan beberapa hal penting, yaitu memenuhi kebutuhan masyarakat, pemerataan akses dengan harga terjangkau, mencapai nilai ekonomi yang optimal, menjamin ketersediaan energi untuk masa yang akan datang, mencapai kesejahteraan masyarakat, menjamin kualitas lingkungan yang lebih baik, mencapai kemampuan nasional dalam pengelolaan energi dan pengelolaan energi yang terpadu antarsektor (Dewan Energi Nasional, 2020).

Oleh sebab itu, Peraturan Pemerintah No. 79 Tahun 2014 tentang Kebijakan Energi Nasional menginstruksikan pemerintah pusat maupun daerah untuk memprioritaskan pengembangan Energi Baru dan Terbarukan (EBT) (Anindarini, 2020). Hal ini merupakan salah satu langkah bagi pemerintah Indonesia untuk dapat membangun energi berkelanjutan melalui pengelolaan EBT dengan mengembangkan pembangkit energi terbarukan sebagaimana yang tertuang dalam strategi Arah Kebijakan Pembangunan Rendah Karbon pada RPJMN 2020-2024 (Badan Perencanaan Pembangunan Nasional, 2019).

Namun, sangat disayangkan capaian yang ditargetkan oleh pemerintah Indonesia dalam mengembangkan pengelolaan dan penggunaan secara luas tidak sesuai dengan rencana. Tercatat, realisasi kontribusi EBT dalam bauran energi primer pada tahun 2019 hanya mampu terwujud sebesar 8,8%. Capaian tersebut dinilai masih jauh dari target untuk mencapai 23% pada tahun 2025. Pemerintah melalui Kementerian ESDM hanya sisa waktu beberapa tahun untuk dapat merealisasikannya. Pemerintah pada awalnya mengharapkan terjadi pertumbuhan bauran EBT sebesar 422% pada 2025 dibanding 2015. Artinya, seminimal mungkin pemerintah harus mendorong pertumbuhan bauran energi sebesar 200% di 5 tahun pertama. Faktanya, bauran hanya mampu bertumbuh 100% selama kurun waktu 2015-2019 (Dewan Perwakilan Rakyat, 2020).

Hal tersebut kemudian mendorong Komisi VII DPR RI untuk merumuskan Rancangan Undang-Undang EBT. Kehadiran dari Undang-Undang EBT ini diharapkan dapat menuntaskan banyak permasalahan krusial dalam pembangunan pembangkit EBT. Mulai dari masalah perizinan, pengadaan lahan, hingga harga jual listrik dari pembangkit EBT selama ini menjadi penghambat berkembangnya pembangkit listrik EBT (Dunia Energi, 2020).

Permasalahan berupa tidak tercapainya target konsumsi yang ditetapkan oleh pemerintah diindikasikan menjadi penyebab rendahnya minat masyarakat maupun industri dalam menggunakan sumber EBT. Faktor penyebab masih minimnya daya konsumsi publik terhadap penggunaan EBT adalah rendahnya kampanye seputar EBT di lingkup publik. Pengetahuan masyarakat terhadap hal ini masih masuk dalam kategori rendah mengingat masih banyak dari mereka yang merasa nyaman dalam menggunakan

energi konvensional atau fosil (Khaeron, 2020).

Menteri ESDM periode 2014-2016 Sudirman Said mengatakan pada tahun 2016 bahwa kampanye terhadap energi perlu dilakukan secara terus menerus melalui media cetak ataupun elektronik. Hal ini disebabkan pertumbuhan konsumsi energi akan semakin meningkat ke depannya bersamaan dengan penurunan jumlah cadangan energi fosil yang semakin menipis (Antaraneews, 2016). Selain itu, Ketua Umum Asosiasi Daerah Penghasil Panasbumi Indonesia (ADPPI) Hasanuddin menegaskan bahwa permasalahan tersebut harus segera diatasi dengan pengalihan sistematis dari energi fosil kepada energi terbarukan, yang apabila terlambat, kedaulatan energi di Indonesia bisa terancam (Panasbuminews, 2019).

Menteri ESDM periode 2011-2014, Jero Wacik, pada tahun 2014 menyatakan bahwa menggalakkan kampanye secara khusus melalui media massa dikatakan sangat ampuh untuk mendukung pengetahuan dan pemanfaatan energi (Harian Bhirawa, 2014). ADPPI menilai berbagai kampanye penggunaan energi terbarukan harus terus digelar agar kesadaran masyarakat Indonesia akan pentingnya menggunakan energi terbarukan semakin meningkat (Panasbuminews, 2019).

Sosialisasi kebijakan melalui kampanye oleh pemerintah berupaya untuk memaparkan suatu tujuan yang hendak disampaikan, sehingga dapat diterima oleh orang lain (Sentosa & Rochana, 2021). Kegiatan kampanye yang dilakukan seyogianya memerlukan logo kampanye atau slogan yang menarik, serta dapat menggambarkan identitas, karakteristik, dan budaya melalui aktivitas kampanye tersebut (Situmeang & Sugianto, 2017). Tantangan yang diperoleh pemerintah secara khusus dalam menyosialisasikan kebijakan-kebijakannya adalah menjadikan isu ini menjadi isu yang menarik perhatian secara nasional (Prabowo & Arofah, 2017).

Secara umum, kampanye yang berlangsung dalam jangka waktu tertentu sangat memerlukan bantuan media massa, baik cetak atau dalam jaringan untuk mengorganisir dan menyosialisasikan suatu pesan kampanye (Rajagukguk, 2020). Media sosial menjadi salah satu alternatif media yang terintegrasi dan tergolong efektif untuk memberikan dampak yang luas dalam pelaksanaan kampanye (Allagui & Breslow, 2016). Hal tersebut tidak terlepas dari pengguna media sosial yang berkembang pesat, secara khusus di Indonesia.

Survei dari We are Social & Hootsuite pada tahun 2021 mencatat bahwa ada sekitar 170 juta pengguna aktif media sosial dengan rentang usia 16-64 tahun. Survei yang dilakukan oleh Litbang Kompas menunjukkan bahwa Generasi Z menjadi kelompok yang mendominasi penggunaan internet, di mana 42,9% generasi Z mengakses media sosial 2-5 kali dan bahkan, 32,1% di antaranya mengakses media sosial setiap jam dalam sehari. Selain itu, pada temuan tersebut didapatkan bahwa mayoritas 46,9% generasi Z menjadi kelompok usia yang paling banyak mengakses situs berita daring setidaknya 1-2 kali dalam seminggu (Agustina, 2021).

Mayoritas kampanye di media sosial menggunakan konsep *spam* atau promosi relatif banyak ditemui. Hal ini karena konsep ini menjadi salah satu bentuk kampanye terkoordinasi dengan biaya rendah untuk memengaruhi khalayak (Lee, Caverlee, Cheng & Sui, 2013; Setiadi, 2016), terkhusus kepada khalayak dengan kategori usia generasi Z (Allagui & Breslow, 2016). Strategi kampanye yang sukses di media sosial biasanya memenuhi satu ataupun keseluruhan prinsip PARC, yaitu *Participatory*, *Authentic*, *Resourceful*, dan *Credible* (Barker, Barker, Bormann & Neher, 2013). *Participatory* atau partisipatif adalah prinsip yang menekankan interaksi dengan khalayak, baik pada tingkatan individu ataupun kelompok. *Authentic* atau autentik adalah prinsip yang mengarahkan komunikator agar menonjolkan keaslian atau orisinalitas dari produk kampanye. *Resourceful* atau pola pikir yang mumpuni merupakan prinsip lainnya yang akan sangat membantu khalayak dengan kehadiran komunikator dalam memberikan

informasi. *Credible* atau kredibel merupakan cara dalam kampanye yang memberikan masukan atau informasi yang rasional dan dapat dipercaya.

