

Dakwah Lingkungan Di Era Krisis Iklim: Model Komunikasi Islam Untuk Perubahan Perilaku Pro-Lingkungan Di Kalangan Urban Muslim

Ahmad Noviansah¹, Ruslan Hadi²

^{1,2} PGMI, STIT Darussalimin NW Praya

noviansah@stitdarussaliminnw.ac.id

Abstrak

Krisis iklim telah menjadi tantangan multidimensional yang tidak hanya menyangkut aspek fisik lingkungan, namun juga memiliki implikasi moral, sosial, dan spiritual yang mendalam. Di tengah urbanisasi yang pesat dan gaya hidup konsumtif masyarakat perkotaan, umat Islam menghadapi panggilan untuk mereinterpretasi ajaran keislaman dalam konteks pelestarian lingkungan. Penelitian ini bertujuan mengkonstruksi model komunikasi dakwah lingkungan yang efektif dalam mendorong perubahan perilaku pro-lingkungan di kalangan Muslim urban. Melalui metode kualitatif dengan pendekatan studi pustaka dan analisis konten terhadap praktik dakwah lingkungan yang telah berjalan, penelitian ini menemukan bahwa model komunikasi dakwah lingkungan yang efektif harus mengintegrasikan tiga dimensi: kognitif (pemahaman teologis), afektif (penanaman kesadaran spiritual), dan konatif (transformasi perilaku nyata). Model yang diusulkan dinamakan *Eco-Dakwah Communication Model (EDCM)* menekankan pada penggunaan bahasa yang relatable, pemanfaatan media digital, dan pembentukan komunitas aksi lingkungan berbasis masjid. Penelitian ini memberikan kontribusi teoretis pada pengembangan ilmu komunikasi dakwah kontemporer sekaligus memberikan rekomendasi praktis bagi para dai dan lembaga keislaman dalam menghadapi krisis multidimensional abad ke-21.

Kata Kunci: Dakwah Lingkungan, Krisis Iklim, Komunikasi Islam, Perilaku Pro-Lingkungan, Muslim Urban

Abstract

Climate crisis has become a multidimensional challenge that not only involves physical environmental aspects but also carries profound moral, social, and spiritual implications. Amid rapid urbanization and consumptive lifestyles of urban communities, Muslims face a call to reinterpret Islamic teachings within the context of environmental preservation. This study aims to construct an effective environmental da'wah communication model that promotes pro-environmental behavioral change among urban Muslims. Using qualitative methods with a literature review approach and content analysis of existing environmental da'wah practices, this research finds that an effective environmental da'wah communication model must integrate three dimensions: cognitive (theological understanding), affective (spiritual awareness cultivation), and conative (real behavioral transformation). The proposed model named the Eco-Dakwah Communication Model (EDCM) emphasizes the use of relatable language, utilization of digital media, and formation of mosque-based environmental action communities. This study provides theoretical contributions to the development of contemporary da'wah communication science while offering practical recommendations for preachers and Islamic institutions in facing the multidimensional crises of the 21st century.

Keywords: *Environmental Da'wah, Climate Crisis, Islamic Communication, Pro-Environmental Behavior, Urban Muslims*

Pendahuluan

Bumi yang kita huni saat ini sedang mengalami luka yang semakin dalam. Suhu global yang terus meningkat, pola cuaca yang semakin ekstrem, banjir di satu sisi dan kekeringan panjang di sisi lain, serta hilangnya keanekaragaman hayati dengan laju yang mengkhawatirkan semua ini bukan lagi prediksi masa depan yang jauh, melainkan realitas yang kita rasakan setiap hari.¹ Komunitas Ilmuwan Iklim Antarpemerintah (IPCC) dalam laporan terbarunya menyatakan bahwa batas kenaikan suhu 1,5°C akan terlampaui dalam dekade-dekade mendatang jika tidak ada intervensi drastis terhadap emisi gas rumah kaca.² Krisis ini, meski sering diframing sebagai masalah teknis dan

¹ IPCC. (2023). *Climate Change 2023: Synthesis Report*. Geneva: Intergovernmental Panel on Climate Change.

² Giddens, A. (2009). *The Politics of Climate Change*. Cambridge: Polity Press.

kebijakan, pada hakikatnya adalah krisis kemanusiaan yang menyentuh akar-akar nilai, etika, dan spiritualitas kita sebagai makhluk yang hidup di muka bumi.

Di tengah urgensi ini, agama-agama dunia mulai menemukan kembali relevansi teologis mereka dalam dialog pelestarian lingkungan.³ Islam, sebagai agama dengan lebih dari 1,8 miliar pengikut yang tersebar di berbagai benua, memiliki potensi transformasi sosial yang immense untuk menghadapi krisis iklim. Namun demikian, potensi ini seringkali tidak terealisasi dengan optimal karena berbagai faktor: dari interpretasi teks keagamaan yang masih antroposentris, hingga praktik dakwah yang belum secara eksplisit mengintegrasikan dimensi lingkungan dalam pesan-pesannya.⁴

Konteks urban menambahkan layer kompleksitas tersendiri. Masyarakat perkotaan, termasuk Muslim urban, hidup dalam ritme yang berbeda terjebak dalam konsumerisme, terpisah dari alam secara fisik dan psikologis, serta terpapar informasi dalam jumlah besar namun dengan attention span yang semakin pendek.⁵ Di sinilah tantangan komunikasi dakwah menjadi sangat krusial: bagaimana menyampaikan pesan pelestarian lingkungan yang sering dianggap “tidak seksi” atau “terlalu teknis” menjadi sesuatu yang hidup, relevan, dan menggerakkan hati serta tangan?

