

BAB IV

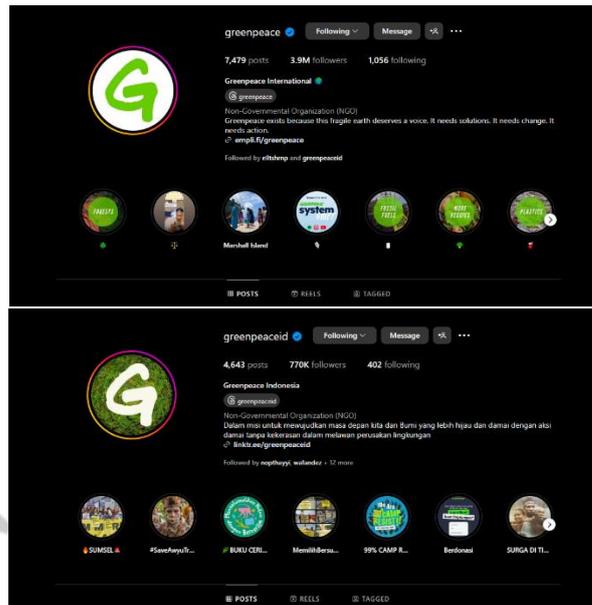
HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab penelitian ini, peneliti akan menguraikan gambaran umum mengenai objek dalam penelitian ini. Selanjutnya, akan dilakukan pemetaan terhadap frekuensi unggahan konten yang dimuat dalam akun Instagram @greenpeace dan @greenpeaceid selama kurun waktu Januari 2024 hingga Januari 2025. Peneliti akan mengidentifikasi dan mengumpulkan data konten yang relevan dalam rentang waktu tersebut, yang kemudian diklasifikasikan ke dalam kategori tertentu berdasarkan karakteristik isi.

Dari hasil kategorisasi tersebut, peneliti akan memilih sejumlah unggahan yang dianggap paling representatif terhadap kategori-kategori utama yang menjadi fokus penelitian. Proses berikutnya mencakup interpretasi mendalam terhadap konten terpilih, dengan menganalisis bagaimana pesan disampaikan oleh Greenpeace Internasional dan Greenpeace Indonesia melalui elemen teks dan visual.

Interpretasi ini akan diposisikan dalam konteks realitas sosial dan lingkungan yang sedang berlangsung, sesuai dengan isu-isu yang tercermin dalam konten Instagram dari kedua akun tersebut. Akhirnya, peneliti akan memaparkan temuan-temuan mengenai pesan lingkungan yang disampaikan, dengan menyusunnya dalam sub-bab yang memisahkan analisis berdasarkan masing-masing akun, yaitu @greenpeace dan @greenpeaceid. Penyusunan akan ditentukan berdasarkan kategori bentuk konten dengan dimensi informatif, persuasive, dan koersif. Kategori jenis konten dengan dimensi gambar tunggal, carousel, dan video reels. Kategori tema konten dengan dimensi perubahan iklim, deforestasi hutan, keadilan iklim dan sosial, pencemaran plastic, dan energi terbarukan vs energi fosil. Serta kategori tanggapan konten dengan dimensi positif dan negatif. Seluruh konten yang dianalisis dalam penelitian ini diperoleh dari unggahan akun Instagram @greenpeace dan @greenpeaceid, yang dipublikasikan dalam rentang waktu antara Januari 2024 hingga Januari 2025.

4.1 Gambaran Umum Subjek Penelitian



Gambar 4. 1 Akun Instagram Greenpeace Internasional dan Greenpeace Indonesia
Sumber: (Instagram@greenpeace, 2025) & (Instagram @greenpeaceid, 2025)

Peneliti menjadikan akun Instagram @greenpeace dan @greenpeaceid sebagai sumber utama dalam penelitian ini. Kedua akun tersebut berfungsi sebagai sarana penyampaian pesan-pesan lingkungan melalui konten yang dirancang untuk mengedukasi serta mendorong keterlibatan publik dalam aksi pelestarian lingkungan di bumi. Greenpeace didirikan pada tahun 1971 oleh sekelompok aktivis yang memprotes uji coba nuklir Amerika Serikat di Pulau Amchitka, Greenpeace berangkat dari misi perlindungan lingkungan dan perdamaian dunia. Aksi awal tersebut dilakukan melalui pelayaran dari Vancouver, Canada menggunakan kapal *Phyllis Cormack*. Saat ini, Greenpeace telah berkembang menjadi organisasi lingkungan internasional yang berkantor pusat di Amsterdam, dengan dukungan 2,8 juta pendukung global dan kantor di 41 negara.

Selama periode januari 2024 hingga januari 2025 akun Instagram @greenpeace atau Greenpeace Internasional memiliki total like sebanyak 5,9 juta dan 81 ribu komentar, sedangkan akun Instagram @greenpeaceid atau Greenpeace Indonesia memiliki 993 ribu like dan 6 ribu komentar dari pengikutnya. Unggahan konten yang dipublikasikan oleh akun Instagram @greenpeace atau Greenpeace Internasional memiliki karakteristik unggahan informasi yang lebih menyinggung terkait isu minyak bumi atau gas yang merusak lingkungan akibat aktivitas perusahaan minyak swasta, sedangkan unggahan konten yang dipublikasikan oleh

akun Instagram @Greenpeaceid atau Greenpeace Indonesia memiliki karakteristik unggahan informasi yang lebih menyinggung politik di Indonesia yang berdampak terhadap keseimbangan alam.

4.2 Hasil Penelitian

Hasil penelitian dalam bab ini disusun berdasarkan rumusan masalah yang menjadi dasar utama dalam menganalisis strategi pengemasan isu-isu lingkungan yang disampaikan melalui akun Instagram @greenpeace dan @greenpeaceid. Penelitian ini berlandaskan pada konsep komunikasi lingkungan, yang memandang pentingnya penyampaian informasi ekologis secara efektif guna membangun kesadaran dan partisipasi publik. Dalam konteks ini, isu lingkungan seperti perubahan iklim, deforestasi, dan polusi plastik menjadi materi utama yang dikemas dalam berbagai bentuk pesan digital. Instagram, sebagai platform media sosial berbasis visual yang memiliki jangkauan luas dan interaktif, diposisikan sebagai medium strategis dalam menyebarkan informasi lingkungan kepada khalayak secara cepat dan menarik. Oleh karena itu, analisis ini tidak hanya mengkaji tema, bentuk, dan jenis konten, tetapi juga menelaah bagaimana pengemasan konten berdasarkan tema konten, bentuk konten, jenis konten, dan tanggapan konten, baik secara visual maupun naratif dilakukan untuk membangun daya tarik, efektivitas pesan, serta respons audiens terhadap isu-isu lingkungan selama periode Januari 2024 hingga Januari 2025.

4.2.1 Frekuensi Unggahan Konten Instagram @greenpeace dan @greenpeaceid

Penelitian ini bertujuan untuk menghitung jumlah unggahan konten pada akun Instagram @greenpeace dan @greenpeaceid. Fokus utama dari analisis ini adalah untuk mengidentifikasi intensitas produksi konten setiap bulan sepanjang periode Januari 2024 hingga Januari 2025, dengan merujuk pada frekuensi unggahan yang telah dipublikasikan dalam rentang waktu tersebut:

Tabel 4. 1 Tabel Frekuensi Unggahan Konten Instagram @greenpeace dan @greenpeaceid

| Bulan | Jumlah Unggahan | | | | Frekuensi | | | |
|--------------------------|-----------------|------|---------------|------|-------------|------|---------------|------|
| | @greenpeace | | @greenpeaceid | | @greenpeace | | @greenpeaceid | |
| | 2024 | 2025 | 2024 | 2025 | 2024 | 2025 | 2024 | 2025 |
| Januari | 18 | 0 | 5 | 0 | 11% | 0% | 4% | 0% |
| Februari | 12 | 0 | 4 | 0 | 7% | 0% | 4% | 0% |
| Maret | 17 | 0 | 10 | 0 | 11% | 0% | 8% | 0% |
| April | 18 | 0 | 8 | 0 | 11% | 0% | 7% | 0% |
| Mei | 20 | 0 | 6 | 0 | 12% | 0% | 5% | 0% |
| Juni | 14 | 0 | 10 | 0 | 9% | 0% | 8% | 0% |
| Juli | 12 | 0 | 10 | 0 | 7% | 0% | 8% | 0% |
| Agustus | 8 | 0 | 9 | 0 | 5% | 0% | 8% | 0% |
| September | 9 | 0 | 7 | 0 | 6% | 0% | 6% | 0% |
| Oktober | 10 | 0 | 10 | 0 | 6% | 0% | 8% | 0% |
| November | 10 | 0 | 15 | 0 | 6% | 0% | 13% | 0% |
| Desember | 7 | 0 | 13 | 0 | 4% | 0% | 11% | 0% |
| Januari | 0 | 8 | 0 | 11 | 0% | 5% | 0% | 10% |
| Total | 163 | | 118 | | 100% | | 100% | |
| Total Keseluruhan | 281 | | | | | | | |

Sumber: Olahan Peneliti

Dalam konten akun Instagram @greenpeace atau Greenpeace Internasional terdapat total unggahan konten selama periode januari 2024 hingga januari 2025 memiliki keseluruhan konten sebanyak 163 konten (100%), sedangkan dalam akun Instagram @greenpeaceid atau Greenpeace Intedonesia terdapat total unggahan konten selama periode januari 2024 hingga januari 2025 memiliki keseluruhan konten sebanyak 118 konten (100%). Apabila dianalisis berdasarkan proporsi jumlah unggahan, dapat diurutkan dari bulan dengan frekuensi tertinggi hingga yang terendah.

