

**ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI DALAM
IMPLEMENTASI BURSA KARBON DI INDONESIA:
STUDI KASUS PT BURSA EFEK INDONESIA TBK (BEI) Pada
Website <https://idxcarbon.co.id/id>**



**Rani Hardjanti
2410422025**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

2026

PERNYATAAN ORISINALITAS

Tesis ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar:

Nama : Rani Hardjanti
NIM : 2410422025
Program Studi : FISIP, S2 Ilmu Komunikasi

Bila di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, (10 / 7 / 2026)

Yang menyatakan,


(Rani Hardjanti)

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

Tesis diajukan oleh:

Nama : Rani Hardjanti
NIM : 2410422025
Program Studi : S2 Ilmu Komunikasi
Judul Tesis : Analisis Strategi Komunikasi dalam Implementasi Bursa Karbon di
Indonesia: Studi Kasus PT Bursa Efek Indonesia Tbk (BEI) pada
<https://idxcarbon.co.id/id>

Telah berhasil melakukan bimbingan minimal 8X dihadapan dosen pembimbing diterima sebagai bagian persyaratan untuk melakukan sidang **TESIS** yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister, pada Program Studi S2 Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta.

Pembimbing 1



(Dr. S. Bakti Istiyanto, M.Si)

Pembimbing 2



(Dr. Drina Intyaswati, M.Si)

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian :

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TESIS
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rani Hardjanti
NIM : 2410422025
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : S2 Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI DALAM IMPLEMENTASI
BURSA KARBON DI INDONESIA: STUDI KASUS PT BURSA EFEK
INDONESIA TBK (BEI) PADA <https://idxcarbon.co.id/id>**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya:

Dibuat di : Jakarta,
Pada tanggal :

Yang menyatakan,



(Rani Hardjanti)

PENGESAHAN TESIS

NAMA : Rani Hardjanti
NIM : 2410422025
PROGRAM STUDI : FISIP/S2 Magister Ilmu Komunikasi
JUDUL : ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI DALAM
IMPLEMENTASI BURSA KARBON DI INDONESIA:
STUDI KASUS PT BURSA EFEK INDONESIA TBK (BEI)
PADA <https://idxcarbon.co.id/id>

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister pada Program Studi S2 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing 1



(Dr. S. Bakti Istiyanto, M.Si.)

Pembimbing 2



(Dr. Drina Intyaswati, M.Si.)

Penguji 1



(Dr. Kusumajanti, S.Sos., M.Si.)

Penguji 2



(Dr. Ana Kuswanti, S.I.Kom., M.Si.)

Ketua Program Studi
S2 Ilmu Komunikasi



Dr. Ana Kuswanti, S.I.Kom., M.Si.

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian :

ABSTRAK

Implementasi Bursa Karbon Indonesia melalui platform IDXCarbon merupakan salah satu instrumen strategis pemerintah dalam mendukung pencapaian target penurunan emisi gas rumah kaca dan transisi menuju ekonomi rendah karbon. Meskipun demikian, tingkat partisipasi pelaku pasar karbon di Indonesia masih relatif rendah, yang mengindikasikan adanya tantangan dalam aspek komunikasi kepada para pemangku kepentingan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi PT Bursa Efek Indonesia (BEI) dalam implementasi Bursa Karbon Indonesia melalui website IDXCarbon serta mengidentifikasi tantangan komunikasi yang dihadapi dalam meningkatkan pemahaman, kepercayaan, dan partisipasi para pemangku kepentingan, khususnya pelaku usaha, investor, perusahaan pemilik proyek karbon, regulator, media massa, akademisi, dan masyarakat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara mendalam terhadap enam informan kunci yang dipilih secara purposive, serta didukung oleh observasi dan studi dokumentasi terhadap berbagai dokumen resmi PT Bursa Efek Indonesia, Otoritas Jasa Keuangan (OJK), dan publikasi terkait perdagangan karbon. Analisis data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak NVivo 15 untuk proses pengkodean (*coding*), pengelompokan tema (*thematic analysis*), dan interpretasi data berdasarkan perspektif Teori Strategi Komunikasi dan *Computer-Mediated Communication* (CMC). Hasil penelitian menunjukkan bahwa website IDXCarbon telah menjadi media komunikasi digital utama yang mendukung transparansi, kredibilitas, kualitas informasi, aksesibilitas, serta peningkatan literasi karbon bagi pelaku usaha, investor, regulator, media, akademisi, dan masyarakat melalui penerapan berbagai strategi komunikasi, yaitu pemanfaatan website sebagai pusat informasi resmi, integrasi dengan media sosial, penyelenggaraan webinar dan forum diskusi, publikasi edukatif, media relations, penyediaan infografis, serta kolaborasi lintas pemangku kepentingan. Namun, interaktivitas website masih terbatas sehingga komunikasi cenderung berlangsung dalam pola satu arah. Penelitian ini juga menemukan bahwa rendahnya literasi karbon, kompleksitas informasi perdagangan karbon, dinamika regulasi, serta rendahnya partisipasi pelaku usaha merupakan tantangan utama dalam implementasi strategi komunikasi. Penelitian ini memberikan kontribusi berupa rekomendasi penguatan strategi komunikasi digital yang lebih interaktif, edukatif, dan kolaboratif untuk meningkatkan literasi karbon serta partisipasi pemangku kepentingan dalam implementasi Bursa Karbon Indonesia.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Bursa Karbon Indonesia, IDXCarbon, Literasi Karbon, *Computer-Mediated Communication* (CMC).