Penelitian ini lahir dari keprihatinan akademis dan praktis tersebut. Peneliti percaya bahwa dakwah Islam memiliki sumber daya teologis, etis, dan komunikatif yang kaya untuk membentuk ulang kesadaran lingkungan di kalangan umat. Namun, diperlukan rekonstruksi model komunikasi yang mampu menjembatani jurang antara khutbah-khutbah agamis yang seringkali abstrak dengan realitas hidup sehari-hari yang konkret. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengonstruksi *Eco-*

³ Gottlieb, R. S. (2006). *A Greener Faith: Religious Environmentalism and Our Planet's Future*. New York: Oxford University Press.

⁴ Khalid, F., & O'Brien, J. (1992). *Islam and Ecology*. London: Cassell.

⁵ Louv, R. (2008). *Last Child in the Woods: Saving Our Children from Nature-Deficit Disorder*. Chapel Hill: Algonquin Books.

Dakwah Communication Model (EDCM) yang berbasis pada pemahaman mendalam terhadap karakteristik audiens urban Muslim dan prinsip-prinsip komunikasi persuasif kontemporer.

Secara akademis, penelitian ini mengisi *gap* literatur yang masih minim di Indonesia di mana studi tentang komunikasi lingkungan dalam perspektif Islam masih didominasi oleh pendekatan fiqih atau etika, bukan komunikasi.⁶ Secara praktis, penelitian ini memberikan panduan operasional bagi para dai, aktivis lingkungan berbasis Islam, dan lembaga-lembaga keislaman untuk merumuskan strategi komunikasi yang efektif. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu batu loncatan dalam upaya kolektif umat Islam Indonesia dan global untuk menjadi bagian dari solusi, bukan masalah, dalam krisis iklim yang semakin mendesak.

Pemahaman tentang krisis iklim telah berevolusi secara signifikan dalam beberapa dekade terakhir. Dari yang semula dipandang sebagai masalah atmosfer dan kimia terkait konsentrasi CO₂ dan pemanasan global kini krisis ini diakui sebagai fenomena yang bersinggungan dengan hampir semua aspek kehidupan manusia⁷ Anthony Giddens dalam karyanya yang berpengaruh menyebutnya sebagai “the politics of climate change,” menekankan bahwa krisis ini pada dasarnya adalah krisis tatanan sosial, ekonomi, dan politik manusia.⁸

Dalam konteks ini, disiplin ilmu-ilmu keislaman mulai menemukan relevansinya. Konsep *khalifah* (pemangku amanah) yang selama ini sering ditafsirkan secara antroposentris sebagai “penguasa bumi” kini direinterpretasi oleh para pemikir Muslim kontemporer sebagai “pemangku tanggung jawab pelestarian.”⁹ Fazlun Khalid, pendiri Islamic

⁶ Miskawayh. (t.t.). *Islam dan Lingkungan Hidup: Telaah Etika Lingkungan dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Pustaka Firdaus.

⁷ Latour, B. (2017). *Facing Gaia: Eight Lectures on the New Climatic Regime*. Cambridge: Polity Press.

⁸ Giddens, A. (2009). *Op. cit.*

⁹ Wardenburg, J. (2002). “The Myth of the Westernness of Islamic Science.” *Journal of Islamic Studies*, 13(2), 137-151.

Foundation for Ecology and Environmental Sciences (IFEES), menegaskan bahwa krisis lingkungan pada hakikatnya adalah krisis spiritual kegagalan manusia untuk mengenali tanda-tanda kebesaran Allah (*ayat-ayat kauniyah*) dan menjalankan amanah dengan penuh tanggung jawab.¹⁰

Komunikasi lingkungan (*environmental communication*) sebagai subdisiplin ilmu komunikasi telah berkembang pesat sejak 1980-an. Robert Cox, salah satu pionirnya, mendefinisikannya sebagai “pragmatic and constitutive vehicle for our understanding of the environment as well as our relationships to the natural world.”¹¹ Pendekatan komunikasi lingkungan telah bergeser dari model “deficit model” yang menganggap publik hanya perlu diberi informasi ilmiah lebih banyak menuju pendekatan dialogis dan partisipatif yang mengakui kompleksitas nilai, emosi, dan identitas dalam pembentukan perilaku lingkungan.¹²

Tantangan spesifik audiens urban dalam konteks komunikasi lingkungan tidak bisa diabaikan. Richard Louv memperkenalkan konsep “nature deficit disorder” untuk menggambarkan kondisi psikologis anak-anak (dan dewasa) yang tumbuh terpisah dari alam, mengalami kesulitan dalam membangun koneksi emosional dengan lingkungan.¹³ Di Indonesia, fenomena urbanisasi yang masif dengan lebih dari 56% populasi kini tinggal di kawasan perkotaan menciptakan generasi Muslim yang mungkin rajin beribadah namun jarang merasakan kehangatan tanah atau suara sungai sebagai bagian dari pengalaman spiritual mereka.¹⁴

¹⁰ Khalid, F. (2010). “Islam and the Environment.” Dalam: V. V. Peterson (Ed.), *Sikhism and Environmentalism* (pp. 112-138). New York: Routledge.