Pada akun Instagram @greenpeace atau Greenpeace Internasional frekuensi urutan pertama yakni 12% pada bulan Mei 2024 yang tercatat total unggahan paling banyak. Hal tersebut dapat terjadi dikarenakan permasalahan isu lingkungan yang sedang meningkat akibat dari perubahan iklim yang berdampak dari akibat pengeboran minyak dan gas bumi yang terus melakukan penambangan di daratan hingga penambangan bawah laut oleh perusahaan-perusahaan minyak dan gas yang cukup ternama seperti *shell* dan *ENI* yang menyebabkan rusaknya keseimbangan alam dan terjadinya kebakaran hutan, banjir bandang, rusaknya biota laut.

Pada urutan kedua yakni 11% di bulan Januari, Maret, dan April 2024. Pada urutan ketiga yakni 9% di bulan Juni 2024. Pada urutan keempat yakni 7% di bulan Juli 2024. Pada urutan kelima yakni 6% di bulan September, Oktober, dan November 2024, yang dimana unggahan selama bulan-bulan tersebut cukup konsisten. Pada urutan keenam yakni 5% di bulan Agustus 2024 dan Januari 2025.

Dari urutan kedua hingga urutan keenam, unggahan konten yang disajikan terkait isu lingkungan yang terjadi cukup konsisten dikarenakan pembahasan permasalahan isu lingkungan seperti perubahan iklim, kebakaran, banjir dari pembahasan isu lingkungan yang terjadi sebelumnya secara umum.

Pada urutan ketujuh atau terakhir yakni 4% di bulan Desember 2024, yang dimana dalam bulan tersebut merupakan unggahan terendah pada akun Instagram @greenpeace atau Greenpeace Internasional selama peninjauan periode yang telah ditentukan peneliti. Hal tersebut dikarenakan pada akhir tahun, tingkat atensi audiens terhadap isu sosial dan lingkungan umumnya menurun karena dominasi konten bertema liburan dan perayaan. Oleh karena itu, Greenpeace Internasional mungkin secara sadar mengurangi intensitas unggahan untuk menghindari pesan tenggelam di tengah padatnya arus informasi, sekaligus mempersiapkan kampanye yang lebih kuat di awal tahun berikutnya.

Pada akun Instagram @greenpeaceid atau Greenpeace Indonesia frekuensi urutan pertama yakni 13% di bulan November 2024 yang tercatat total unggahan paling banyak. Hal tersebut dikarenakan momen krisis ekologis yang sedang hangat dibahas di Indonesia, seperti bencana banjir, kebakaran hutan, atau konflik lahan yang melibatkan masyarakat adat. Oleh karena itu, lonjakan unggahan pada bulan November bukan hanya reaktif terhadap situasi lingkungan, tetapi juga merupakan bagian dari strategi komunikasi digital yang terencana dan terarah.

Pada urutan kedua yakni 11% di bulan Desember 2024. Pada urutan ketiga yakni 10% di bulan Januari 2025. Pada urutan keempat yakni 8% di bulan Maret, Juni, Juli, Agustus, dan Oktober 2024, yang dimana unggahan selama bulan-bulan tersebut cukup konsisten. Pada urutan kelima 7% di bulan April 2024. Pada urutan keenam yakni 6% di bulan September 2024. Pada urutan ketujuh yakni 5% di bulan Mei 2024. Pada urutan kedua hingga ketujuh, unggahan konten oleh Greenpeace Indonesia terbilang cukup konsisten. Hal ini karena isu-isu yang diangkat, seperti perubahan iklim, kebakaran hutan, banjir, dan deforestasi, merupakan masalah lingkungan yang terus berlangsung dan saling berkaitan. Oleh karena itu, Greenpeace Indonesia tetap fokus menyampaikan tema-tema tersebut untuk menjaga kesinambungan pesan dan meningkatkan kesadaran publik terhadap pentingnya menjaga lingkungan di tingkat nasional.

Pada urutan kedelapan atau terakhir yakni 4% di bulan Januari dan Februari 2024, yang dimana dalam bulan tersebut merupakan unggahan terendah pada akun Instagram @greenpeaceid atau Greenpeace Indoensia selama peninjauan periode yang telah ditentukan peneliti. Hal tersebut dikarenakan periode awal tahun sering digunakan untuk evaluasi kegiatan sebelumnya dan perencanaan program ke depan. Greenpeace Indonesia mungkin juga sedang menyusun strategi kampanye baru, sehingga jumlah unggahan dikurangi sementara waktu. Selain itu, awal tahun biasanya tingkat perhatian publik terhadap isu lingkungan juga menurun karena fokus pada kegiatan lain.

4.2.2 Tema Konten

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji tema-tema pesan yang terdapat dalam unggahan akun Instagram @greenpeace dan @greenpeaceid, dengan mengacu pada klasifikasi kategori yang telah dirumuskan sebelumnya. Kategori tersebut disusun berdasarkan keterkaitannya dengan isu yang diangkat dalam konten. Setiap konten yang dijadikan unit analisis dipilih karena dianggap paling mewakili tema yang berkaitan dengan masing-masing kategori yang telah ditentukan.

Tema konten dapat dipahami sebagai ide utama yang mendasari suatu pesan dalam sebuah unggahan atau bentuk komunikasi digital. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan analisis secara mendalam terhadap isi unggahan pada akun Instagram @greenpeace dan @greenpeaceid, lalu mengklasifikasikan tema-tema tersebut ke dalam sejumlah kategori. Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat lima tema utama yang berkaitan dengan isu lingkungan, yakni perubahan iklim, deforestasi hutan, keadilan iklim dan sosial, pencemaran plastik, serta perbandingan antara energi terbarukan dan energi fosil.

Tema konten pertama yang diidentifikasi adalah perubahan iklim, yang merepresentasikan persoalan lingkungan yang menjadi pemicu utama terjadinya krisis iklim. Isu ini dipandang sebagai salah satu tantangan paling mendesak di tingkat global, karena dampaknya yang luas dan berpotensi mengancam keberlangsungan hidup manusia di berbagai belahan dunia.

Tema konten kedua yang diangkat adalah deforestasi hutan, yang mengacu pada praktik alih fungsi lahan hutan untuk berbagai kepentingan non-kehutanan. Deforestasi mencerminkan proses pengurangan tutupan hutan secara masif akibat eksploitasi dan perubahan penggunaan lahan, yang pada akhirnya menyebabkan kerusakan ekosistem dan hilangnya keanekaragaman hayati.

Tema konten ketiga yang diidentifikasi adalah keadilan iklim dan sosial, yang merujuk pada ketimpangan struktural akibat kebijakan atau praktik industri maupun pemerintah yang berdampak negatif terhadap kehidupan masyarakat. Konsep keadilan lingkungan dalam hal ini menitikberatkan pada penerapan nilai-nilai keadilan dalam pengelolaan sumber daya alam serta perlindungan terhadap kelompok-kelompok yang rentan terdampak oleh krisis lingkungan dan pembangunan yang tidak berkelanjutan.

Tema konten keempat yang dibahas adalah pencemaran plastik, yang mengacu pada permasalahan lingkungan yang ditimbulkan oleh akumulasi limbah plastik yang tidak mudah terurai secara alami. Sampah plastik dipandang sebagai salah satu kontributor utama terhadap krisis sosial dan ekologis di era modern, mengingat dampaknya yang luas terhadap ekosistem dan kualitas hidup masyarakat.

Tema konten kelima yang diidentifikasi adalah perbandingan antara energi terbarukan dan energi fosil. Tema ini menyoroti isu transisi energi, di mana energi terbarukan dipandang sebagai solusi berkelanjutan yang selaras dengan upaya menjaga keseimbangan ekosistem, sementara energi fosil dianggap berkontribusi terhadap kerusakan lingkungan. Dalam konteks ini, energi memainkan peran strategis dalam mendukung kegiatan ekonomi, baik dari sisi konsumsi maupun produksi, sehingga pilihan sumber energi menjadi isu yang penting dalam pembangunan berkelanjutan.