Salah satu referensi penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah "*Consumer Behavior as a Potential Acceptance of Renewable Energy Source in Indonesia*" (Avicenna & Febriani, 2021). Penelitian tersebut menggunakan pendekatan kualitatif, dengan melakukan kajian literatur terhadap studi-studi yang relevan tentang perilaku konsumen terhadap pemanfaatan energi terbarukan di berbagai negara.

Penelitian tersebut berbeda dengan penelitian ini yang menggunakan pendekatan kuantitatif dengan memfokuskan subjek penelitian kepada Kampanye EBT dan menjadikan generasi Z, secara khusus terhadap mahasiswa yang menjalani pendidikan di Provinsi Sumatera Utara sebagai objek penelitian. Perbedaan lainnya dari referensi penelitian tersebut adalah penelitian ini hendak mengukur bagaimana tingkat pengetahuan dan pemahaman generasi Z, secara khusus mahasiswa, terhadap kebijakan EBT. Selain itu, penelitian ini juga ingin mengidentifikasi jenis media apa yang terbaik dalam mendukung realisasi kebijakan EBT di Indonesia, mengingat EBT menjadi salah satu bauran energi yang dapat membantu meminimalisir krisis iklim di Indonesia bahkan dunia.

Metode Penelitian

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif dengan menggunakan metode survei melalui bantuan kuesioner daring dalam mengumpulkan data. Desain penelitian deskriptif menggunakan variabel bebas atau hanya satu variabel saja (Sugiyono & Susanto, 2017: 165). Sementara itu, metode penelitian survei adalah metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk memperoleh data yang telah terjadi di masa lalu atau sekarang tentang keyakinan atau pendapat dari sampel yang diambil dari populasi tertentu yang hasil penelitiannya cenderung digeneralisasikan (Sugiyono, 2019: 57). Penyajian data dalam penelitian ini menggunakan analisis tabel tunggal dan analisis tabel silang.

Populasi dalam penelitian ini adalah generasi muda yang masih berstatus sebagai mahasiswa di daerah Sumatera Utara. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Utara tahun 2021, ada sebanyak 370.214 orang yang terdaftar sebagai mahasiswa pada perguruan tinggi di Sumatera Utara (Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Utara, 2021: 176). Sementara itu, total sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 146 responden. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan kuota sampling, yakni dengan membagi segmentasi responden dengan besaran yang seimbang berdasarkan rumpun ilmu, yakni Sains dan Teknologi (Saintek) dan Sosial Humaniora (Soshum).

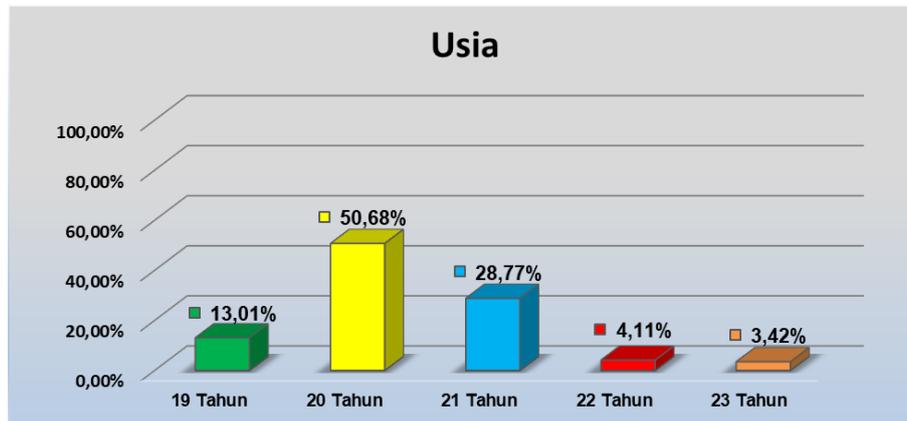
Hasil dan Pembahasan

Karakteristik Responden

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 51,37% perempuan menjadi partisipan dalam penelitian ini, sedangkan laki-laki memiliki persentase sebesar 48,63%. Penelitian ini secara garis besar menunjukkan bahwa yang mengenyam pendidikan tinggi didominasi oleh kaum perempuan. Hal tersebut sejalan pula dengan Pangkalan Data Pendidikan Tinggi yang mencatat bahwa jenis kelamin perempuan menjadi kelompok jenis kelamin yang paling banyak mengenyam pendidikan di tingkat diploma dan sarjana di Indonesia (Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, n.d.).



Tabel 1. Jenis Kelamin



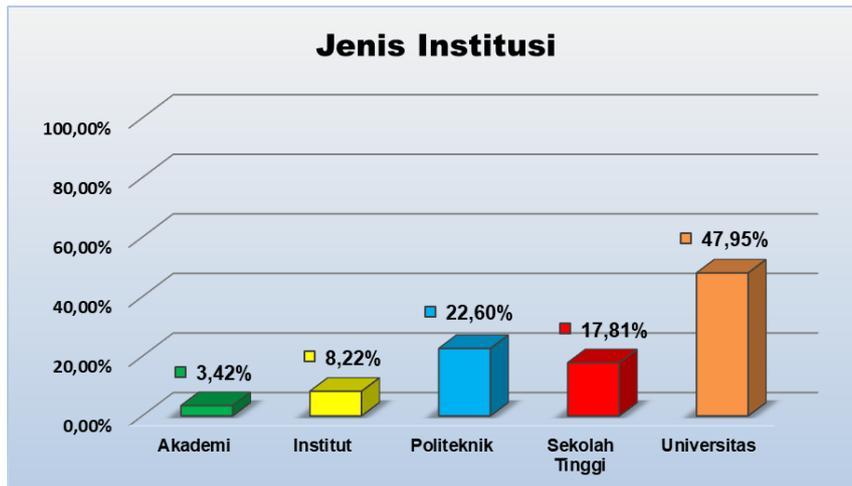
Tabel 2. Usia

Penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas responden berasal dari kelompok usia 20 tahun dengan persentase sebesar 50,68%. Kemudian, diikuti oleh 28,77% usia 21 tahun; 13,01% usia 19 tahun; 4,11% usia 22 tahun; dan 3,42% usia 23 tahun.



Tabel 3. Rumpun Ilmu Jurusan/ Program Studi

Sebagaimana yang ditetapkan dalam penelitian, penelitian ini menggunakan *quota sampling*, menyeimbangkan responden antara rumpun Sains dan Teknologi (Sainstek) dengan Sosial dan Humaniora (Soshum).



Tabel 4. Jenis Institusi

Adapun jenis institusi yang ikut serta dalam penelitian ini didominasi oleh mahasiswa yang berasal dari universitas dengan persentase sebesar 47,95%. Sementara itu, mahasiswa politeknik menjadi terbanyak kedua dengan persentase 22,60%, sekolah tinggi sebesar 17,81%, institut 8,22%, dan akademi sebesar 3,42%.