ABSTRACT

The implementation of the Indonesian Carbon Exchange through the IDXCarbon platform represents one of the Indonesian government's strategic instruments for achieving greenhouse gas emission reduction targets and supporting the transition toward a low-carbon economy. However, the participation rate of carbon market participants in Indonesia remains relatively low, indicating challenges in effectively communicating with key stakeholders. This study aims to analyze the communication strategies employed by the Indonesia Stock Exchange (IDX) in implementing the Indonesian Carbon Exchange through the IDXCarbon website and to identify the communication challenges encountered in enhancing the understanding, trust, and participation of stakeholders, particularly business actors, investors, carbon project developers, regulators, the media, academics, and the general public. This study adopts a qualitative approach using a case study method. Data were collected through in-depth interviews with six purposively selected key informants and were complemented by observations and document analysis of official publications issued by the Indonesia Stock Exchange (IDX), the Financial Services Authority (OJK), and other relevant carbon trading documents. Data were analyzed using NVivo 15 software for coding, thematic analysis, and data interpretation, guided by the Communication Strategy Theory and Computer-Mediated Communication (CMC) Theory. The findings indicate that the IDXCarbon website has become the primary digital communication platform for promoting transparency, credibility, information quality, accessibility, and carbon literacy among business actors, investors, regulators, the media, academics, and the general public. These objectives are achieved through various communication strategies, including the use of the website as a centralized information hub, integration with social media, webinars and discussion forums, educational publications, media relations, infographics, and cross-stakeholder collaboration. Nevertheless, the website's interactive features remain limited, resulting in predominantly one-way communication. The study also reveals that low levels of carbon literacy, the complexity of carbon trading information, evolving regulatory frameworks, and limited participation by business actors constitute the primary challenges in implementing effective communication strategies. This research contributes practical recommendations for strengthening more interactive, educational, and collaborative digital communication strategies to enhance carbon literacy and encourage broader stakeholder participation in the implementation of the Indonesian Carbon Exchange.

Keywords: Communication Strategy, Indonesian Carbon Exchange, IDXCarbon, Carbon Literacy, Computer-Mediated Communication (CMC).

PRAKATA

Puji syukur kehadiran Allah SWT, karena berkat limpahan rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tesis yang berjudul “Analisis Strategi Komunikasi Dalam Implementasi Bursa Karbon di Indonesia Studi Kasus PT Bursa efek Indonesia TBK (BEI) pada <https://idxcarbon.co.id/id>

