

ABSTRAK

Dalam era globalisasi, fungsi dan peran aktor-aktor non negara menjadi sangat berpengaruh dalam berbagai topik dan permasalahan. Salah satu topik yang populer adalah mengenai perubahan iklim secara global dan upaya penghematan energi, utamanya yang berbasis pada penggunaan energi fosil. *World Wild Foundation* selanjutnya disingkat WWF memiliki suatu gagasan untuk melakukan penghematan energi yang kemudian direalisasikan menjadi suatu kegiatan bernama *Earth Hour*. Hal yang perlu untuk dicermati adalah bagaimana dalam waktu yang relative cepat, lima tahun, gerakan ini meningkat dari hanya 1 kota menjadi 6950 kota; dari 1 negara menjadi 152 negara. Lantas strategi apa yang digunakan oleh WWF dalam mengkampanyekan kegiatan *Earth Hour* ini. Untuk analisa strateginya, penulis menggunakan strategi mobilisasi masyarakat sipil global yang diukur dalam lima variabel yaitu *swarming*, *framing*, *visibility*, *lobbying* dan, *Networking*. Sehingga nantinya akan ditemukan penjelasan mengenai mengglobalnya kegiatan tersebut dengan strategi mobilisasi masyarakat sipil global.

Kata-kata Kunci : WWF, *Earth Hour*, strategi mobilisasi masyarakat sipil global, lingkungan