Tabel 5. Jenjang Pendidikan

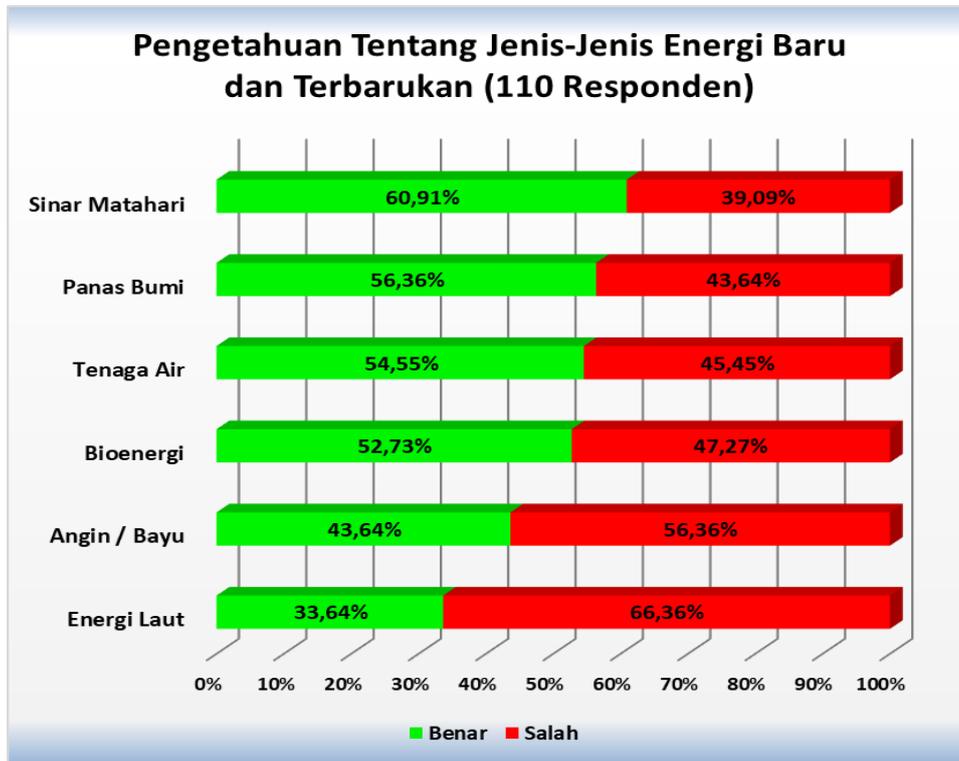
Jenjang pendidikan dalam penelitian ini didominasi oleh kelompok sarjana (S1), dengan persentase sebesar 62,33%. Sementara itu, kelompok diploma (D1-D4) sebanyak 37,67% responden.

Pengetahuan Mahasiswa Terhadap EBT



Tabel 6. Pengetahuan tentang EBT

Penelitian ini menunjukkan bahwa sebanyak 75,34% mahasiswa Sumatera Utara mengetahui EBT, sedangkan 24,66% lainnya mengaku tidak mengetahui EBT.



Tabel 7. Pengetahuan tentang Jenis-Jenis EBT

Namun demikian, persentase mahasiswa Sumatera Utara yang mengetahui EBT terbilang cukup besar tetapi tidak diimbangi dengan pengetahuan terhadap jenis-jenis EBT. Berdasarkan *Outlook Energi Indonesia 2019* (Dewan Energi Nasional, 2019: 6), setidaknya ada enam jenis energi yang menjadi potensi energi terbarukan di Indonesia, di antaranya tenaga air, panas bumi, bioenergi, surya, angin, dan energi laut.

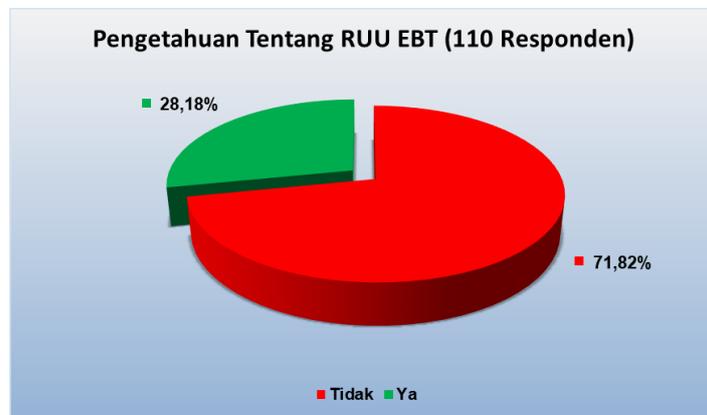
Butir pertanyaan yang ditujukan kepada 75,34% responden yang mengetahui EBT menemukan bahwa sinar matahari sebagai jenis energi yang paling banyak diketahui oleh mahasiswa, dengan persentase sebesar 60,91%. Sementara itu, energi laut menjadi jenis energi yang paling sedikit diketahui oleh mahasiswa, dengan besaran 33,64%. Hasil selengkapnya, dapat dilihat melalui tabel 7.

Pandangan dan Pengetahuan Mahasiswa Terhadap Kinerja Pemerintah terkait EBT



Tabel 8. Pengetahuan Program Kerja EBT dalam RPJMN 2020-2024

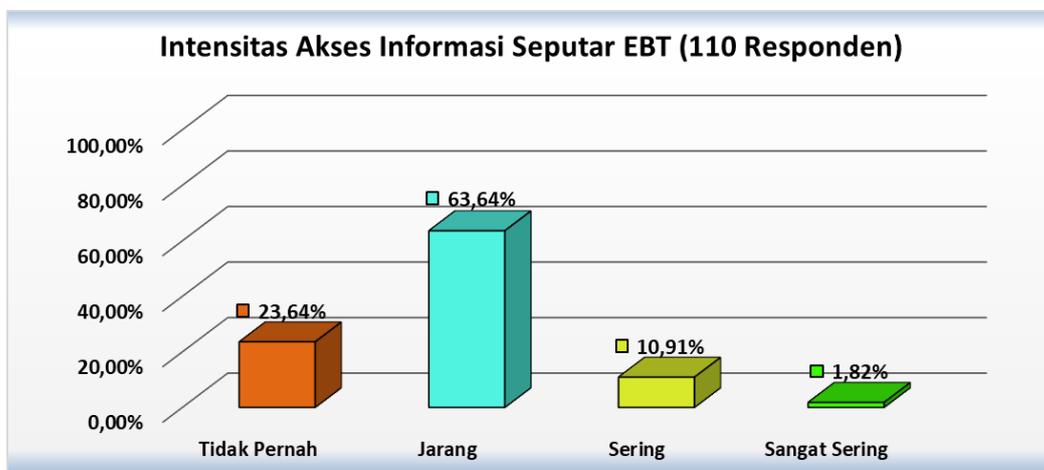
Selanjutnya, dari 75,34% mahasiswa yang mengetahui EBT hanya sedikit dari mereka yang mengetahui bahwa EBT masuk sebagai program kerja pemerintah dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2020-2024. Tercatat, hanya 36,36% mahasiswa Sumatera Utara yang mengetahui adanya program kerja pemerintah dalam mengupayakan terselenggaranya EBT di era pemerintahan Presiden Joko Widodo. Sementara itu, 63,64% lainnya tidak mengetahui bahwa EBT masuk sebagai program kerja prioritas pemerintahan saat ini.



Tabel 9. Pengetahuan Tentang RUU EBT

Masih terkait kinerja pemerintah, Rancangan Undang-Undang tentang EBT (RUU EBT) menjadi salah satu upaya pemerintah dalam menata potensi sumber energi nasional (Dewan Perwakilan Rakyat, 2021). RUU EBT pertama kali diusulkan oleh Ketua Komisi VII DPR RI, Sugeng Suparwoto, pada tanggal 17 Desember 2019 (Dewan Perwakilan Rakyat, 2019).

Temuan pada penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa tidak mengetahui perihal perumusan RUU EBT, layaknya program kerja pemerintah pusat terkait EBT dalam RPJMN 2020-2024. Sebanyak 28,18% yang mengetahui perumusan RUU EBT, sedangkan 71,82% tidak mengetahui perihal RUU EBT tersebut.



Tabel 10. Intensitas Akses Informasi Seputar EBT

Temuan berikutnya, terkait akses informasi seputar EBT mayoritas mahasiswa di Sumatera Utara mengaku jarang mengakses informasi seputar EBT. Sebesar 63,64% mahasiswa berada pada taraf jarang dalam mengakses informasi seputar EBT, dilanjutkan dengan 23,64% responden yang sama sekali tidak pernah mengakses

informasi, walaupun mengetahui apa itu EBT. Hasil dari temuan penelitian terkait akses informasi seputar EBT dapat dilihat pada Tabel 10.