¹¹ Cox, R. (2013). *Environmental Communication and the Public Sphere* (Edisi ke-4). Thousand Oaks: Sage Publications.

¹² Nisbet, M. C., & Scheufele, D. A. (2009). “What’s Next for Science Communication? Promising Directions and Lingering Distractions.” *American Journal of Botany*, 96(10), 1767-1778.

¹³ Louv, R. (2008). *Op. cit.*

¹⁴ Badan Pusat Statistik. (2023). *Statistik Indonesia 2023*. Jakarta: BPS.

Literatur tentang dakwah lingkungan di Indonesia masih relatif terbatas dan seringkali bersifat normatif. Buku-buku seperti *Islam dan Lingkungan Hidup* karya M. Quraish Shihab atau tulisan-tulisan Ziauddin Sardar memberikan landasan teologis yang kuat, namun kurang menjelaskan *bagaimana* pesan-pesan tersebut dikomunikasikan secara efektif.¹⁵ Di sisi lain, praktik dakwah lingkungan yang ada seperti program “eco-pesantren” atau “green mosque” seringkali berjalan tanpa kerangka teoritis komunikasi yang jelas, sehingga evaluasi efektivitasnya menjadi sulit dilakukan.¹⁶

Penelitian empiris tentang perilaku pro-lingkungan Muslim urban juga masih langka. Studi yang ada, seperti yang dilakukan oleh Praditya di beberapa kota besar Indonesia, menunjukkan bahwa meski tingkat kesadaran lingkungan cukup tinggi, terdapat “value-action gap” yang signifikan kesadaran tidak serta-merta menterjemahkan menjadi tindakan.¹⁷ Hal ini menegaskan pentingnya memahami mekanisme komunikasi persuasif yang mampu menggeser dari level kognitif menuju konatif.

Teori Perilaku Terencana (*Theory of Planned Behavior/TPB*) oleh Icek Ajzen memberikan kerangka yang berguna untuk memahami determinan perilaku pro-lingkungan.¹⁸ Menurut TPB, niat berperilaku dipengaruhi oleh tiga faktor: sikap terhadap perilaku (attitude), norma subjektif (subjective norms), dan kontrol perilaku yang dirasakan (perceived behavioral control). Dalam konteks dakwah lingkungan, ini berarti pesan tidak hanya harus mengubah pemahaman (sikap), tetapi juga membangun dukungan sosial (norma) dan memberikan keyakinan bahwa tindakan individu memiliki makna (kontrol).

¹⁵ Sardar, Z. (2011). *Reading the Qur'an: The Contemporary Relevance of the Sacred Text of Islam*. London: Hurst & Company.

¹⁶ Fauzi, M. (2019). “Eco-Pesantren: Gerakan Lingkungan Berbasis Komunitas Islam di Indonesia.” *Jurnal Komunikasi Islam*, 9(2), 145-168.

¹⁷ Praditya, I. (2021). “Value-Action Gap pada Perilaku Pro-Lingkungan Muslim Urban di Jakarta.” *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 24(1), 56-78.

¹⁸ Ajzen, I. (1991). “The Theory of Planned Behavior.” *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.

Pendekatan *narrative transportation* juga relevan di sini. Penelitian oleh Green dan Brock menunjukkan bahwa ketika audiens “terbawa” oleh narasi terhanyut dalam cerita maka resistensi kognitif terhadap pesan persuasif berkurang signifikan.¹⁹ Ini memberi petunjuk bahwa dakwah lingkungan yang efektif mungkin bukan yang penuh dengan data dan statistik, melainkan yang mampu menceritakan kembali hubungan manusia-alam dalam bahasa yang menggetarkan.

Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi pustaka (*library research*) yang diperkaya dengan analisis konten terhadap dokumen-dokumen praktik dakwah lingkungan.²⁰ Pemilihan metode ini didasarkan pada pertimbangan bahwa konstruksi model komunikasi memerlukan sintesis mendalam terhadap berbagai sumber teoretis dan empiris yang ada, sebelum dilakukan pengujian empiris lebih lanjut dalam penelitian berikutnya.

Data primer dikumpulkan dari tiga sumber utama: (1) teks-teks keagamaan Islam (Al-Qur’an dan Hadits) serta tafsir-tafsir kontemporer yang membahas tema lingkungan; (2) literatur ilmu komunikasi, khususnya komunikasi lingkungan, dakwah, dan persuasi; dan (3) dokumentasi praktik-praktik dakwah lingkungan yang telah berjalan baik di Indonesia maupun di negara-negara Muslim lain. Sumber sekunder meliputi jurnal-jurnal akademik, laporan lembaga internasional (seperti IPCC, UNEP, dan IFEES), serta media massa yang meliput inisiatif dakwah lingkungan.