Tabel 4. 2 Tabel Jumlah Tema Konten Instagram @greenpeace dan @greenpeaceid

| Kategori | Indikator | Akun Instagram | | Juml | % |
|--------------|-----------------------------------|----------------|---------------|------|------|
| | | @greenpeace | @greenpeaceid | | |
| Tema Konten | Perubahan Iklim | 53 | 31 | 84 | 30% |
| | Deforestasi Hutan | 7 | 30 | 37 | 14% |
| | Keadilan Iklim dan Sosial | 29 | 20 | 49 | 17% |
| | Pencemaran Plastik | 30 | 19 | 49 | 17% |
| | Energi Terbarukan VS Energi Fosil | 44 | 18 | 62 | 22% |
| Total | | | | 281 | 100% |

Sumber: Olahan Peneliti

Hasil analisis terhadap tema-tema yang diangkat dalam unggahan menunjukkan bahwa isu perubahan iklim merupakan tema yang paling menonjol, mencakup sekitar 30% dari keseluruhan konten yang dipublikasikan. Dominasi ini mengindikasikan bahwa perubahan iklim diposisikan sebagai fokus utama dalam strategi penyampaian pesan informatif di kedua akun Instagram yang menjadi objek penelitian. Di urutan selanjutnya, topik terkait energi terbarukan dibandingkan dengan energi fosil menempati porsi sebesar 22%. Sementara itu, tema mengenai keadilan iklim dan sosial serta isu pencemaran plastik masing-masing menyumbang 17% dari total konten. Adapun tema deforestasi menempati porsi terkecil dengan kontribusi sebesar 14% dari seluruh unggahan yang dianalisis.



Gambar 4. 2 Hasil Persentase Tema Konten Kedua Instagram (Hasil Olahan Peneliti, 2025)

Sebagian besar konten yang diunggah oleh kedua akun Instagram yang dianalisis menunjukkan dominasi tema perubahan iklim dalam narasi pesan yang disampaikan. Tema ini dikemas secara sistematis dan cenderung disertai dengan penjelasan yang mendalam, terutama dalam kaitannya dengan dampak perubahan iklim terhadap permasalahan lingkungan. Frekuensi kemunculan tema ini yang tinggi mencerminkan kecenderungan kedua akun untuk menyampaikan isu lingkungan berdasarkan data empirik dan fakta aktual, dengan tujuan mempermudah pemahaman audiens terhadap kompleksitas persoalan lingkungan yang diangkat.

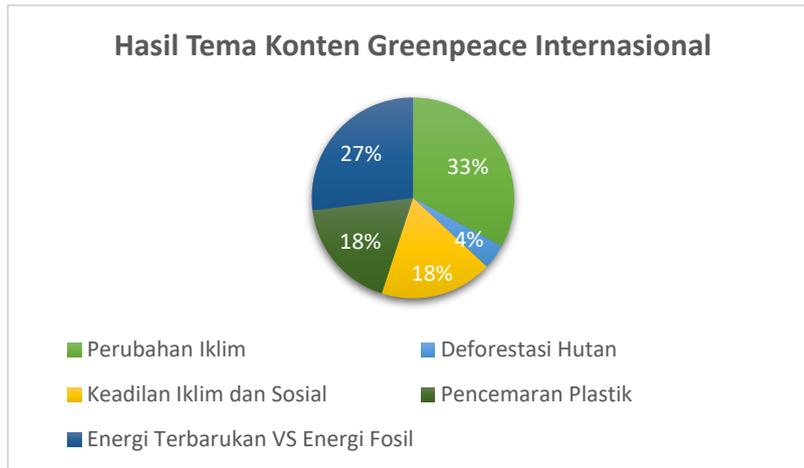
1. Hasil Tema Konten Instagram Greenpeace Internasional

Tabel 4. 3 Tabel Hasil Tema Konten Instagram Greenpeace Internasional @greenpeace

| Kategori | Indikator | Deskripsi | Jumlah Unggahan | % |
|--------------------|-----------------------------------|---|-----------------|-----|
| Tema Konten | Perubahan Iklim | perubahan iklim menjadi permasalahan mendasar yang membawa dampak serius bagi keberlangsungan hidup manusia di tingkat global. | 53 | 33% |
| | Deforestasi Hutan | Deforestasi merupakan bentuk degradasi lingkungan yang terjadi ketika wilayah hutan dialihfungsikan untuk tujuan non-hutan, yang berdampak pada hilangnya keanekaragaman hayati dan terganggunya fungsi ekologis. | 7 | 4% |
| | Keadilan Iklim dan Sosial | Keadilan lingkungan berfokus pada integrasi nilai-nilai keadilan sosial dalam praktik perlindungan dan pengelolaan sumber daya alam secara berkelanjutan. | 29 | 18% |
| | Pencemaran Plastik | Pencemaran plastik menjadi salah satu penyebab krusial yang mendorong krisis ekologi sekaligus memperburuk ketidakadilan sosial dalam konteks masyarakat kontemporer. | 30 | 18% |
| | Energi Terbarukan VS Energi Fosil | Energi merupakan komponen strategis yang menentukan kelangsungan dan efisiensi aktivitas ekonomi, karena berperan dalam menggerakkan sektor produksi sekaligus menunjang pola konsumsi. | 44 | 27% |

Sumber: Olahan Peneliti

Berdasarkan data yang tercantum dalam tabel, dapat diketahui bahwa akun Instagram Greenpeace Internasional (@greenpeace) paling sering mengangkat tema perubahan iklim, dengan jumlah unggahan mencapai 53 konten. Diikuti oleh tema energi terbarukan vs energi fosil muncul sebanyak 44 unggahan. Tema pencemaran plastik menempati posisi berikutnya dengan 30 unggahan, tema keadilan iklim dan sosial menempati posisi berikutnya dengan 29 unggahan sedangkan tema deforestasi hutan tercatat sebanyak 7 unggahan. Temuan ini mengindikasikan bahwa isu perubahan iklim menjadi fokus utama dalam strategi komunikasi lingkungan yang dibangun oleh @greenpeace dalam menjangkau audiensnya.



Gambar 4. 3 Hasil Persentase Tema Konten Instagram @greenpeace (Hasil Olahan Peneliti, 2025)

Akun Instagram Greenpeace Internasional (@greenpeace) memperlihatkan pola dominan dalam mengangkat tema perubahan iklim sebagai landasan utama dalam penyampaian pesan lingkungan. Pemilihan pendekatan ini kemungkinan didasarkan pada relevansi tinggi antara isu-isu ekologis dan dinamika perubahan iklim global. Melalui pengemasan konten bertema perubahan iklim, informasi yang disampaikan diarahkan untuk membangun kesadaran publik mengenai pentingnya menjaga keberlanjutan dan keseimbangan lingkungan alam.

1. **Perubahan Iklim**

Isu perubahan iklim merupakan salah satu tema utama yang diangkat oleh akun Instagram @greenpeace sebagai bagian dari pendekatan komunikatif dalam menyebarkan informasi lingkungan. Fokus kajian ini diarahkan pada upaya untuk menelaah bagaimana persoalan terkait perubahan iklim dikonstruksikan, disampaikan, dan diinterpretasikan oleh audiens melalui interaksi dalam platform media sosial Instagram.



Gambar 4. 4 Unggahan Tema Konten Perubahan Iklim Greenpeace Internasional Pada 14 Oktober 2024
(Sumber: Instagram @greenpeace, 2024)

Unggahan ini merupakan salah satu konten yang dirilis oleh akun Instagram @greenpeace pada tanggal 14 Oktober 2024. Konten tersebut menunjukkan tingkat keterlibatan audiens yang cukup tinggi, ditandai dengan perolehan 4.852 likes dan 132 komentar. Dalam keterangannya, tertulis “*Hurricanes Helene and Milton are a sign of things to come*”, yang dimana memberitahukan perubahan iklim akan terjadi dari badai Helene dan Milton adalah pertanda akan datangnya hal-hal yang lebih buruk.

Unggahan ini menyajikan sebuah video yang didukung dengan keterangan naratif yang cukup mendalam. Narasi tersebut menyoroti urgensi waktu, yakni tersisa 29 hari sebelum proses hukum dimulai untuk menghentikan aktivitas Shell dan Equinor dalam pengembangan proyek minyak dan gas yang dinilai melanggar hukum di wilayah perairan Inggris. Pesan ini disampaikan sebagai bagian dari kampanye perlawanan terhadap praktik eksploitasi energi fosil yang diyakini menjadi salah satu penyebab utama krisis iklim global. Dengan mengaitkan ancaman perubahan iklim dengan tindakan korporasi besar, konten ini mengajak publik untuk memahami keterkaitan antara aktivitas industri dan dampaknya terhadap lingkungan, serta mendorong aksi kolektif melalui jalur hukum dan tekanan sosial.