Penilaian Kinerja Pemerintah Pusat Terkait Kampanye EBT			
Nilai	Frekuensi	Persentase	Total Nilai
0	5	4,55%	0
1	3	2,73%	3
2	7	6,36%	14
3	15	13,64%	45
4	17	15,45%	68
5	32	29,09%	160
6	6	5,45%	36
7	17	15,45%	119
8	3	2,73%	24
9	3	2,73%	27
10	2	1,82%	20
Total	110	100%	516
Nilai Rata-Rata			4,69

Tabel 11. Penilaian Kinerja Terhadap Pemerintah Pusat

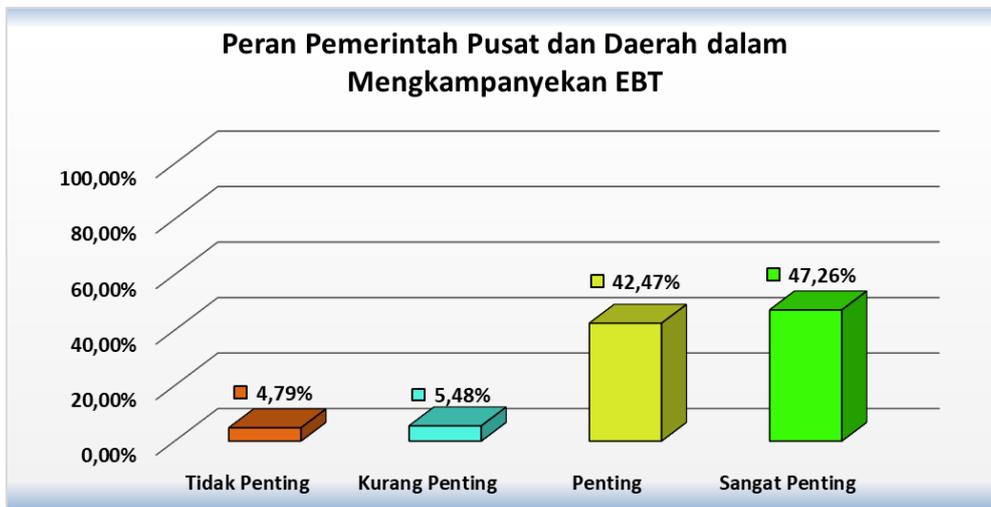
Terhadap mahasiswa yang mengetahui EBT, kinerja pemerintah pusat dalam mengkampanyekan EBT mendapatkan nilai rata-rata sebesar 4,69. Mayoritas dari mereka memberikan nilai 5 kepada kinerja pemerintah pusat dalam menjalankan fungsi dan program kerjanya dalam rangka meyukseskan kampanye EBT. Apabila mengacu kepada Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia (Permen-PANRB) Nomor 14 Tahun 2017, nilai rata-rata Indeks Kepuasan Masyarakat terhadap pemerintah pusat oleh mahasiswa Provinsi Sumatera Utara, mendapatkan nilai mutu pelayanan dengan huruf D dengan kategori kinerja unit “Tidak Baik” (Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara Dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia, 2017).

Penilaian Kinerja Pemerintah Daerah Terkait Kampanye EBT			
Nilai	Frekuensi	Persentase	Total Nilai
0	1	0,91%	0
1	14	12,73%	14
2	11	10,00%	22
3	12	10,91%	36
4	25	22,73%	100
5	20	18,18%	100
6	8	7,27%	48
7	10	9,09%	70
8	7	6,36%	56
9	1	0,91%	9
10	1	0,91%	10
Total	110	100%	465
Nilai Rata-Rata			4,23

Tabel 12. Penilaian Kinerja Terhadap Pemerintah Daerah

Sementara itu, kepada Pemerintah Daerah Provinsi Sumatera Utara, mahasiswa

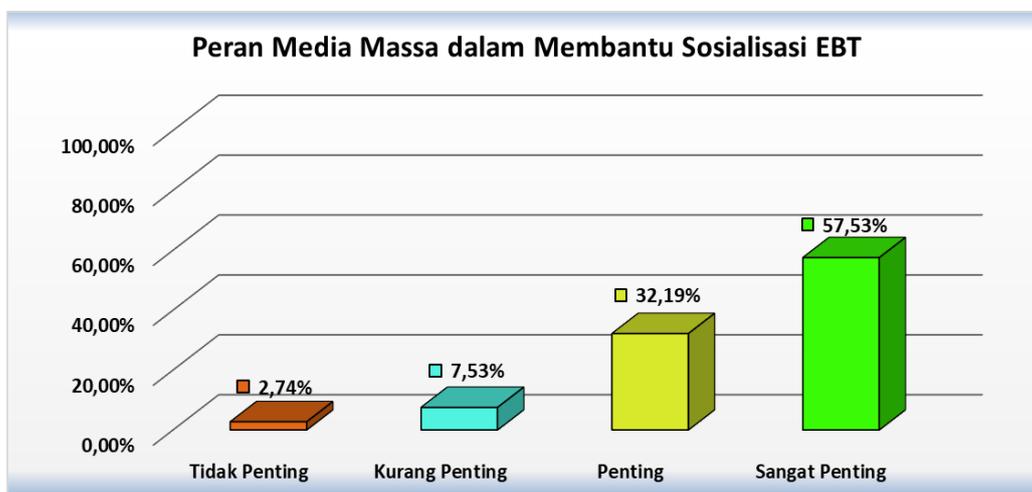
Sumatera Utara memberikan nilai rata-rata paling rendah dibandingkan dengan pemerintah pusat, yakni 4,23. Mayoritas dari responden memberikan nilai 4 terhadap Pemerintah Daerah Sumatera Utara terkait kampanye program EBT yang dilaksanakan di provinsi tersebut. Jika melihat nilai rata-rata berdasarkan Indeks Kepuasan Masyarakat dalam Permen-PANRB Nomor 14 Tahun 2017, nilai rata-rata Indeks Kepuasan Masyarakat yang diperoleh Pemerintah Provinsi Sumatera Utara, memiliki nilai kategori yang sama dengan pemerintah pusat. Nilai mutu pelayanan yang didapatkan adalah Angka D dengan kategori kinerja unit “Tidak Baik” (Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara Dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia, 2017).



Tabel 13. Peran Pemerintah Pusat dan Daerah dalam Mengkampanyekan EBT

Dalam penelitian ini, mayoritas mahasiswa Sumatera Utara menganggap sangat penting bagi pemerintah, baik di tingkat pusat ataupun daerah, untuk menyosialisasikan dan mengkampanyekan potensi EBT. Sebesar 47,26% responden menganggap upaya kampanye oleh pemerintah sangatlah penting, dan 42,74% responden lainnya menganggap upaya tersebut masuk dalam kategori penting. Hasil lainnya dapat dilihat melalui Tabel 13.