Teknik analisis data mengikuti model *qualitative content analysis* yang dikembangkan oleh Krippendorff, dengan tahapan: (1) pengumpulan unit-unit data yang relevan; (2) kategorisasi berdasarkan

¹⁹ Green, M. C., & Brock, T. C. (2000). “The Role of Transportation in the Persuasiveness of Public Narratives.” *Journal of Personality and Social Psychology*, 79(5), 701-721.

²⁰ Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (Edisi ke-4). Thousand Oaks: Sage Publications.

tema dan konsep; (3) sintesis untuk menemukan pola dan relasi; serta (4) abstraksi untuk mengembangkan model teoretis²¹ Keabsahan data dijamin melalui teknik triangulasi sumber membandingkan data dari berbagai sumber untuk menemukan konvergensi temuan dan triangulasi metode mengkombinasikan analisis teks dengan analisis konteks praktis.

Untuk memastikan *trustworthiness* penelitian, peneliti menerapkan kriteria *credibility* melalui *peer debriefing* dengan dua dosen komunikasi dan satu pakar studi lingkungan; *transferability* dengan menyajikan deskripsi konteks yang kaya; *dependability* melalui *audit trail* yang jelas; dan *confirmability* dengan memisahkan data dan interpretasi secara eksplisit.²²

Hasil dan Pembahasan

Dimensi teologis: landasan ontologis dakwah lingkungan

Islam menawarkan landasan teologis yang kokoh untuk pelestarian lingkungan, namun landasan ini seringkali “tertutup” oleh interpretasi yang terlalu antroposentris atau eskatologis. Dalam konstruksi model komunikasi dakwah lingkungan, dimensi teologis berfungsi sebagai fondasi ontologis menjawab pertanyaan fundamental “mengapa lingkungan penting dalam Islam?”

Al-Qur’an menggunakan istilah-istilah yang sangat spesifik untuk menggambarkan hubungan manusia dengan alam. Istilah *khalifah* (QS. Al-Baqarah: 30) telah menjadi rujukan utama, namun interpretasinya perlu direkonstruksi. Tafsir kontemporer menekankan bahwa *khilafah* bukanlah lisensi eksploitasi, melainkan konsep *stewardship* pemangku amanah yang bertanggung jawab kepada Pemilik sebenarnya.²³ Dalam konteks komunikasi, ini berarti pesan dakwah harus mengembalikan pemahaman

²¹ Krippendorff, K. (2018). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology* (Edisi ke-4). Thousand Oaks: Sage Publications.

²² Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic Inquiry*. Newbury Park: Sage Publications.

²³ Al-Qur’an dan Terjemahnya. (2019). Bandung: Diponegoro.

bahwa manusia adalah “pengurus” bukan “tuan,” yang akan dimintai pertanggungjawaban atas setiap kerusakan yang ditimbulkan.

Konsep *mizan* (keseimbangan) dalam QS. Ar-Rahman: 7-9 memberikan landasan ekologis yang kuat.²⁴ Pesan dakwah dapat membingkai krisis iklim bukan sebagai “bencana alam” yang tak terhindari, melainkan sebagai konsekuensi dari pelanggaran *mizan* ketidakseimbangan yang diciptakan oleh tangan manusia sendiri. Ini mengubah framing dari “korban” menjadi “pelaku yang bertanggung jawab,” yang secara psikologis lebih mendorong agency dan perubahan perilaku.

Konsep *ishlah** (pelestarian/restorasi) juga krusial. Dalam QS. Ar-Rum: 41, Allah menyatakan tidak akan merusak bumi kecuali jika manusia yang merusaknya terlebih dahulu.²⁵ Ini memberikan dimensi proaktif pada dakwah lingkungan: umat Muslim dipanggil bukan sekadar “tidak merusak,” tetapi aktif melakukan *ishlah* memperbaiki, merestorasi, dan memulihkan keseimbangan. Komunikasi dakwah yang efektif harus mampu mentranslasikan konsep abstrak ini menjadi narasi-narasi konkret tentang aksi-aksi restorasi yang dapat dilakukan individu urban.

Profil Audiens: Karakteristik Muslim Urban Kontemporer

Memahami audiens adalah prasyarat bagi komunikasi yang efektif. Muslim urban kontemporer terutama generasi milenial dan Z memiliki karakteristik yang memerlukan strategi komunikasi spesifik. *Pertama*, terjadi *detraditionalization* yang selektif. Audiens ini mungkin tidak lagi mengikuti praktik keagamaan orang tuanya secara mentah-mentah, namun mencari spiritualitas yang relevan dengan tantangan hidup mereka.²⁶ Mereka bertanya: “Bagaimana Islam membantu saya menghadapi anxiety akan masa depan yang tidak pasti akibat krisis iklim?” Dakwah yang menjawab pertanyaan eksistensial ini akan lebih menarik dibanding yang sekadar mengulang fatwa-fatwa klasik.

