

Kesimpulan
Diskusi Interaktif Jurnalis

Menjadi Komunikator yang Efektif tentang Isu Perubahan Iklim

Pada tanggal 2 Mei 2007, WWF dan CIFOR menyelenggarakan Diskusi Interaktif untuk para Jurnalis. Diikuti oleh 40 jurnalis diskusi diawali dengan visualisasi video tentang Perubahan Iklim Global, dilanjutkan dengan presentasi dan diskusi. Selanjutnya para peserta juga berkesempatan mendiskusikan beberapa topik pilihan mereka sendiri dalam kelompok kecil.

Tujuan Diskusi adalah:

- Mempersiapkan diri dalam mencermati isu-isu aktual dalam perubahan iklim berkaitan dengan persiapan dan pelaksanaan COP13-UNFCCC di Bali
- Mengkritisi berbagai kebijakan publik yang tidak sejalan dengan upaya global dan nasional untuk mengatasi dampak perubahan iklim, serta kemacetan birokrasi yang menghambat pelaksanaan kebijakan tersebut
- Membantu upaya peningkatan pemahaman masyarakat dalam persoalan perubahan iklim melalui pemberitaan informasi yang benar dan tepat

Beberapa isu (energi, adaptasi, mitigasi, deforestasi, dunia bisnis dan keuangan) diangkat dalam diskusi kelompok dan dipresentasikan dalam pleno. Peserta menyadari bahwa:

- Masyarakat dan pengambil kebijakan memerlukan informasi yang baik dan benar agar mereka dapat terlibat dan berpartisipasi secara tepat
- Perubahan iklim bukanlah masalah lingkungan semata, tetapi juga masalah sosial dan ekonomi, bahkan keamanan dalam tataran lokal, nasional dan global
- Dalam hal ini Jurnalis memiliki kesempatan yang luas untuk mengangkat berita, artikel dan analisis yang terkait perubahan iklim dan dampaknya
- COP13 di Bali merupakan kesempatan yang baik untuk mulai meningkatkan kesadaran masyarakat dan pengambil kebijakan

Hambatan:

- Kesulitan memperoleh informasi dan data yang mutakhir dan yang akurat serta nara sumber yang handal
- Pengambilan keputusan dan skala prioritas dalam pemuatan berita dengan Editor media masing-masing

Para Jurnalis juga menyadari bahwa mereka dapat melakukan tindakan praktis dan konkrit sesuai dengan profesi mereka dengan cara:

- Tidak mendorong pemuatan iklan produk yang tidak ramah lingkungan dalam media yang dikelola
- Mengkampanyekan gaya hidup yang ramah lingkungan melalui korporasi
- Belaku kritis tentang *Corporate Social Responsibility (CSR)* dalam praktek
- Mempraktekkan *reduce, re-use, recycle* dalam perilaku kehidupan sehari-hari