Gambar 4. 5 Unggahan Tema Konten Perubahan Iklim Greenpeace Internasional Pada 16 Oktober 2024
(Sumber: Instagram @greenpeace, 2024)

Unggahan ini merupakan salah satu konten yang dirilis oleh akun Instagram @greenpeace pada tanggal 16 Oktober 2024. Konten tersebut menunjukkan tingkat keterlibatan audiens yang cukup tinggi, ditandai dengan perolehan 1.368 likes dan 24 komentar. Dalam keterangannya, tertulis "Big Meat and Dairy are heating up the planet," yang mengangkat isu kontribusi industri peternakan besar dalam mempercepat krisis iklim. Pesan tersebut menyoroti peran signifikan emisi metana yang dihasilkan dari aktivitas produksi daging dan produk susu dalam meningkatkan suhu global.

Konten ini menampilkan sebuah video yang dilengkapi dengan caption naratif yang cukup komprehensif. Dalam narasi tersebut, disampaikan bahwa para aktivis Greenpeace dari berbagai negara melakukan aksi langsung dengan mengunjungi sejumlah perusahaan multinasional yang dikenal sebagai produsen utama daging dan produk susu. Perusahaan-perusahaan ini diidentifikasi sebagai kontributor signifikan emisi metana, yang memperburuk krisis iklim global. Disebutkan pula bahwa praktik produksi dan konsumsi daging serta susu secara berlebihan tidak hanya mempercepat perubahan iklim, tetapi juga menyebabkan degradasi lingkungan, termasuk pencemaran tanah, udara, dan air, munculnya zona mati di lautan, serta berbagai dampak ekologis lainnya yang berskala luas.

2. Deforestasi Hutan

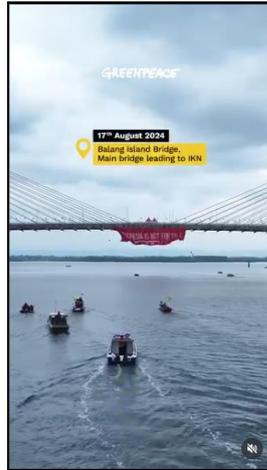
Isu deforestasi hutan menjadi salah satu pokok bahasan sentral yang diangkat oleh akun Instagram @greenpeace dalam kerangka strategi komunikasi lingkungan. Penelitian ini berfokus pada analisis bagaimana

narasi mengenai deforestasi dibentuk, dikomunikasikan, dan dipahami oleh pengguna melalui dinamika interaksi di media sosial Instagram sebagai ruang partisipatif dalam menyuarakan isu-isu ekologis.



Gambar 4. 6 Unggahan Tema Konten Deforestasi Hutan Greenpeace Internasional Pada 25 Mei 2024 (Sumber: Instagram @greenpeace, 2024)

Unggahan ini merupakan bagian dari rangkaian konten yang dipublikasikan oleh akun Instagram @greenpeace pada 25 Mei 2024. Konten tersebut mencatat tingkat interaksi yang cukup tinggi dari audiens, dengan jumlah 17.716 tanda suka dan 203 komentar. Dalam narasi yang disampaikan, “*Why is forest destruction allowed to happen in Sweden? And at what costs?*”, bahwa menjelaskan hutan di Swedia kerap terus terjadi dan dibiarkan yang sudah lama adanya, dihabiskan pohon-pohonnya demi pembuatan kardus. Unggahan ini menyampaikan keprihatinan atas perusakan hutan kuno di Eropa, khususnya di Swedia, yang ditebang untuk kebutuhan produksi kardus. Hutan-hutan tersebut sebenarnya sangat penting karena memiliki nilai ekologis tinggi dan menjadi tempat hidup banyak satwa liar. Konten ini juga menyoroti pentingnya peran perusahaan, terutama di sektor e-commerce, untuk bertanggung jawab atas rantai pasokan mereka. Perusahaan didorong untuk tidak menggunakan bahan baku yang berasal dari perusakan hutan dan mulai menerapkan praktik yang lebih ramah lingkungan. Pesan ini mengajak publik menyadari bahwa kebiasaan konsumsi sehari-hari bisa berdampak langsung pada kerusakan lingkungan.



Gambar 4. 7 Unggahan Tema Konten Deforestasi Hutan Greenpeace Internasional Pada 22 Agustus 2024
(Sumber: Instagram @greenpeace, 2024)

Unggahan ini merupakan bagian dari rangkaian konten yang dipublikasikan oleh akun Instagram @greenpeace pada 22 Agustus 2024. Konten tersebut mencatat tingkat interaksi yang cukup tinggi dari audiens, dengan jumlah 1.817 tanda suka dan 11 komentar. Dalam narasi yang disampaikan, ditampilkan aksi simbolik para aktivis Greenpeace Indonesia yang membentangkan bendera panjang berwarna merah putih bertuliskan “INDONESIA IS NOT FOR SALE: MERDEKA!” di jembatan utama menuju ibu kota baru, Nusantara, di Kalimantan Timur. Aksi ini dilakukan dalam rangka memperingati Hari Kemerdekaan.

Pesan utama dalam unggahan tersebut menyoroti dampak negatif pembangunan ibu kota baru terhadap lingkungan dan hak-hak masyarakat. Ditekankan bahwa proyek tersebut berpotensi mengancam keberadaan hutan, satwa liar, serta merampas hak tanah komunitas adat dan masyarakat lokal, yang dalam beberapa kasus bahkan mengalami kriminalisasi saat mempertahankan wilayahnya. Greenpeace menyerukan kepada pemerintah masa depan Indonesia untuk mengambil langkah tegas dalam menghentikan deforestasi dan melindungi keanekaragaman hayati sebagai bagian dari komitmen menjaga keberlanjutan lingkungan dan kelayakan hidup bangsa di masa mendatang.

3. Keadilan Iklim dan Sosial

Isu keadilan iklim dan keadilan sosial menjadi salah satu topik sentral yang diangkat oleh akun Instagram @greenpeace dalam rangka membangun komunikasi publik terkait persoalan lingkungan. Kajian ini difokuskan pada analisis konstruksi naratif dan penyampaian pesan mengenai isu tersebut, serta bagaimana audiens merespons dan memaknainya melalui interaksi di media sosial Instagram sebagai ruang diskursif yang memungkinkan partisipasi dan refleksi atas ketimpangan sosial dan krisis iklim.



Gambar 4. 8 Unggahan Tema Konten Keadilan Iklim dan Sosial Greenpeace Internasional Pada 6 September 2024

(Sumber: Instagram @greenpeace, 2024)

Unggahan ini termasuk dalam seri konten yang dirilis oleh akun Instagram @greenpeace pada 6 September 2024. Konten tersebut memperoleh respons yang cukup tinggi dari pengguna, tercermin melalui 2.470 tanda suka dan 30 komentar. Unggahan ini menunjukkan bahwa @GreenpeaceNorge dan @Natur og Ungdom kembali menggugat pemerintah Norwegia ke pengadilan untuk menghentikan pengembangan tiga ladang minyak ilegal. Sebelumnya, pada Januari, pengadilan menyatakan izin proyek tersebut tidak sah karena tidak ada kajian dampak terhadap iklim global, dan melarang penerbitan izin baru. Namun, pemerintah Norwegia mengajukan banding dan mengabaikan keputusan tersebut. Kasus ini menegaskan bahwa tindakan menghadapi krisis iklim adalah tanggung jawab negara, bukan pilihan, dan menjadi bagian dari gerakan global yang menuntut

pertanggungjawaban atas kerusakan lingkungan yang mengancam hak asasi manusia.



Gambar 4. 9 Unggahan Tema Konten Keadilan Iklim dan Sosial Greenpeace Internasional Pada 13 November 2024

(Sumber: Instagram @greenpeace, 2024)

Unggahan ini termasuk dalam seri konten yang dirilis oleh akun Instagram @greenpeace pada 13 November 2024. Konten tersebut memperoleh respons yang cukup tinggi dari pengguna, tercermin melalui 1.673 tanda suka dan 15 komentar. Materi yang disajikan dalam format video ini mengangkat tema kerusakan lingkungan akibat aktivitas eksplorasi minyak dan gas. Dalam narasinya, ditekankan bahwa kegiatan pengeboran energi fosil telah mengganggu keseimbangan ekosistem alam, yang pada gilirannya memicu meningkatnya frekuensi bencana alam sebagai dampak dari ketidakstabilan sistem lingkungan yang terganggu.