Dalam penyusunan Tesis, penulis tak lepas dari pihak-pihak yang telah membantu dari awal hingga Tesis dapat terselesaikan dengan baik. Oleh sebab itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Anter Venus, M.A., Comm. selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
2. Bapak Dr. S. Bkti Istiyanto, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Komunikasi, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta dan juga Dosen Pembimbing I.
3. Dr. Drina Intyaswati, M.Si. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, petunjuk, dan saran bagi penulis dalam penyusunan tesis ini.
4. Dr Ana Kuswati M.SiD selaku Kajar Ilmu Komunikasi dan Koordinator Program Studi S2 Ilmu Komunikasi dan juga Dosen Penguji I, yang telah memberikan banyak masukan dan wawasan kepada Penulis dalam menyusun tesis ini.
5. Dr Kusumajanti S.sos, M.Si selaku penguji II yang memberikan arah penelitian.
6. Seluruh Dosen Magister Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Komunikasi, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan yang bermanfaat serta Para Tenaga Kependidikan yang telah memberikan pelayanan bagi penulis dalam proses administrasi dalam penyelesaian studi dan tesis ini.
7. Kedua orangtua Penulis, Almarhumah Dr Drs H Harun Huseini dan Dra Deni Wrestiningsih yang semasa hidupnya telah memberikan kasih sayang yang tulus dan doa tiada henti untuk menuntut ilmu dan menyelesaikan tesis ini.
8. Suami Penulis, Ervandy Marmidy M.Kom dan anak-anak tersayang Aura Kirana Keumalahayati, Bilal Falih Alrasyid dan Khalisa Rahmah Khadijah yang senantiasa memberikan energi dan dukungan.
9. Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si. dan Mohamad Kharismatullah Kodratullah Rahmatullah selaku kakak dan keponakan yang mendukung dalam segala hal.

10. Ibu Natalia Christanto, selaku Assistant Vice President Corporate Communications PT Bank BRI Tbk beserta jajaran Corporate Communication PT Bank BRI Tbk, yang memberikan dukungan BRI *Fellowship Journalism Batch V* kepada penulis.
11. Bapak Budi M Santosa selaku Pemimpin Redaksi Okezone.com, seluruh Tim Redaksi Okezone.com, serta seluruh tim VRadio.
12. CEO ITJEHER Group Ibu Rima Wira Sakti beserta jajarannya.
13. Direktur Utama Bursa Efek Indonesia (BEI) Bapak Jeffrey Hendrik, Corporate Communication BEI Bapak Kautsar Primadi Nurahmad beserta tim yang telah memberikan kesempatan penelitian.
14. Kepala Eksekutif Pengawas Pasar Modal, Keuangan Derivatif, dan Bursa Karbon Merangkap Anggota Dewan Komisiner Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Bapak Hasan Fawzi, Kepala Direktorat Komunikasi Publik Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Ibu Sekar Putih Djarot, beserta tim dalam penyediaan akses data informasi penelitian.
15. Direktur Kerja Sama Multilateral dan Keuangan Berkelanjutan Direktorat Jenderal Stabilitas di Direktorat Jenderal Stabilitas dan Pengembangan Sektor Keuangan Kementerian Keuangan RI Bp Bobby Wahyu Hernawan SE., M.Com (AppFin)., D.B.A, serta Bapak Gilang Tanri Desnantia, SE, MIPM. Kepala Subbagian Komunikasi & Layanan Informasi, Bagian Kepatuhan Internal, Hukum & Layanan Informasi, Sekretariat Direktorat Jenderal SPSK, Kementerian Keuangan.
16. Teman-teman Magister Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Politik Komunikasi angkatan 2022 yang namanya tidak bisa disebutkan satu per satu. Terima kasih sudah menjadi sahabat dalam mengerjakan tugas dan penyusunan tesis selama perkuliahan.

Tesis ini tidak akan terwujud tanpa dukungan dan pengertian banyak pihak. Penulis menyadari bahwa di dalam Tesis ini masih terdapat kekurangan. Oleh sebab itu, penulis terbuka dengan adanya masukan dan saran demi perbaikan yang akan datang. Penulis mohon maaf apabila ada kesalahan kata yang kurang berkenan.

Jakarta, 16 Juli 2025

Rani Hardjanti

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS	i
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS	ii
PRAKATA	ii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	12
1.1 Latar Belakang Penelitian	12
1.2 Rumusan Masalah.....	18
1.3 Tujuan Penelitian	19
1.4 Manfaat Penelitian	19
1.4.1 Manfaat Praktis:.....	19
1.4.2 Manfaat Akademis:.....	20
1.5 Sistematika Penulisan	20
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	23
2.1 Tinjauan Pustaka.....	23
2.2 Kerangka Konsep.....	45
2.2.1. Strategi Komunikasi.....	45
2.2.2 Strategi Komunikasi dan Lingkungan.....	46
2.2.3. Kampanye Lingkungan	49
2.2.4. Perdagangan Pasar Sekunder IDXCarbon.....	51
2.2.5 Strategi Komunikasi pada Penyelenggara Bursa Karbon.....	53
2.3. Kerangka Teori	57
2.3.1. Teori Computer-Mediated Communication (CMC)	57
2.3.2 Strategi Komunikasi.....	60
2.4. Kerangka Pemikiran	62
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	65