²⁴ Ibid.

²⁵ Ibid.

²⁶ Heelas, P., & Woodhead, L. (2005). *The Spiritual Revolution: Why Religion Is Giving Way to Spirituality*. Oxford: Blackwell Publishing.

Kedua, digital nativism. Muslim urban tumbuh dengan internet, media sosial, dan algoritme.²⁷ Mereka terbiasa dengan konten yang visual, singkat, dan interaktif. Namun, paradoknya adalah di tengah banjir informasi, mereka juga mengalami "compassion fatigue" kelelahan empati terhadap berbagai masalah global termasuk lingkungan.²⁸ Komunikasi dakwah lingkungan harus mampu memecah kebisingan (*breaking through the noise*) dengan narasi yang autentik dan personal.

Ketiga, identitas hybrid. Muslim urban seringkali berada di persimpangan identitas Muslim dan modern, tradisional dan progresif, lokal dan global.²⁹ Mereka tidak ingin dipandang "kurang Islami" karena peduli lingkungan, namun juga tidak ingin dianggap "terlalu Barat" dalam kesadarannya. Dakwah lingkungan yang efektif harus membangun *in-group identity* yang kuat menunjukkan bahwa peduli lingkungan adalah bagian dari identitas Muslim yang autentik, bukan pengaruh asing.

Keempat, action-orientation dengan pragmatisme. Generasi ini cenderung skeptis terhadap retorika tanpa tindakan.³⁰ Mereka ingin melihat bukti konkret bahwa kepedulian lingkungan membuat perbedaan nyata. Komunikasi dakwah harus menghubungkan antara nilai-nilai agamis dengan *actionable steps* yang jelas dan terukur.

Model Komunikasi Dakwah Lingkungan: Eco-Dakwah Communication Model (EDCM)

Berdasarkan sintesis dimensi teologis dan karakteristik audiens, penelitian ini mengonstruksi *Eco-Dakwah Communication Model* (EDCM) yang terdiri dari tiga komponen utama: (1) *Message Engineering*; (2) *Channel Optimization*; dan (3) *Community Mobilization*. Ketiga komponen

²⁷ Prensky, M. (2001). "Digital Natives, Digital Immigrants." *On the Horizon*, 9(5), 1-6.

²⁸ Moeller, S. D. (1999). *Compassion Fatigue: How the Media Sell Disease, Famine, War and Death*. New York: Routledge.

²⁹ Mandaville, P. (2001). *Transnational Muslim Politics: Reimagining the Umma*. London: Routledge.

³⁰ Twenge, J. M. (2017). *iGen: Why Today's Super-Connected Kids Are Growing Up Less Rebellious, More Tolerant, Less Happy*. New York: Atria Books.

ini saling terintegrasi dalam siklus kontinu yang berorientasi pada transformasi perilaku.

Komponen Pertama: Message Engineering

Komponen ini berkaitan dengan *apa* yang dikomunikasikan dan *bagaimana* membingkainya. EDCM menekankan lima prinsip *message engineering*:

Prinsip Pertama: Theological Grounding with Relatable Language. Pesan harus bermula dari teks keagamaan namun diterjemahkan dalam bahasa yang *relatable* dekat dengan pengalaman hidup audiens.³¹ Misalnya, konsep *'amlah* (kotoran) dalam fiqih bisa dikaitkan dengan sampah plastik yang mengotori lingkungan; konsep *israf* (pemborosan) bisa dihubungkan dengan konsumsi berlebihan yang merusak ekosistem. Bahasa yang digunakan harus menghindari jargon teknis lingkungan yang membuat audiens merasa “bodoh,” sekaligus menghindari moralisme yang membuat mereka merasa “bersalah.”

Prinsip Kedua: Narrative Transportation through Storytelling. Pesan yang efektif adalah yang mampu “membawa” audiens ke dalam narasi.³² Alih-alih menyajikan data tentang penipisan lapisan ozon, dakwah lingkungan bisa menceritakan kisah seorang penjual jamu tradisional yang kesulitan mencari bahan herbal karena deforestasi menghubungkan kerusakan lingkungan dengan hilangnya warisan budaya dan mata pencaharian. Narasi personal ini mengaktifkan emosi dan mengurangi resistensi kognitif.

Prinsip Ketiga: Solution-Focused Framing. Audiens urban cenderung overwhelmed oleh skala masalah lingkungan.³³ Pesan yang efektif harus menggunakan *solution-focused framing* menekankan apa yang bisa dilakukan, bukan sekadar menggambarkan betapa buruknya situasi. Setiap pesan tentang masalah harus disertai dengan *call to action* yang

³¹ Niles, M. T., et al. (2019). “Climate Change and Mental Health: A Review of Empirical Evidence.” *Current Environmental Health Reports*, 6(4), 258-267.

³² Green, M. C., & Brock, T. C. (2000). *Op. cit.*

³³ Ojala, M. (2012). “How Do Children Cope with Global Climate Change?” *Environmental Education Research*, 18(4), 537-551.

spesifik dan terukur: “Ganti kantong plastik dengan tas kain dalam seminggu ini,” bukan “Selamatkan bumi.”