4. **Pencemaran Plastik**

Isu pencemaran plastik menjadi salah satu fokus utama yang diusung oleh akun Instagram @greenpeace dalam rangka strategi komunikasi lingkungan digital. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana narasi mengenai persoalan plastik dirancang, dikomunikasikan, serta dimaknai oleh pengguna melalui interaksi mereka di media sosial Instagram, yang berfungsi sebagai medium partisipatif dalam membentuk kesadaran kolektif terhadap krisis ekologis tersebut.



Gambar 4. 10 Unggahan Tema Konten Pencemaran Plastik Greenpeace Internasional Pada 23 November 2024 (Sumber: Instagram @greenpeace, 2024)

Konten ini merupakan bagian dari rangkaian unggahan yang dipublikasikan oleh akun Instagram @greenpeace pada tanggal 23 November 2024. Unggahan tersebut menunjukkan tingkat keterlibatan pengguna yang signifikan, dengan total 3.381 tanda suka dan 26 komentar. Disajikan dalam format video, konten ini membahas Ratusan orang dari berbagai kalangan, termasuk aktivis, ilmuwan, dan masyarakat, melakukan aksi turun ke jalan di Busan, Korea Selatan untuk menentang krisis polusi plastik global. Aksi ini dilakukan menjelang perundingan terakhir *Global Plastics Treaty*, sebagai upaya mendesak para pemimpin dunia agar tidak mengabaikan suara publik. Kehadiran mereka menunjukkan pentingnya keterlibatan masyarakat dalam menekan keputusan global. Mereka menuntut agar pemerintah menyepakati perjanjian yang kuat dan tegas untuk mengurangi produksi plastik secara signifikan, karena plastik berdampak buruk pada kesehatan, kehidupan satwa liar, dan memperparah krisis iklim.



Gambar 4. 11 Unggahan Tema Konten Pencemaran Plastik Greenpeace Internasional Pada 1 Desember 2024
(Sumber: Instagram @greenpeace, 2024)

Konten ini merupakan bagian dari rangkaian unggahan yang dipublikasikan oleh akun Instagram @greenpeace pada tanggal 1 Desember 2024. Unggahan tersebut menunjukkan tingkat keterlibatan pengguna yang signifikan, dengan total 2.718 tanda suka dan 30 komentar. Disajikan dalam format video, konten ini membahas dampak ekologis dari penggunaan plastik sekali pakai yang sulit terurai secara alami. Selain menyampaikan informasi mengenai kerusakan lingkungan akibat akumulasi limbah plastik, pesan utama dari unggahan ini juga mendorong audiens untuk berpartisipasi aktif dalam pengurangan penggunaan plastik melalui perubahan perilaku konsumsi.

Unggahan ini memuat seruan tegas yang ditujukan kepada para pemimpin dunia agar segera menyepakati perjanjian global yang ambisius dalam rangka mengurangi tingkat produksi plastik secara signifikan. Selain itu, dalam narasi yang disampaikan, terdapat desakan kepada otoritas Korea Selatan untuk segera membebaskan aktivis Greenpeace yang tengah ditahan, sebagai bentuk solidaritas terhadap perjuangan advokasi lingkungan.

5. Energi Terbarukan VS Energi Fosil

Isu perbandingan antara energi terbarukan dan energi fosil menjadi salah satu topik sentral yang diangkat oleh akun Instagram @greenpeace dalam strategi komunikasinya untuk meningkatkan kesadaran lingkungan. Kajian

ini difokuskan pada analisis terhadap cara isu tersebut dibingkai secara naratif, disampaikan kepada publik, serta dimaknai oleh para pengguna melalui keterlibatan mereka.



Gambar 4. 12 Unggahan Tema Konten Energi Terbarukan VS Energi Fosil Greenpeace Internasional Pada 7 Juni 2024
(Sumber: Instagram @greenpeace, 2024)

Unggahan ini merupakan bagian dari rangkaian konten yang dipublikasikan oleh akun Instagram @greenpeace pada 7 Juni 2024. Konten tersebut menunjukkan tingkat keterlibatan audiens yang signifikan, terlihat dari perolehan 4.634 tanda suka dan 40 komentar. Disajikan dalam format video, yang membahas terkait Proyek pengembangan gas fosil yang diusulkan dinilai tidak bertanggung jawab karena berpotensi memperburuk kondisi cuaca ekstrem yang saat ini sudah dirasakan secara nyata di berbagai wilayah.

Dalam konteks krisis iklim global, pembangunan proyek energi fosil baru dianggap sebagai langkah mundur yang mengabaikan urgensi pengurangan emisi. Namun, sebuah perkembangan positif muncul ketika aksi protes publik yang berlangsung selama delapan jam berhasil menarik perhatian lembaga hukum. Sebagai hasilnya, pengadilan memutuskan untuk menghentikan proyek tersebut dengan mempertimbangkan dampaknya terhadap lingkungan. Keputusan ini mencerminkan pentingnya partisipasi masyarakat dalam mendorong kebijakan yang lebih berpihak pada keberlanjutan dan perlindungan ekosistem.



Gambar 4. 13 Unggahan Tema Konten Energi Terbarukan VS Energi Fosil Greenpeace Internasional Pada 13 Januari 2025
(Sumber: Instagram @greenpeace, 2025)

Unggahan ini merupakan bagian dari rangkaian konten yang dipublikasikan oleh akun Instagram @greenpeace pada 13 Januari 2025. Konten tersebut menunjukkan tingkat keterlibatan audiens yang signifikan, terlihat dari perolehan 7.266 tanda suka dan 207 komentar. Disajikan dalam format video, materi ini menyoroti dampak destruktif dari aktivitas industri minyak terhadap keseimbangan ekosistem. Dalam narasinya, dijelaskan bahwa eksploitasi energi fosil berkontribusi terhadap peningkatan suhu bumi, yang pada akhirnya memicu bencana lingkungan berskala besar, seperti kebakaran hutan hebat.

Unggahan tersebut menyoroti fakta bahwa lebih dari 75% emisi gas rumah kaca di seluruh dunia berasal dari aktivitas produksi dan konsumsi bahan bakar fosil. Proses pengeboran serta pembakarannya berkontribusi secara signifikan terhadap pemanasan global. Dampak yang ditimbulkan mencakup perubahan pola cuaca, seperti penurunan intensitas hujan di musim panas, peningkatan kekeringan tanah, dan hembusan angin kencang selama musim dingin. Kondisi ekstrem seperti ini telah terjadi di wilayah California dan juga dirasakan di berbagai belahan dunia lainnya.

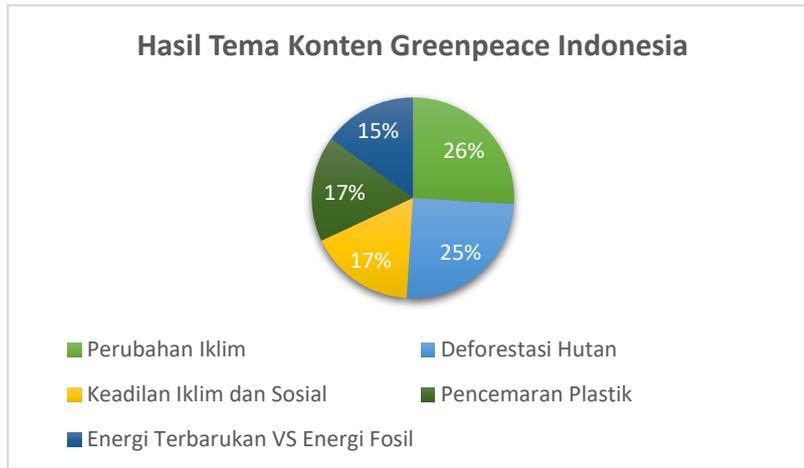
2. Hasil Tema Konten Instagram Greenpeace Indonesia

Tabel 4. 4 Tabel Hasil Tema Konten Instagram Greenpeace Indonesia @greenpeaceid

| Kategori | Indikator | Deskripsi | Jumlah Unggahan | % |
|--------------------|-----------------------------------|---|-----------------|-----|
| Tema Konten | Perubahan Iklim | perubahan iklim menjadi permasalahan mendasar yang membawa dampak serius bagi keberlangsungan hidup manusia di tingkat global. | 31 | 26% |
| | Deforestasi Hutan | Deforestasi merupakan bentuk degradasi lingkungan yang terjadi ketika wilayah hutan dialihfungsikan untuk tujuan non-hutan, yang berdampak pada hilangnya keanekaragaman hayati dan terganggunya fungsi ekologis. | 30 | 25% |
| | Keadilan Iklim dan Sosial | Keadilan lingkungan berfokus pada integrasi nilai-nilai keadilan sosial dalam praktik perlindungan dan pengelolaan sumber daya alam secara berkelanjutan. | 20 | 17% |
| | Pencemaran Plastik | Pencemaran plastik menjadi salah satu penyebab krusial yang mendorong krisis ekologi sekaligus memperburuk ketidakadilan sosial dalam konteks masyarakat kontemporer. | 19 | 17% |
| | Energi Terbarukan VS Energi Fosil | Energi merupakan komponen strategis yang menentukan kelangsungan dan efisiensi aktivitas ekonomi, karena berperan dalam menggerakkan sektor produksi sekaligus menunjang pola konsumsi. | 18 | 15% |