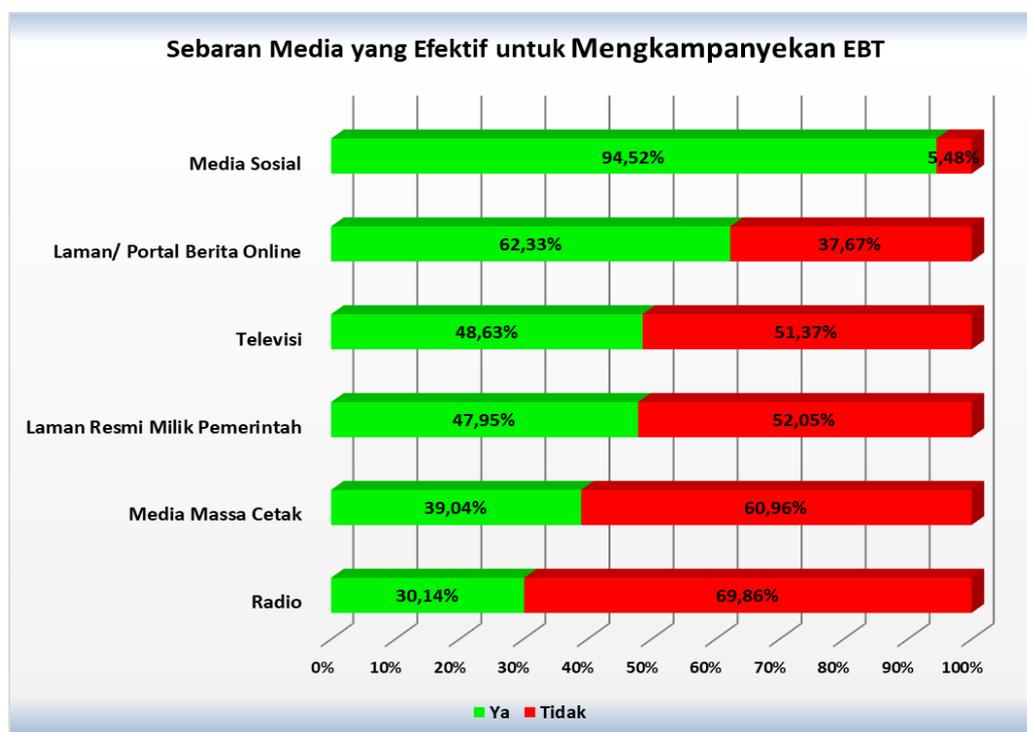
Pandangan Mahasiswa Terhadap Kampanye EBT Melalui Media Massa



Tabel 14. Peran Media Massa dalam Mengkampanyekan EBT

Penyelenggaraan kampanye sendiri tidak serta merta hanya menjadi tugas

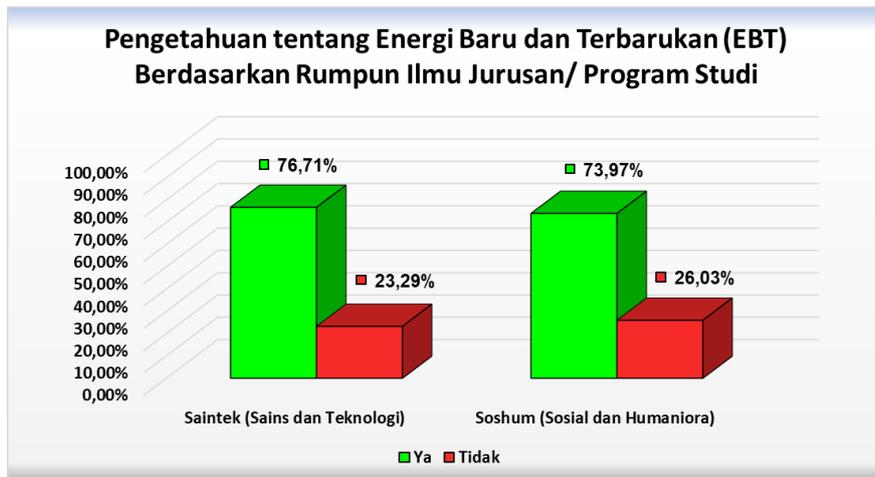
pemerintah semata. Diperlukan pula sinergisitas di dalamnya, baik bersama lembaga swadaya masyarakat maupun media massa. Peran media massa dalam penelitian ini dinilai sangat penting oleh mahasiswa dalam membantu pelaksanaan kampanye atau sosialisasi potensi EBT. Adapun 57,53% responden menyatakan, peran media massa dalam rangka sosialisasi EBT berada pada taraf sangat penting, dilanjutkan dengan 32,19% responden lainnya yang menilai pada taraf penting. Hasil dari temuan terkait peran media massa dalam mengampanyekan EBT, dapat dilihat pada Tabel 14.



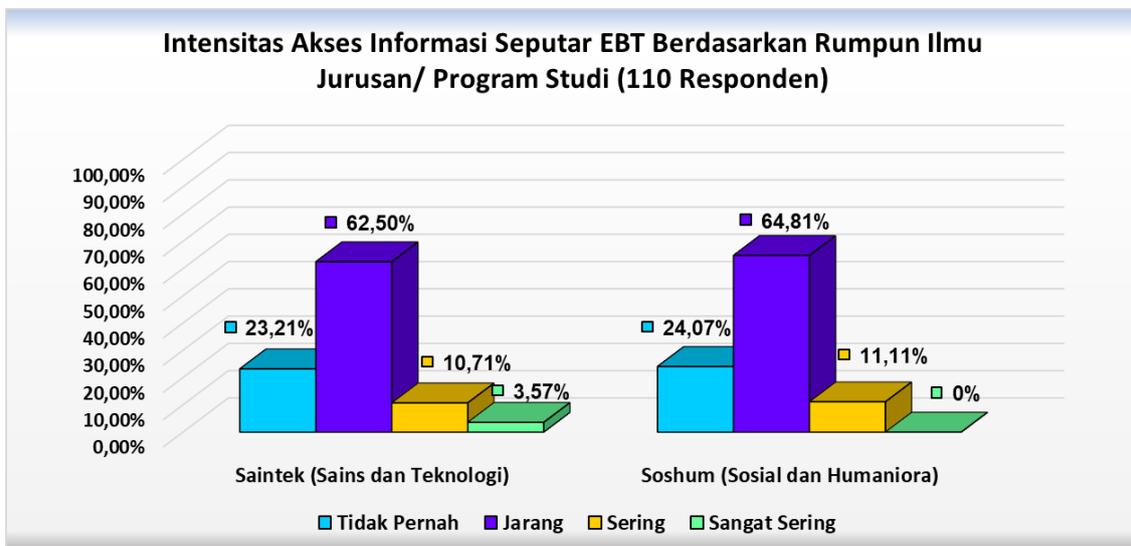
Tabel 15. Sebaran Media yang Dianggap Efektif untuk Kampanye EBT

Selanjutnya, penelitian ini hendak melihat jenis-jenis media apa saja yang dianggap mampu menjadi saluran untuk mengampanyekan topik tentang EBT oleh mahasiswa di Sumatera Utara. Hasilnya, 94,52% responden menganggap bahwa media sosial menjadi salah satu saluran yang paling efektif untuk mengampanyekan EBT. Kemudian, laman portal berita online menjadi tertinggi kedua sebagai saluran yang paling efektif untuk membantu sosialisasi EBT dengan besaran 62,33%. Sementara itu, radio menjadi saluran terendah yang dianggap tidak efektif dengan persentase 69,86% responden, diikuti oleh media massa cetak dengan persentase 60,96%.