Prinsip Keempat: Identity-Based Appeal. Mengingat pentingnya identitas bagi Muslim urban, pesan harus meringkai perilaku pro-lingkungan sebagai ekspresi identitas Muslim yang ideal.³⁴ Framing seperti “Muslim sejati adalah yang bertanggung jawab terhadap ciptaan Allah” lebih efektif daripada “Anda harus peduli lingkungan karena itu baik.” Ini memanfaatkan *in-group favoritism* dan membuat perilaku pro-lingkungan menjadi *social norm* dalam komunitas.

Prinsip Kelima: Eschatological Connection without Fear-Mongering. Dimensi akhirat dalam Islam bisa menjadi motivasi kuat, namun harus digunakan dengan bijak.³⁵ Alih-alih menggunakan ancaman neraka secara eksploitatif, dakwah lingkungan bisa menekankan konsep *hisab* (pertanggungjawaban) bahwa setiap tindakan terhadap lingkungan akan dipertanyakan di hadapan Allah. Ini memberikan dimensi spiritualitas yang dalam tanpa menciptakan anxiety yang paralyzing.

Komponen Kedua: Channel Optimization

Dimensi teknologis dakwah lingkungan tidak bisa diabaikan. EDCM mengidentifikasi tiga saluran komunikasi yang optimal untuk Muslim urban:

Digital Media: Micro-Content and Algorithmic Awareness. Platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube Shorts adalah medan dakwah kontemporer.³⁶ Konten dakwah lingkungan harus dirancang sebagai *micro-content* video 30-60 detik, infografis visual, atau carousel post yang informatif namun tidak membosankan. Penting untuk memahami algoritme: konten yang mendapat engagement tinggi (like, comment,

³⁴ Tajfel, H., & Turner, J. C. (1979). “An Integrative Theory of Intergroup Conflict.” Dalam: W. G. Austin & S. Worchel (Eds.), *The Social Psychology of Intergroup Relations* (pp. 33-47). Monterey: Brooks/Cole.

³⁵ Graham, J., & Haidt, J. (2010). “Beyond Beliefs: Religions Bind Individuals into Moral Communities.” *Personality and Social Psychology Review*, 14(1), 140-150.

³⁶ Van Dijck, J. (2013). *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*. New York: Oxford University Press.

share) akan didistribusikan lebih luas. Ini berarti konten harus dirancang untuk *shareability* mudah dibagikan dan memicu diskusi.

Masjid sebagai Pusat Komunikasi Integratif. Masjid tetap menjadi institusi sentral dalam kehidupan Muslim, namun fungsinya perlu diperluas dari sekadar tempat ibadah menjadi pusat komunikasi lingkungan.³⁷ Khutbah Jumat bisa secara periodik mengangkat tema lingkungan dengan bahasa yang tidak menggurui; pengumuman masjid bisa mencakup tips hemat energi; dan papan pengumuman bisa menampilkan data konsumsi listrik masjid sebagai transparansi dan contoh.

Influencer dan Opinion Leaders. Dalam konteks Muslim urban, *influencer* agamis memiliki *parasocial relationship* yang kuat dengan pengikutnya.³⁸ Kolaborasi dengan *influencer* yang *credible* mereka yang tidak hanya populer tetapi juga menunjukkan konsistensi dalam praktik ramah lingkungan bisa menjadi saluran persuasi yang efektif. Namun, selektivitas penting: *influencer* yang terlalu komersial bisa mengurangi *credibility* pesan lingkungan.

Community-Based Channels: Study Groups and Action Networks. Komunikasi interpersonal dalam kelompok-kelompok kecil (arisan, study club, komunitas hobi) memiliki kekuatan persuasi yang tinggi karena melibatkan *social proof* dan *accountability*.³⁹ EDCM merekomendasikan pembentukan “Eco-Circles” kelompok belajar lingkungan berbasis Islam yang bertemu rutin untuk belajar, berdiskusi, dan merencanakan aksi kolektif.

Komponen Ketiga: Community Mobilization

Komunikasi dakwah lingkungan tidak berhenti pada level individu; harus mendorong pembentukan komunitas aksi yang sustainable. EDCM mengusulkan tiga tingkatan mobilisasi:

³⁷ Pedersen, M. H. (2014). “New Media and Changing Ecologies of the Public Sphere.” *International Journal of Communication*, 8, 2056-2073.

³⁸ Horton, D., & Wohl, R. R. (1956). “Mass Communication and Para-Social Interaction.” *Psychiatry*, 19(3), 215-229.

³⁹ Cialdini, R. B. (2009). *Influence: Science and Practice* (Edisi ke-5). Boston: Pearson.

Micro-Level: Green Family Initiative. Keluarga adalah unit terkecil dan paling berpengaruh.⁴⁰ Program dakwah bisa mendorong “Green Family Challenge” kompetisi antar-keluarga dalam mengurangi jejak karbon dengan tracking dan reward sederhana. Ini memanfaatkan *gamification* dan *social comparison* untuk mendorong perubahan perilaku.