Sumber: Olahan Peneliti

Merujuk pada data dalam tabel, terlihat bahwa akun Instagram Greenpeace Indonesia (@greenpeaceid) paling banyak menyoroti isu perubahan iklim, dengan total 31 unggahan. Tema deforestasi hutan menyusul dengan 30 unggahan, diikuti oleh tema konten keadilan iklim sebanyak 20 unggahan, serta tema pencemaran plastik dengan 19 unggahan. Sementara itu, tema energi terbarukan vs energi fosil tercatat paling sedikit diangkat, yakni hanya sebanyak 18 unggahan. Temuan ini mencerminkan bahwa @greenpeaceid cenderung memprioritaskan isu perubahan iklim sebagai bagian dari strategi komunikasi untuk mengedukasi dan mempengaruhi kesadaran lingkungan para pengikutnya.



Gambar 4. 14 Hasil Persentase Tema Konten Instagram @greenpeaceid (Hasil Olahan Peneliti, 2025)

Akun Instagram Greenpeace Internasional (@greenpeace) secara konsisten memanfaatkan isu perubahan iklim sebagai tema sentral dalam konstruksi narasi lingkungannya. Strategi tematik ini tampaknya dilandasi oleh keterkaitan erat antara krisis iklim dan berbagai persoalan ekologis lintas wilayah. Melalui representasi visual dan informatif yang berfokus pada dampak perubahan iklim, akun tersebut berupaya memperkuat pemahaman publik mengenai urgensi menjaga kelestarian alam serta mendukung praktik keberlanjutan, khususnya dalam konteks tantangan lingkungan yang dihadapi Indonesia.

1. **Perubahan Iklim**

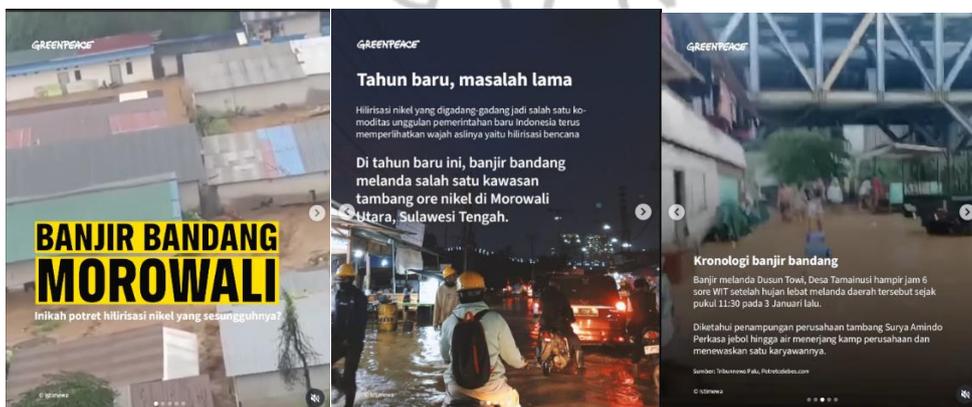
Perubahan iklim menjadi salah satu tema sentral yang diangkat oleh akun Instagram @greenpeaceid dalam rangka menyampaikan isu-isu lingkungan melalui pendekatan komunikasi digital. Kajian ini memfokuskan diri pada eksplorasi bagaimana narasi mengenai perubahan iklim dikonstruksi, disalurkan, dan diterima oleh pengguna melalui berbagai bentuk interaksi dalam media sosial Instagram sebagai ruang komunikasi publik yang dinamis.

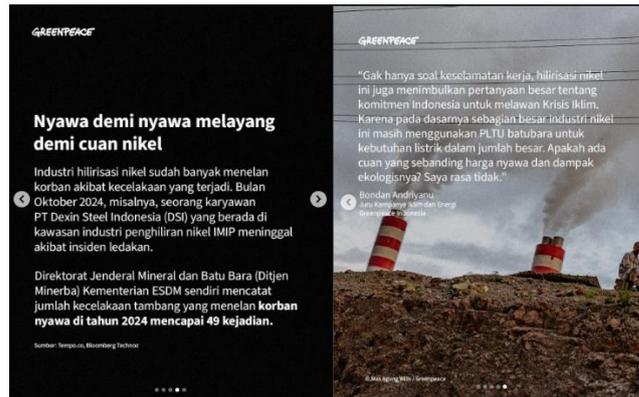


Gambar 4. 15 Unggahan Tema Konten Perubahan Iklim Greenpeace Indonesia Pada 14 Agustus 2024 (Sumber: Instagram @greenpeaceid, 2024)

Konten ini merupakan salah satu unggahan yang dipublikasikan oleh akun Instagram @greenpeaceid pada 14 Agustus 2024. Unggahan tersebut memperoleh respons audiens yang cukup tinggi, tercermin dari capaian 863 tanda suka dan 1 komentar. Dalam narasinya, konten ini menyoroti dampak perubahan iklim, khususnya terkait fenomena kekeringan yang melanda salah satu wilayah di Indonesia, yang mengakibatkan krisis ketersediaan air bersih bagi masyarakat setempat.

Unggahan tersebut menyoroti salah satu konsekuensi nyata dari krisis iklim, yakni meningkatnya frekuensi dan durasi kekeringan. Berdasarkan laporan yang diterbitkan oleh *Nature Water* pada awal tahun ini, ditemukan adanya tren peningkatan signifikan dalam intensitas kekeringan secara global selama dua dekade terakhir. Kondisi ini secara langsung berdampak pada sektor kehidupan masyarakat, terutama para petani yang menghadapi risiko gagal panen akibat kurangnya ketersediaan air untuk kebutuhan pertanian.





Gambar 4. 16 Unggahan Tema Konten Perubahan Iklim Greenpeace Indonesia Pada 6 Januari 2025
(Sumber: Instagram @greenpeaceid, 2025)

Konten ini merupakan salah satu unggahan yang dipublikasikan oleh akun Instagram @greenpeaceid pada 14 Agustus 2024. Unggahan tersebut memperoleh respons audiens yang cukup tinggi, tercermin dari capaian 10.442 tanda suka dan 219 komentar. Dalam narasinya, Kerusakan lingkungan yang terus berlangsung, diperparah oleh intensitas cuaca ekstrem sebagai akibat dari krisis iklim, telah meningkatkan risiko terjadinya bencana hidrometeorologis seperti banjir bandang di berbagai wilayah.

Di sisi lain, aktivitas industri ekstraktif dan hilirisasi nikel juga menunjukkan dampak negatif yang signifikan terhadap keselamatan manusia. Salah satu contoh tragis terjadi pada Oktober 2024, ketika seorang pekerja dari PT Dexin Steel Indonesia (DSI), yang beroperasi di kawasan industri pengolahan nikel IMIP, meninggal dunia akibat insiden ledakan. Kejadian ini menyoroti tidak hanya kerentanan ekologis akibat perubahan iklim, tetapi juga lemahnya standar keselamatan dalam industri berat yang berisiko tinggi. Maka, penting bagi pemerintah dan pemangku kepentingan untuk menyeimbangkan pertumbuhan industri dengan perlindungan lingkungan dan keselamatan kerja.

2. Deforestasi Hutan

Akun Instagram @greenpeaceid menjadikan isu deforestasi sebagai salah satu tema utama dalam upayanya mengomunikasikan agenda-agenda lingkungan. Penelitian ini memusatkan perhatian pada bagaimana narasi tentang deforestasi dikonstruksi, disebarluaskan, dan dimaknai oleh audiens

melalui interaksi yang berlangsung di platform Instagram, yang berperan sebagai wadah partisipatif dalam penyampaian dan pertukaran wacana ekologis.



Gambar 4. 17 Unggahan Tema Konten Deforestasi Hutan Greenpeace Indonesia Pada 29 Juli 2024 (Sumber: Instagram @greenpeaceid, 2024)

Unggahan ini merupakan bagian dari konten yang dipublikasikan oleh akun Instagram @greenpeaceid pada 29 Juli 2024. Konten tersebut memperlihatkan tingkat interaksi audiens yang cukup tinggi, dengan perolehan 2.896 tanda suka dan 40 komentar. Materi dalam unggahan ini mengangkat isu deforestasi yang terjadi secara bertahap akibat aktivitas pertambangan oleh PT. Adaro. Dampak lingkungan yang ditimbulkan paling dirasakan oleh komunitas masyarakat adat, yang kehilangan ruang hidup serta akses terhadap sumber daya alam. Dalam unggahan tersebut, @greenpeaceid juga mengajak audiens untuk menyaksikan dokumenter berjudul "*Keberlanjutan Masyarakat Adat di Tengah Ancaman Tambang*", yang menampilkan kesaksian langsung dari masyarakat terdampak.



