

## ABSTRAK

Tahun 2013, bencana ekologis di Indonesia meningkat sampai 293%, disebabkan eksploitasi hutan untuk industri ekstraktif, milik beberapa pejabat di pemerintahan. 2014 adalah tahun politik, dengan adanya Pileg dan Pilpres. Walhi melakukan pemberdayaan komunikasi lingkungan hidup kepada caleg/parpol dan kandidat pilpres. Walhi mengusung Platform Gerakan Politik Lingkungan Hidup, agar calon wakil rakyat dan pemimpin yang terpilih akan memproduksi kebijakan yang pro lingkungan hidup. Tujuan penelitian untuk memahami tujuan pemberdayaan, strategi, hambatan dan pola komunikasi lingkungan hidup Walhi pada Pemilu 2014. Tipe penelitian bersifat deskriptif kualitatif dengan paradigma konstruktivis. Metode penelitian yang digunakan studi kasus dengan teknik pengambilan data melalui wawancara dan studi literatur. Penelitian ini menggunakan teori komunikasi lingkungan hidup dari Robert Cox dan model komunikasi relevansi dari Ulrich Nitsch. Hasil penelitian menunjukkan strategi pemberdayaan komunikasi lingkungan hidup Walhi pada pemilu 2014 bertujuan mendorong calon pemimpin legislatif dan eksekutif agar ketika terpilih berkomitmen memproduksi kebijakan pro lingkungan hidup. Strategi dilakukan dengan cara melobi Caleg/Parpol dan Kandidat Pilpres, *media relations* dan sinergi LSM. Hambatannya adalah isu-isu di lapangan. Pola komunikasinya melibatkan Caleg/Parpol dan Kandidat Pilpres dengan perbedaan pada respon.

**Kata kunci:** Strategi; Komunikasi Lingkungan Hidup; Pemilu; Walhi

## ABSTRACT

*In 2013, ecological disasters in Indonesia increased to 293%, due to forest exploitation for extractive industries, which owned by some officials in the government. 2014 is a political year, with the holding of two elections, i.e. legislative and presidential elections. Walhi held an environmental communication to the legislative candidates/political parties and the presidential candidates. The research aim is to understand the purpose of empowerment, strategies, barriers and environmental communication patterns of Walhi in the 2014's election. The research type is descriptive-qualitative with the constructivist paradigm and case study design with data collection techniques through interviews and literature studies. This study uses the theory of environmental communication from R. Cox and communication models "relevance" of U. Nitsch. The results showed an empowerment strategy Walhi of environmental communication on the 2014's elections aimed to push candidates for legislative and executive leaders to produce pro-environmental policies. The strategy done through lobbies with legislative candidates/political parties and the presidential candidates, media relations and cooperate with other NGOs. The obstacles encountered political issues in the field. Communication patterns for stakeholders were difference in the response.*

**Keywords:** Strategy; Environmental Communication; Elections; Walhi