Pandangan Mahasiswa Berdasarkan Rumpun Ilmu Jurusan/ Program Studi di Sumatera Utara Terhadap Kampanye EBT



Tabel 16. Pengetahuan tentang EBT Berdasarkan Rumpun Ilmu Jurusan

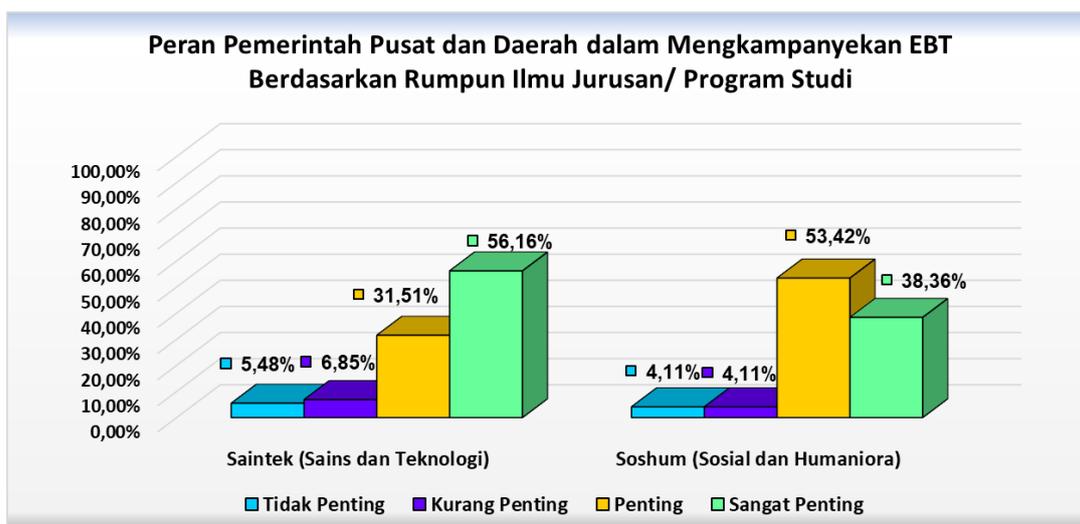


Tabel 17. Intensitas Akses Informasi Seputar EBT Berdasarkan Rumpun Ilmu Jurusan

Apabila dilihat berdasarkan rumpun ilmu dari mahasiswa, tingkat pengetahuan antara rumpun Saintek dan juga Soshum tidak jauh berbeda jika dilihat dari persentasenya. Sebanyak 76,71% mahasiswa Sumatera Utara yang tergabung dalam rumpun ilmu Saintek mengetahui EBT, berbeda sedikit dari rumpun ilmu Soshum yang memiliki persentase sebesar 73,97%. Selengkapnya, hasil tabulasi pengetahuan tentang EBT berdasarkan rumpun ilmu jurusan, dapat dilihat pada Tabel 16.

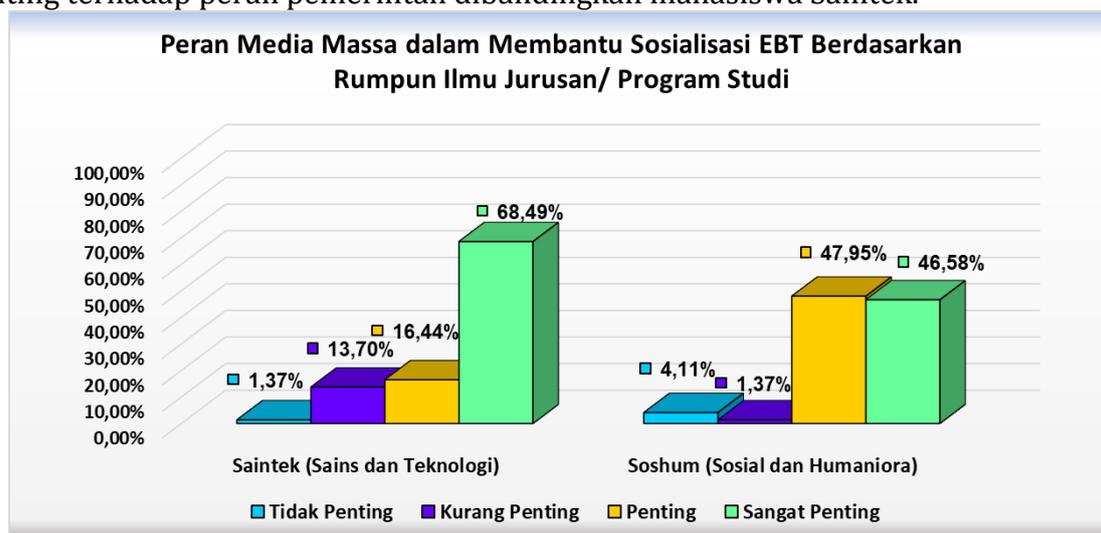
Intensitas akses informasi seputar EBT kepada mahasiswa Sumatera Utara yang mengetahui EBT, apabila dilihat berdasarkan rumpun ilmu jurusan, masuk pada taraf jarang. Hal ini dapat dilihat dari perolehan pada Tabel 17 yang menunjukkan 62,5% mahasiswa Saintek dan 64,81% mahasiswa Soshum yang menyatakan berada pada taraf jarang untuk mengakses informasi seputar EBT. Namun demikian, mahasiswa Saintek terlihat lebih sering untuk mengakses informasi seputar EBT, dengan persentase 10,71% pada taraf sering dan 3,57% pada taraf sangat sering, sedangkan, mahasiswa oshum yang

berada pada taraf sering memiliki persentase 11,11%.



Tabel 18. Pandangan Mahasiswa Terhadap Peran Pemerintah Pusat dan Daerah dalam Mengkampanyekan EBT Berdasarkan Rumpun Ilmu Jurusan

Tabulasi selanjutnya melihat bagaimana pandangan mahasiswa terhadap peran pemerintah di tingkat pusat maupun daerah dalam mengkampanyekan EBT. Kelompok mahasiswa Saintek secara dominan, 56,16% di antaranya menganggap bahwa peran pemerintah terbilang sangat penting dalam mengkampanyekan EBT. Sementara itu, 53,42% mahasiswa Soshum menganggap penting peran pemerintah pusat dan daerah dalam mengkampanyekan EBT. Apabila dikomparasikan antara kedua rumpun ilmu tersebut, kelompok Soshum jauh lebih banyak yang menganggap penting dan sangat penting terhadap peran pemerintah dibandingkan mahasiswa Saintek.



Tabel 19. Peran Media Massa dalam Menyosialisasikan EBT Berdasarkan Rumpun Ilmu Jurusan

Terkait peran media sebagai saluran untuk menyosialisasikan EBT, secara mayoritas dianggap sangat penting oleh 68,49% mahasiswa Saintek. Sementara terhadap mahasiswa Soshum, antara yang menganggap penting dan sangat penting, memiliki persentase yang tidak jauh berbeda, di mana 47,95% menganggap penting dan 46,58% menganggap sangat penting. Walaupun antara mahasiswa Saintek dan Soshum menganggap peran media massa sangatlah penting, namun kelompok Soshum jauh lebih banyak menyatakan penting dan sangat penting peran media massa dalam menyosialisasikan EBT dibandingkan kelompok Saintek.

Pembahasan

Penelitian yang dilakukan terhadap mahasiswa Sumatera Utara, sebagai bagian dari representasi generasi muda tersebut, seolah menunjukkan bahwa masih sangat banyak catatan terhadap realisasi kebijakan EBT di Indonesia. Sebut saja dari segi pengetahuan mengenai potensi EBT, tidak sedikit dari kalangan muda yang tidak mengetahui EBT. Tercatat pada penelitian ini, 24,66% mahasiswa Sumatera Utara belum mengetahui EBT. Meskipun tidak tergolong besar, hal ini menjadi catatan bahwa tidak sedikit generasi muda yang berstatus sebagai mahasiswa belum mengetahui EBT. Bahkan, dari hasil tabulasi antara kelompok Saintek dan Soshum, memiliki perbandingan pengetahuan yang tidak jauh berbeda terhadap EBT.

Tidak hanya tingkat pengetahuan terhadap EBT, ada pula yang mengetahui EBT, tetapi tidak mengetahui apa saja jenis-jenis potensi energi dasar dari EBT. Penelitian ini mencatat bahwa potensi energi sinar matahari menjadi jenis sumber energi yang paling banyak diketahui oleh mahasiswa dengan persentase 60,91%. Sementara itu, energi laut menjadi potensi energi yang paling sedikit diketahui oleh mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa edukasi terkait pengetahuan dasar seputar EBT juga masih sangat sedikit diperoleh mahasiswa, baik mereka yang berada pada rumpun ilmu Saintek ataupun Soshum.