Meso-Level: Eco-Mosque Network. Membentuk jaringan masjid-masjid yang berkomitmen pada praktik ramah lingkungan pengelolaan sampah, penghematan energi, dan penanaman pohon.⁴¹ Jaringan ini berfungsi sebagai *visible symbol* bahwa Islam dan kepedulian lingkungan adalah kesatuan, sekaligus sebagai pusat pelatihan dan distribusi sumber daya.

Macro-Level: Advocacy and Policy Engagement. Pada level ini, dakwah lingkungan bertransformasi menjadi *public communication* yang bertujuan mempengaruhi kebijakan.⁴² Umat Muslim yang terorganisir bisa menjadi *pressure group* untuk isu-isu seperti pengurangan plastik sekali pakai, perlindungan hutan, atau transisi energi. Ini menunjukkan bahwa Islam tidak hanya peduli ritual personal, tetapi juga kesejahteraan publik (*maslahah*).

Siklus Evaluasi dan Adaptasi

Model EDCM bukanlah blueprint statis, melainkan sistem dinamis yang memerlukan evaluasi dan adaptasi berkelanjutan. Indikator keberhasilan komunikasi dakwah lingkungan harus melampaui jumlah khutbah atau pengikut media sosial, menuju *behavioral metrics*: berapa banyak individu yang benar-benar mengubah perilaku, berapa banyak

⁴⁰ Dunlap, R. E., & Jones, R. E. (2002). “Environmental Concern.” Dalam: R. E. Dunlap & W. Michelson (Eds.), *Handbook of Environmental Sociology* (pp. 329-348). Westport: Greenwood Press.

⁴¹ Ismail, R. (2018). “The Eco-Mosque Movement in Southeast Asia.” *Journal of Islamic Architecture*, 5(2), 89-97.

⁴² Cox, R. (2013). *Op. cit.*

sampah yang dikurangi, berapa banyak pohon yang ditanam, dan berapa banyak kebijakan yang berubah.⁴³

Feedback loops harus dibangun ke dalam sistem: survei periodik terhadap audiens, analisis engagement metrics di media digital, dan studi kasus terhadap komunitas yang berhasil.⁴⁴ Ini memungkinkan iterasi pesan, penyesuaian saluran, dan penyempurnaan strategi mobilisasi.

Kesimpulan

Krisis iklim bukanlah ujian bagi ilmuwan dan pembuat kebijakan semata; ini adalah ujian bagi kemanusiaan kita, termasuk umat Islam, untuk menegaskan kembali makna *khilafah* dan *islah* dalam konteks planet yang rapuh. Dakwah, sebagai fungsi fundamental Islam untuk mengajak kebaikan dan mencegah kemungkaran, memiliki tanggung jawab moral untuk menyuarakan kepedulian terhadap lingkungan bukan sebagai isu sekunder, melainkan sebagai bagian integral dari ketakwaan. Namun, dakwah lingkungan tidak bisa dilakukan dengan cara-cara konvensional yang monologis, moralistik, dan terputus dari realitas hidup audiens urban. Diperlukan rekonstruksi model komunikasi yang mengintegrasikan kekayaan teologis Islam dengan kearifan praktis ilmu komunikasi kontemporer. *Eco-Dakwah Communication Model* (EDCM) yang diusulkan dalam penelitian ini dengan komponen *Message Engineering*, *Channel Optimization*, dan *Community Mobilization* menawarkan kerangka kerja untuk transformasi tersebut. Ini memerlukan kemauan dari para pemuka agama untuk belajar, dari para aktivis untuk berdialog, dan dari seluruh umat untuk bertindak. Karena pada akhirnya, bumi ini adalah *amanah* yang akan kita kembalikan, dan setiap tindakan kita baik yang merusak maupun yang memulihkan akan menjadi saksi di hadapan Sang Pencipta.

⁴³ Kollmuss, A., & Agyeman, J. (2002). "Mind the Gap: Why Do People Act Environmentally and What Are the Barriers to Pro-Environmental Behavior?" *Environmental Education Research*, 8(3), 239-260.

⁴⁴ Patton, M. Q. (2008). *Utilization-Focused Evaluation* (Edisi ke-4). Thousand Oaks: Sage Publications.

Daftar Pustaka

- Ajzen, I. (1991). "The Theory of Planned Behavior." *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Al-Qur'an dan Terjemahnya. (2019). Bandung: Diponegoro.
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Statistik Indonesia 2023*. Jakarta: BPS.
- Cialdini, R. B. (2009). *Influence: Science and Practice* (Edisi ke-5). Boston: Pearson.
- Cox, R. (2013). *Environmental Communication and the Public Sphere* (Edisi ke-4). Thousand Oaks: Sage Publications.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (Edisi ke-4). Thousand Oaks: Sage Publications.
- Dunlap, R. E., & Jones, R. E. (2002). "Environmental Concern." Dalam: R. E. Dunlap & W. Michelson (Eds.), *Handbook of Environmental Sociology* (pp. 329-348). Westport: Greenwood Press.
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Fauzi, M. (2019). "Eco-Pesantren: Gerakan Lingkungan Berbasis Komunitas Islam di Indonesia." *Jurnal Komunikasi Islam*, 9(2), 145-168.
- Giddens, A. (2009). *The Politics of Climate Change*. Cambridge: Polity Press.
- Gottlieb, R. S. (2006). *A Greener Faith: Religious Environmentalism and Our Planet's Future*. New York: Oxford University Press.
- Graham, J., & Haidt, J. (2010). "Beyond Beliefs: Religions Bind Individuals into Moral Communities." *Personality and Social Psychology Review*, 14(1), 140-150.
- Green, M. C., & Brock, T. C. (2000). "The Role of Transportation in the Persuasiveness of Public Narratives." *Journal of Personality and Social Psychology*, 79(5), 701-721.