3.1 Paradigma Penelitian	65
3.2. Metode Penelitian	65
3.3 Sumber Data	66
3.3. 1. Data Primer	67
3.3.2. Data Sekunder	67
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	67
3.4.1. Observasi	67
3.4.2. Wawancara	68
3.4.3. Dokumentasi	69
3.4.4. Teknik Pemilihan Informan	69
3.5. Metode Analisis Data.....	72
3.6 Validitas Data	73
3.7 Lokasi Penelitian.....	74
3.8. Jadwal Penelitian	74
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	76
4.1 Gambaran Umum Penelitian.....	76
4.1.2 Gambaran Umum Website IDX Carbon	76
4.1.3 Gambaran Umum Informan.....	78
4.1.4 Gambaran Umum Hasil Wawancara.....	82
4.1.5. Hasil Penelitian Berdasarkan Wawancara Informan.....	85
4.2 Strategi Komunikasi IDXCarbon.....	89
4.2.1 Strategi Komunikasi Digital BEI melalui Website IDXCarbon	91
4.2.2 Kualitas Informasi	96
4.2.3 Interaktivitas Komunikasi	97
4.2.4 Transparansi Informasi	99
4.2.5 Kredibilitas Website IDXCarbon.....	103
4.2.6 Literasi Publik Faktor Keberhasilan.....	106
4.2.7 Partisipasi Pengguna Website IDXCarbon.....	110
4.3 Tantangan Strategi Komunikasi dalam Implementasi Bursa Karbon Indonesia.....	112
4.3.1 Regulasi IDX Carbon yang Masih Berkembang	115

4.3.2 Rendahnya Literasi Perdagangan Karbon	116
4.3.3 Optimalisasi Media Digital.....	119
4.3.4. Rendahnya Partisipasi Pelaku Usaha	120
4.3.5. Penguatan Koordinasi Komunikasi Lintas Lembaga	122
4.4 Pembahasan	123
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	140
5.1 Kesimpulan	140
5.2 Saran	143
5.2.1 Bagi PT Bursa Efek Indonesia.....	143
5.2.2 Bagi Otoritas Jasa Keuangan dan Kementerian Keuangan	144
5.3 Implikasi Penelitian	144
5.3.1 Implikasi Teoritis	144
5.3.2 Implikasi Praktis	145
5.3.3 Implikasi Metodologis.....	145
DAFTAR PUSTAKA.....	146
Lampiran-Lampiran.....	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Transkasi Perdagangan IDX Carbon dari Tahun ke Tahun. Data : Bursa Efek Indonesia).....	15
Tabel 2 Jadwal Penelitian. Data : Peneliti	75
Tabel 3 Masa Kerja Informan.....	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Data Papan perdagangan saat awal transaksi Bursa Karbon dilakukan. Dok : PT Bursa Efek Indonesia Tbk (BEI).....	13
Gambar 2	Website IDX Carbon. Dok : PT Bursa Efek Indonesia Tbk (BEI).....	16
Gambar 3	Kerangka Pemikiran	64
Gambar 4	Analisis Tree Map.....	80
Gambar 5	Visual Word of Clound Hasil Wawancara 6 Informan Terkait Website IDX	84
Gambar 6	Tampilan Himpunan Hasil Wawancara yang Menghasilkan 8 Tema Utama.....	86
Gambar 7	Kegiatan Kolaborasi IDXCarbon dengan OJK untuk meningkatkan literasi publik di Jawa Timur di Ballroom Gedung Kantor OJK Provinsi Jawa Timur. Sumber : IDX Carbon.....	107
Gambar 8	Dokumen penyampaian data Bursa Karbon dalam bentuk infografis sederhana yang disampaikan kepada wartawan saat Forum Discussion Group (FGD) pada 10 Maret 2026. Sumber: OJK	109
Gambar 9	Pemetaan Strategi Komunikasi dan Tantangan IDXCarbon.	113