Potensi EBT yang ada di Indonesia digadang-gadang dapat menjadi langkah untuk menciptakan kemandirian dan kedaulatan energi nasional, sehingga mampu menyumbang penurunan emisi dan juga perubahan iklim. Adapun langkah yang diambil selain memberikan edukasi tentang EBT adalah menciptakan dan mengimplementasikan kebijakan terkait EBT (Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan, 2021). Namun, dalam penelitian ini sangat disayangkan bahwa mayoritas mahasiswa tidak mengetahui bahwa EBT masuk ke dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) Tahun 2020-2024. Bahkan, mayoritas dari mahasiswa juga tidak mengetahui bahwa pemerintah melalui Dewan Perwakilan Rakyat sedang mematangkan aturan berupa RUU EBT. Minimnya pengetahuan tersebut juga tidak terlepas dari akses informasi terhadap pemberitaan seputar EBT.

Hal ini menunjukkan bahwa salah satu isu penting seputar lingkungan hidup, secara khusus EBT, masih belum terlalu digaungkan oleh pemerintah. Hal ini juga seolah bertolak belakang dengan upaya pemerintah yang hendak menyukseskan penerapannya, dengan memberikan edukasi kepada masyarakat luas. Isu ini seolah berlalu begitu saja dengan minimnya sorotan dari masyarakat, khususnya pemerintah. Tidak mengherankan bahwa mahasiswa yang mengetahui EBT memberikan catatan buruk kepada upaya pemerintah pusat maupun di daerah. Di sini, pemerintah perlu lebih lagi memperbaiki performanya, khususnya dalam 43 langkah mengedukasikan kepada masyarakat luas, sehingga masyarakat dapat mengambil andil untuk memberikan tanggapan ataupun mengkritisi setiap kebijakan yang hendak diterbitkan oleh pemerintah. Edukasi ini tidak hanya dikhususkan kepada mereka yang berada pada bidang ahli Saintek yang beberapa di antaranya bersinggungan langsung dengan penerapan EBT, tetapi juga kepada mereka yang berada pada bidang ilmu Soshum.

Menjawab beberapa catatan yang diberikan kepada pemerintah secara khusus, mahasiswa pada rumpun ilmu Saintek ataupun Soshum di Sumatera Utara beranggapan bahwa peran penting pemerintah dalam mengampanyekan EBT sangatlah diperlukan. Mereka juga menganggap bahwa peran media massa sebagai medium untuk dapat menyosialisasikan pengetahuan ataupun kebijakan terkait EBT juga tidak dapat dipandang sebelah mata. Peran media massa dalam menyosialisasikan EBT sangat memungkinkan untuk dapat menyentuh setiap lapisan usia masyarakat (Perrin, 2015), sehingga sinergisitas antara pemerintah, baik kepada perusahaan media ataupun jenis-jenis saluran media itu sendiri, sangat diperlukan guna menyukseskan kampanye yang

dirancang.

Terkait media yang efektif untuk mengedukasi ataupun mengampanyekan kebijakan terkait EBT, mahasiswa Sumatera Utara berpendapat bahwa media sosial dapat menjadi saluran yang paling efektif dibandingkan portal berita *online*, rilis pemerintah, ataupun media siar. Hal tersebut tidak terlepas dari karakteristik mahasiswa yang mayoritas tergolong sebagai generasi Z, terbilang sangat aktif untuk menggunakan media sosial dan masuk pada kategori *addicted users*, yang menggunakan media sosial lebih dari 7 jam dalam sehari (Alvara Research Center, 2020). Di sini, pemerintah harus mampu berupaya memaksimalkan berbagai inovasi kampanye, sehingga mampu memberikan daya tarik kepada generasi muda untuk mempelajari betapa pentingnya edukasi seputar EBT atau bahkan mengambil bagian dalam kampanye tersebut secara sukarela. Media sosial dapat menjadi salah satu medium yang memungkinkan pengguna serta komunitas untuk mengkreasikan, berkolaborasi, dan mengedit berbagai jenis konten (Kaplan & Haenlein, 2010).

Kesimpulan

Penelitian yang menyoar kepada mahasiswa Sumatera Utara ini menemukan bahwa upaya pemerintah dalam mengedukasi dan mengampanyekan EBT masih belum maksimal. Hal tersebut terlihat dari masih minimnya pengetahuan mahasiswa, baik tentang EBT itu sendiri, maupun, upaya-upaya kebijakan yang telah disusun oleh pemerintah di tingkat pusat maupun daerah. Di samping itu, tingkat kepuasan mahasiswa di Sumatera Utara terhadap kinerja pemerintah pusat dan daerah masuk pada kategori Tidak Baik, yang artinya masih banyak pembenahan yang harus dilakukan untuk membuka cakrawala masyarakat muda dan menyukseskan kebijakan EBT di Indonesia.

Penelitian ini juga menemukan bahwa peran pemerintah sangat diperlukan dalam mengampanyekan isu EBT. Di samping itu, peran media massa, khususnya media sosial juga tidak kalah pentingnya untuk menyosialisasikan EBT. Hal ini tentu menjadi catatan penting bagi pemerintah secara khusus agar dapat berinovasi terhadap kampanye ataupun sosialisasi yang hendak dijalankan dengan tetap melibatkan peran media massa di dalamnya.

Referensi

- Agustina, S. (2021, Februari 8). *Generasi Z dan Y Dominasi Media Daring*. Harian Kompas. Diakses dari <https://www.kompas.id/baca/riset/2021/02/08/generasi-z-dan-y-dominasi-media-daring>.
- Allagui, I., & Breslow, H. (2016). Social media for public relations: Lessons from four effective cases. *Public Relations Review*, Vol. 42, Issue 1, Hlm. 20-30. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2015.12.001>.
- Alvara Research Center. (2020). *Catatan Akhir Tahun Alvara 2020*. Jakarta, DKI: Penulis. <http://alvara-strategic.com/wp-content/uploads/2020/12/Catatan-Akhir-Tahun-Alvara-2020.pdf>.
- Anindarini, G. (2020). *Problema Transisi Energi di Indonesia: Antara Energi Baru dan Energi Terbarukan*. Indonesian Center for Environmental Law. Diunduh dari https://icel.or.id/wp-content/uploads/Seri-Analisis-Transisi-Energi-1-Problematika-Energi-Baru-dan-Energi-Terbarukan-ICEL_opt.pdf.
- Antaraneews. (2016, Mei 15). *Pemerintah Canangkan Kampanye Hemat Energi 10 Persen*. Diakses dari <https://www.antaraneews.com/berita/560911/pemerintah-canangkan-kampanye-hemat-energi-10-persen>.
- Avicenna, F., & Febriani, N.S. (2021). Consumer Behavior as a Potential Acceptance of Renewable Energy Source in Indonesia. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana*
-