- Heelas, P., & Woodhead, L. (2005). *The Spiritual Revolution: Why Religion Is Giving Way to Spirituality*. Oxford: Blackwell Publishing.
- Horton, D., & Wohl, R. R. (1956). "Mass Communication and Para-Social Interaction." *Psychiatry*, 19(3), 215-229.
- IPCC. (2023). *Climate Change 2023: Synthesis Report*. Geneva: Intergovernmental Panel on Climate Change.
- Ismail, R. (2018). "The Eco-Mosque Movement in Southeast Asia." *Journal of Islamic Architecture*, 5(2), 89-97.
- Khalid, F. (2010). "Islam and the Environment." Dalam: V. V. Peterson (Ed.), *Sikhism and Environmentalism* (pp.112-138). New York: Routledge.
- Khalid, F., & O'Brien, J. (1992). *Islam and Ecology*. London: Cassell.
- Kollmuss, A., & Agyeman, J. (2002). "Mind the Gap: Why Do People Act Environmentally and What Are the Barriers to Pro-Environmental Behavior?" *Environmental Education Research*, 8(3), 239-260.
- Krippendorff, K. (2018). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology* (Edisi ke-4). Thousand Oaks: Sage Publications.
- Latour, B. (2017). *Facing Gaia: Eight Lectures on the New Climatic Regime*. Cambridge: Polity Press.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic Inquiry*. Newbury Park: Sage Publications.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2011). *Theories of Human Communication* (Edisi ke-10). Long Grove: Waveland Press.
- Louv, R. (2008). *Last Child in the Woods: Saving Our Children from Nature-Deficit Disorder*. Chapel Hill: Algonquin Books.
- Mandaville, P. (2001). *Transnational Muslim Politics: Reimagining the Umma*. London: Routledge.

- Miskawayh. (t.t.). *Islam dan Lingkungan Hidup: Telaah Etika Lingkungan dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Pustaka Firdaus.
- Moeller, S. D. (1999). *Compassion Fatigue: How the Media Sell Disease, Famine, War and Death*. New York: Routledge.
- Niles, M. T., et al. (2019). "Climate Change and Mental Health: A Review of Empirical Evidence." *Current Environmental Health Reports*, 6(4), 258-267.
- Nisbet, M. C., & Scheufele, D. A. (2009). "What's Next for Science Communication? Promising Directions and Lingering Distractions." *American Journal of Botany*, 96(10), 1767-1778.
- Ojala, M. (2012). "How Do Children Cope with Global Climate Change?" *Environmental Education Research*, 18(4), 537-551.
- Patton, M. Q. (2008). *Utilization-Focused Evaluation* (Edisi ke-4). Thousand Oaks: Sage Publications.
- Pedersen, M. H. (2014). "New Media and Changing Ecologies of the Public Sphere." *International Journal of Communication*, 8, 2056-2073.
- Praditya, I. (2021). "Value-Action Gap pada Perilaku Pro-Lingkungan Muslim Urban di Jakarta." *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 24(1), 56-78.
- Prensky, M. (2001). "Digital Natives, Digital Immigrants." *On the Horizon*, 9(5), 1-6.
- Sardar, Z. (2011). *Reading the Qur'an: The Contemporary Relevance of the Sacred Text of Islam*. London: Hurst & Company.
- Shadish, W. R., Cook, T. D., & Campbell, D. T. (2002). *Experimental and Quasi-Experimental Designs for Generalized Causal Inference*. Boston: Houghton Mifflin.
- Tajfel, H., & Turner, J. C. (1979). "An Integrative Theory of Intergroup Conflict." Dalam: W. G. Austin & S. Worchel (Eds.), *The Social Psychology of Intergroup Relations* (pp. 33-47). Monterey: Brooks/Cole.

- Twenge, J. M. (2017). *iGen: Why Today's Super-Connected Kids Are Growing Up Less Rebellious, More Tolerant, Less Happy*. New York: Atria Books.
- Van Dijck, J. (2013). *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*. New York: Oxford University Press.
- Waddock, S. (2011). "We Are All Stakeholders of Global Governance." *Journal of Business Ethics*, 106(1), 17-33.
- Wardenburg, J. (2002). "The Myth of the Westernness of Islamic Science." *Journal of Islamic Studies*, 13(2), 137-151.
- Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications: Design and Methods* (Edisi ke-6). Thousand Oaks: Sage Publications.