Gambar 4. 18 Unggahan Tema Konten Deforestasi Hutan Greenpeace Indonesia Pada 19 Agustus 2024
(Sumber: Instagram @greenpeaceid, 2024)

Unggahan ini merupakan bagian dari konten yang dipublikasikan oleh akun Instagram @greenpeaceid pada 19 Agustus 2024. Konten tersebut memperlihatkan tingkat interaksi audiens yang cukup tinggi, dengan perolehan 7.109 tanda suka dan 147 komentar. Materi dalam unggahan ini mengangkat isu deforestasi yang terjadi di Kalimantan Timur dalam Pembangunan IKN. Setelah menggelar upacara peringatan HUT ke-79 RI, masyarakat yang terdampak pembangunan Ibu Kota Nusantara (IKN) menyuarkan protes terhadap kerusakan lingkungan yang terjadi di Teluk Balikpapan.

Bersama sejumlah organisasi masyarakat sipil, warga melakukan aksi karnaval dengan membawa spanduk bertuliskan kritik seperti “Selamatkan Teluk Balikpapan” dan “Tanah untuk Rakyat”, sebagai bentuk penolakan terhadap proyek strategis nasional (PSN) yang dinilai belum sepenuhnya berpihak pada rakyat. Salah satu sorotan utama adalah pembabatan lebih dari empat hektar hutan mangrove di hulu Teluk Balikpapan untuk kepentingan alat berat pembangunan IKN. Kawasan tersebut merupakan habitat penting bagi spesies langka seperti pesut, duyung, dan buaya muara. Aktivitas pembangunan telah mengganggu keseimbangan ekosistem dan memperbesar potensi konflik antara manusia dan satwa liar. Aksi ini mencerminkan keresahan masyarakat atas tata kelola pembangunan yang mengabaikan prinsip keadilan ekologis dan hak masyarakat lokal atas ruang hidup mereka.

3. Keadilan Iklim dan Sosial

Tema keadilan iklim dan sosial merupakan bagian integral dari pesan yang disampaikan oleh akun Instagram @greenpeaceid dalam konteks kampanye komunikasi lingkungan kepada publik. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana isu tersebut dikemas secara naratif dan disampaikan melalui konten digital, serta menelaah bagaimana pengguna media sosial mengartikulasikan pemahaman dan respons mereka terhadap isu tersebut melalui interaksi di Instagram, yang berfungsi sebagai arena wacana sosial yang memungkinkan terjadinya partisipasi kritis dan refleksi terhadap dinamika ketimpangan dan krisis iklim.



Gambar 4. 19 Unggahan Tema Konten Keadilan Iklim dan Sosial Greenpeace Indonesia Pada 24 Juli 2024 (Sumber: Instagram @greenpeaceid, 2024)

Unggahan ini merupakan salah satu konten yang dipublikasikan oleh akun Instagram @greenpeaceid pada tanggal 24 Juli 2024, dan memperoleh respons tinggi dari pengguna, sebagaimana terlihat dari 15.654 tanda suka serta 620 komentar. Dalam unggahan tersebut, disoroti Banjir yang melanda wilayah Halmahera Tengah, Maluku, tidak dapat dilepaskan dari degradasi lingkungan yang terjadi akibat masifnya alih fungsi hutan di Maluku Utara untuk kepentingan tambang nikel. Aktivitas penambangan ini terhubung langsung dengan rantai pasok kawasan industri hilirisasi nikel Indonesia Weda Bay Industrial Park (IWIP), yang kini menjadi pusat pertumbuhan industri berbasis ekstraksi sumber daya alam. Ratusan ribu hektare hutan di wilayah tersebut berada dalam ancaman pembabatan demi kelangsungan

proyek industri ini. Selain menyebabkan kerusakan daratan, proses hilirisasi di Weda Bay juga berkontribusi terhadap pencemaran laut, mengancam keanekaragaman hayati, dan merugikan kelompok masyarakat pesisir seperti nelayan serta komunitas adat yang menggantungkan hidup pada ekosistem lokal. Fenomena ini mencerminkan adanya ketimpangan antara pembangunan industri dan perlindungan lingkungan, serta menimbulkan pertanyaan serius terhadap komitmen pemerintah dalam menanggapi dampak sosial-ekologis dari proyek hilirisasi nikel yang terus berjalan.



Gambar 4. 20 Unggahan Tema Konten Keadilan Iklim dan Sosial Greenpeace Indonesia Pada 25 Juli 2024 (Sumber: Instagram @greenpeaceid, 2024)

Unggahan ini merupakan salah satu konten yang dipublikasikan oleh akun Instagram @greenpeaceid pada tanggal 25 Juli 2024, dan memperoleh respons tinggi dari pengguna, sebagaimana terlihat dari 13.627 tanda suka serta 457 komentar. Dalam unggahan tersebut, disoroti permasalahan pencemaran lingkungan di Labota, Sulawesi Tengah, yang diakibatkan oleh aktivitas Pembangkit Listrik Tenaga Uap (PLTU) berbahan bakar batubara yang digunakan dalam proses hilirisasi nikel. Sebagai bentuk perlawanan terhadap memburuknya kualitas udara dan lingkungan, warga setempat kembali menggelar aksi protes dengan memblokir akses jalan menuju kawasan Indonesia Morowali Industrial Park (IMIP).

4. Pencemaran Plastik

Akun Instagram @greenpeaceid menempatkan isu pencemaran plastik sebagai salah satu tema prioritas dalam pelaksanaan strategi komunikasi lingkungan berbasis media digital. Penelitian ini difokuskan pada analisis terhadap pembentukan narasi, pola penyampaian pesan, serta pemaknaan yang dilakukan oleh pengguna melalui interaksi di platform Instagram. Media sosial dalam konteks ini berfungsi sebagai ruang partisipatif yang mendorong terbentuknya kesadaran bersama terkait urgensi krisis lingkungan akibat akumulasi limbah plastik.



Gambar 4. 21 Unggahan Tema Konten Pencemaran Plastik Greenpeace Indonesia Pada 24 April 2024 (Sumber: Instagram @greenpeaceid, 2024)

Konten ini merupakan bagian dari unggahan yang dirilis oleh akun Instagram @greenpeaceid pada 24 April 2024 dan menunjukkan tingkat keterlibatan audiens yang tinggi, tercermin dari perolehan 9.850 tanda suka dan 118 komentar. Dalam unggahan tersebut, Greenpeace mengkritisi peran perusahaan multinasional seperti @unilever, produsen dari merek @dove, yang secara konsisten tercatat sebagai salah satu penyumbang sampah plastik terbesar dalam audit merek global selama enam tahun terakhir. Unggahan ini juga mempertanyakan keseriusan komitmen perusahaan tersebut dalam mengadopsi sistem berkelanjutan, seperti model guna ulang dan isi ulang, sebagai langkah konkret dalam mengatasi krisis pencemaran plastik.



Gambar 4. 22 Unggahan Tema Konten Pencemaran Plastik Greenpeace Indonesia Pada 25 November 2024
(Sumber: Instagram @greenpeaceid, 2024)

Konten ini merupakan bagian dari unggahan yang dirilis oleh akun Instagram @greenpeaceid pada 25 November 2024 dan menunjukkan tingkat keterlibatan audiens yang tinggi, tercermin dari perolehan 1.386 tanda suka dan 6 komentar. Dalam unggahan tersebut, Perundingan kelima *Global Plastics Treaty* resmi dimulai hari ini, menjadi momen penting untuk menilai kembali komitmen dan peran negara-negara, termasuk Indonesia, dalam mengatasi krisis sampah plastik. Di Indonesia sendiri, permasalahan plastik, khususnya yang berakhir di laut, terus mengalami peningkatan seiring dengan dominasi industri yang masih mengandalkan plastik sebagai bahan utama kemasan produk.

Sampah plastik yang tidak terkelola dengan baik akan bermuara ke laut dan mengancam ekosistem pesisir, keanekaragaman hayati, serta kehidupan masyarakat nelayan. Meskipun pemerintah Indonesia telah mengeluarkan beberapa kebijakan terkait pengelolaan sampah dan pengurangan plastik sekali pakai, implementasinya dinilai belum maksimal dan belum menysasar akar persoalan secara menyeluruh. Kurangnya pendekatan struktural dan ketegasan terhadap produsen menjadi hambatan besar dalam mendorong solusi jangka panjang. Oleh karena itu, perundingan internasional ini menjadi peluang strategis untuk mendorong Indonesia mengambil langkah tegas dalam mengadopsi kebijakan pengurangan produksi plastik secara signifikan, memperkuat sistem daur ulang, serta mempercepat transisi menuju model ekonomi sirkular yang lebih berkelanjutan.