- Komunikasi Indonesia*, Vol. 6 (1), Hlm. 86-95. DOI: <http://dx.doi.org/10.25008/jkiski.v6i1.525>.
- Badan Perencanaan Pembangunan Nasional. (2019). *Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional 2020-2024* (Edisi Revisi 18 Juli 2019). Diunduh dari https://www.bappenas.go.id/files/rpjmn/Narasi%20RPJMN%20IV%202020-2024_Revisi%2018%20Juli%202019.pdf.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Utara. (2021). *Provinsi Sumatera Utara dalam Angka*. Medan: Penulis. Diunduh dari <https://sumut.bps.go.id/publication/2021/02/26/e93c46a1e30092ec491ec8a9/provinsi-sumatera-utara-dalam-angka-2021.html>
- Barker, M.S., Barker, D., Bormann, N.F., & Neher, K. (2013). *Social Media Marketing: A Strategic Approach*. South-Western: Cengage Learning.
- Dewan Energi Nasional. (2019). *Outlook Energi Indonesia 2019*. Jakarta: Penulis. Diunduh dari <https://www.esdm.go.id/assets/media/content/content-outlook-energi-indonesia-2019-bahasa-indonesia.pdf>.
- Dewan Energi Nasional. (2020). *Bauran Energi Nasional 2020*. Jakarta: Penulis. Diunduh dari <https://filesharing.den.go.id/index.php/s/mRSni5lOQAUzv3R/download>.
- Dewan Perwakilan Rakyat. (2019). *RUU tentang Energi Baru dan Terbarukan*. Diakses dari <https://www.dpr.go.id/uu/detail/id/406>.
- Dewan Perwakilan Rakyat. (2020). *Pengembangan EBT: Capaian dan Dampaknya Terhadap Ekonomi dan Lingkungan*. Diunduh dari <https://berkas.dpr.go.id/puskajianggaran/analisis-ringkas-cepat/public-file/analisis-ringkas-cepat-public-23.pdf>.
- Dewan Perwakilan Rakyat. (2021, September 13). *RUU EBT Jadi Upaya Penataan Potensi Sumber Energi Nasional*. Diakses dari <https://www.dpr.go.id/berita/detail/id/34621/t/RUU+EBT+Jadi+Upaya+Penataan+Potensi+Sumber+Energi+Nasional>.
- Dewi, M., & Hadiwijaya, M.M., (2016). Perencanaan Komunikasi Pemerintah Kota Palembang dalam Kampanye Program Palembang EMAS (Elok, Madani, Aman, Sejahtera). *Jurnal Komunikasi*, Vol. 10(2), 117-132. DOI: <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol10.iss2.art2>.
- Dunia Energi. (2020, Desember 09). *Salip Revisi UU Migas, Komisi VII DPR Pastikan UU EBT Terbit Tahun Depan*. Diakses dari <https://www.dunia-energi.com/salip-revisi-uu-migas-komisi-vii-dpr-pastikan-uu-ebt-terbit-tahun-depan/>.
- Harian Bhirawa. (2014, Agustus 18). *Media Alat Kampanye Ampuh Hemat Energi*. Diakses dari <https://www.harianbhirawa.co.id/media-alat-kampanye-ampuh-hemat-energi/>.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of SocialMedia. *Business Horizons*, 53(1), 59-68. DOI: 10.1016/j.bushor.2009.09.003.
- Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan. (2021, Juli 01). *Sinergi Energi dan Perubahan Iklim* (Nomor: SP.210/HUMAS/PP/HMS.3/07/2021). Diakses dari <http://ppid.menlhk.go.id/berita/siaran-pers/6033/sinergi-energi-dan-perubahan-iklim>.
- Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara Dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia. (2017). *Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia Tentang Pedoman Penyusunan Survei Kepuasan Masyarakat Unit Penyelenggara Pelayanan Publik* (Nomor 14 Tahun 2017). Diunduh dari <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Download/123385/PERMENPAN%20NOMOR%2014%20TAHUN%202017.pdf>.
-

- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. (n.d.). *Pangkalan Data Pendidikan Tinggi: Mahasiswa*. Diakses dari <https://pddikti.kemdikbud.go.id/mahasiswa>.
- Kementerian Perindustrian. (2020). *Penyediaan Energi Listrik Dukung Pertumbuhan Industri*. Diakses dari <https://www.kemenperin.go.id/artikel/22105/Penyediaan-Energi-Listrik-Dukung-Pertumbuhan-Industri>.
- Khaeron, E.H. (2020, Februari 25). *Urgensi Undang-Undang Energi Baru dan Terbarukan di Indonesia*. Pusat Studi Hukum Energi & Pertambangan. Diunduh dari <https://pushep.or.id/wp-content/uploads/2020/04/Urgensi-UU-Energi-Baru-dan-Terbarukan-di-Indonesia-Kahmi.pdf>.
- Lee, K., Caverlee, J., Cheng, Z., & Sui, D.Z. (2014). Campaign extraction from social media. *ACM Transactions on Intelligent Systems and Technology*, Vol. 5(1), Article 9, Hlm. 1-28. DOI: <https://doi.org/10.1145/2542182.2542191>.
- Liliweri, A. (2011). *Komunikasi: Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana.
- Panasbuminews. (2019, April 04). *Ketua Umum ADPPI Hasanuddin: Energi Terbarukan Jawaban Atas Tantangan Kedaulatan Energi*. Diakses dari <https://www.panasbuminews.com/berita/ketua-umum-adppi-hasanuddin-energi-terbarukan-jawaban-atas-tantangan-kedaulatan-energi/>.
- Permana, F.Y. (2017). Perempuan dalam Kampanye Antikorupsi. *Jurnal ASPIKOM*, Vol. 3(3), Hlm. 399-413. DOI: <http://dx.doi.org/10.24329/aspikom.v3i3.142>.
- Perrin, A. (2015, Oktober 08). *Social Media Usage: 2005-2015*. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/internet/2015/10/08/social-networking-usage-2005-2015/>.
- Prabowo, A., & Arofah, K. (2017). Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Sosialisasi Kebijakan Penyiaran Digital. *Jurnal ASPIKOM*, Vol. 3(2). Hlm. 256-269. Diunduh dari <http://www.jurnalaspikom.org/index.php/aspikom/article/download/132/108>.
- Rajagukguk, M. (2020). *Kampanye Covid-19 oleh Generasi Z, Mengapa Tidak?*. Dalam Zahara, C.R., Mustaqin, H., & Amelia, K. (Eds.), *Minda Mahasiswa Indonesia Seri VI: Cara Publik Berdamai dengan Covid-19* (Hlm. 270-275). Aceh: Syiah Kuala University Press.
- Sentosa, A.R., & Rochana, E. (2012). Efektifitas Sosialisasi Kebijakan Pemerintah Kota Bandar Lampung Tentang Waktu Pembuangan Sampah Sebagai Upaya Menciptakan Kebersihan Lingkungan (Studi pada Kelurahan Sepang Jaya Kota Bandar Lampung). *SOSIOLOGI: Jurnal Ilmiah Kajian Ilmu Sosial dan Budaya*, Vol. 4(1), 1-9. Diakses dari <http://jurnalsosiologi.fisip.unila.ac.id/index.php/jurnal/article/view/103>.
- Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi. *Cakrawala : Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika*, Vol. 16(2). Diakses dari <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawala/article/download/1283/1055>.
- Situmeang, I.V.O., & Sugianto, A.S. (2017). The Identification of Persuasive Message Campaign "Wonderful Indonesia 2015". *Jurnal ASPIKOM*, Vol. 3(3), Hlm. 520-538. DOI: <http://dx.doi.org/10.24329/aspikom.v3i3.106>.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Edisi ke-2). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, & Susanto, A. (2017). *Cara Mudah Belajar SPSS dan LISREL : Teori dan Aplikasi untuk Analisis Data Penelitian* (Edisi ke-1). Bandung: Alfabeta.
- United Nations. *Ensure access to affordable, reliable, sustainable and modern energy for all*. Diakses dari <https://sdgs.un.org/goals/goal7>.
- Untarni, F.A., & Rahman, Y. (2016). Perancangan Kampanye Sosial Meningkatkan Minat Baca Anak Melalui Bapusipda di Kota Bandung. *Demandia-Jurnal Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain dan Periklanan*, Vol. 1(2), Hlm. 134-145. DOI: <https://doi.org/10.25124/demandia.v1i02.277>.
-

Venus, A. (2019). *Manajemen Kampanye: Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi Publik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

We are Social & Hootsuite. (2021, Februari 11). *Digital 2021: Indonesia*. Diakses dari <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>.

<https://www.sdg2030indonesia.org/>,