5. Energi Terbarukan VS Energi Fosil

Topik tema mengenai perbandingan antara energi terbarukan dan energi fosil merupakan salah satu isu utama yang diangkat oleh akun Instagram @greenpeace sebagai bagian dari upaya membangun literasi lingkungan melalui strategi komunikasi digital. Penelitian ini berfokus pada bagaimana isu tersebut dikonstruksi dalam bentuk narasi, dikomunikasikan kepada audiens, serta ditafsirkan oleh pengguna melalui interaksi dan partisipasi aktif di media sosial.



Gambar 4. 23 Unggahan Tema Konten Energi Terbarukan VS Energi Fosil Greenpeace Indonesia Pada 22 Januari 2025

(Sumber: Instagram @greenpeaceid, 2025)

Unggahan ini merupakan bagian dari konten yang dipublikasikan oleh akun Instagram @greenpeaceid pada 22 Januari 2025 dan memperoleh respons tinggi dari audiens, dengan 7.409 tanda suka dan 307 komentar. Dalam narasi unggahannya, Greenpeace menyampaikan kritik terhadap kepemimpinan Presiden dan Wakil Presiden Prabowo-Gibran, yang dinilai belum menunjukkan langkah konkret dalam mendorong transisi menuju energi terbarukan. Melalui penggunaan tagar seperti #FokusDiTerbarukan dan #OmonOmon, unggahan ini mengajak publik untuk mempertanyakan komitmen pemerintah terhadap upaya mitigasi krisis iklim yang terus memburuk dan mengancam keberlangsungan hidup masyarakat Indonesia.



Gambar 4. 24 Unggahan Tema Konten Energi Terbarukan VS Energi Fosil Greenpeace Indonesia Pada 31 Januari 2025

(Sumber: Instagram @greenpeaceid, 2025)

Unggahan ini merupakan bagian dari konten yang dipublikasikan oleh akun Instagram @greenpeaceid pada 31 Januari 2025 dan memperoleh respons tinggi dari audiens, dengan 405 tanda suka dan 5 komentar. Dalam narasi unggahannya, Investasi pada industri bahan bakar fosil berkontribusi memperburuk krisis iklim dan dapat berdampak negatif terhadap komunitas Muslim yang tinggal di wilayah terdampak. Mengalihkan investasi ke sektor Keuangan Islami Terpadu menawarkan alternatif yang lebih berkelanjutan, baik dari sisi keuntungan ekonomi maupun dampak lingkungan. Keuangan Islami, yang berprinsip pada investasi Halal, secara tegas menghindari pendanaan terhadap industri yang merugikan atau dilarang secara etika dan agama. Dalam konteks ini, prinsip-prinsip syariah selaras dengan nilai-nilai pelestarian lingkungan dalam Islam, sehingga dapat menjadi dasar kuat

untuk mendukung transisi menuju energi terbarukan dan proyek-proyek ramah lingkungan. Keuangan Islami berpotensi memainkan peran strategis dalam aksi iklim dengan mengarahkan dana ke sektor-sektor yang menjaga keseimbangan ekosistem, sekaligus memperkuat tanggung jawab umat Islam sebagai khalifah di muka bumi untuk menjaga kelestarian alam.

4.2.3 Bentuk Konten

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bentuk konten dalam setiap unggahan berdasarkan klasifikasi yang telah ditentukan sebelumnya. Bentuk konten merujuk pada bentuk penyampaian pesan konten yang disajikan oleh media kepada audiens dalam format yang lebih terfokus. Pemilihan bentuk konten ditentukan oleh maksud utama dari pesan konten yang hendak disampaikan. Dalam konteks penelitian ini, bentuk konten dikategorikan menurut bentuk komunikasi, yaitu informatif, persuasif, dan koersif.

Kategori bentuk konten pertama adalah bentuk konten informatif, yakni bentuk konten yang bertujuan menyampaikan informasi faktual secara langsung kepada audiens. Pada unggahan akun Instagram Greenpeace Internasional (@greenpeace) dan Greenpeace Indonesia (@greenpeaceid), bentuk konten ini digunakan untuk menampilkan temuan-temuan aktual terkait isu-isu lingkungan. Informasi yang disampaikan dapat berbentuk data maupun representasi visual yang dirancang untuk memperjelas pesan kepada publik.

Kategori bentuk konten kedua adalah bentuk konten persuasif, yakni bentuk konten yang bertujuan untuk mempengaruhi atau mengajak audiens untuk melakukan aksi dalam suatu gerakan dalam menjaga keseimbangan lingkungan alam. Kategori bentuk konten ketiga adalah bentuk konten koersif, yakni bentuk konten yang berupaya pemaksaan yang dapat diwujudkan melalui tindakan intimidatif, ancaman, atau tekanan psikologis terhadap individu atau kelompok lain.

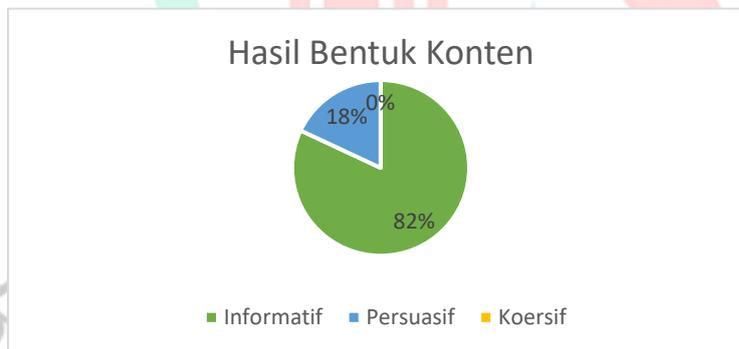
Berdasarkan hasil klasifikasi terhadap bentuk konten yang terkandung dalam setiap unggahan akun instagram @greenpeace dan @greenpeaceid, diperoleh temuan sebagai berikut:

Tabel 4. 5 Tabel Jumlah Bentuk Konten Instagram @greenpeace dan @greenpeaceid

| Kategori | Indikator | Akun Instagram | | Juml | % |
|---------------|------------|----------------|---------------|------|------|
| | | @greenpeace | @greenpeaceid | | |
| Bentuk Konten | Informatif | 121 | 110 | 231 | 82% |
| | Persuasif | 42 | 8 | 50 | 18% |
| | Koersif | 0 | 0 | 0 | 0% |
| Total | | | | 281 | 100% |

Sumber: Olahan Peneliti

Berdasarkan hasil analisis terhadap bentuk-bentuk konten yang diunggah, diketahui bahwa konten berbentuk informatif mendominasi dengan persentase sebesar 82% dari total keseluruhan unggahan. Dominasi ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi utama yang diterapkan oleh kedua akun Instagram yang dianalisis berfokus pada penyampaian informasi secara objektif dan edukatif. Di peringkat selanjutnya, konten dengan pendekatan persuasif menempati porsi 18%, menggambarkan adanya upaya untuk membangun keterlibatan dan memengaruhi opini audiens secara halus. Sementara itu, konten berjenis koersif tidak ditemukan sama sekali (0%), yang menandakan bahwa pendekatan komunikasi yang bersifat menekan, mengancam, atau memaksakan tidak menjadi bagian dari strategi yang diadopsi oleh kedua akun tersebut.



Gambar 4. 25 Hasil Persentase Jenis Konten Kedua Instagram (Hasil Olahan Peneliti, 2025)

Sebagian besar unggahan bentuk konten dari kedua Instagram yang diteliti lebih mendominasi bentuk konten informatif dalam pengemasan bentuk konten. Hal tersebut dalam pengemasan konten yang bertujuan untuk menyampaikan informasi atau pengetahuan secara faktual, objektif, dan jelas kepada audiens. Fokus utamanya adalah memberikan pemahaman atau menambah wawasan pembaca atau audiens tentang suatu isu, peristiwa, data, atau topik tertentu tanpa bermaksud membujuk atau mempengaruhi secara emosional.

Dalam konteks strategi pengemasan konten pada kedua akun Instagram yang diteliti, bentuk konten informatif cenderung digunakan secara dominan untuk mengulas berbagai isu lingkungan, seperti deforestasi, perubahan iklim, hingga

upaya pelestarian alam. Penyampaian pesan dilakukan melalui penyajian data ilmiah, temuan faktual di lapangan, serta uraian analitis yang bertujuan memperdalam pemahaman audiens terhadap permasalahan yang diangkat.

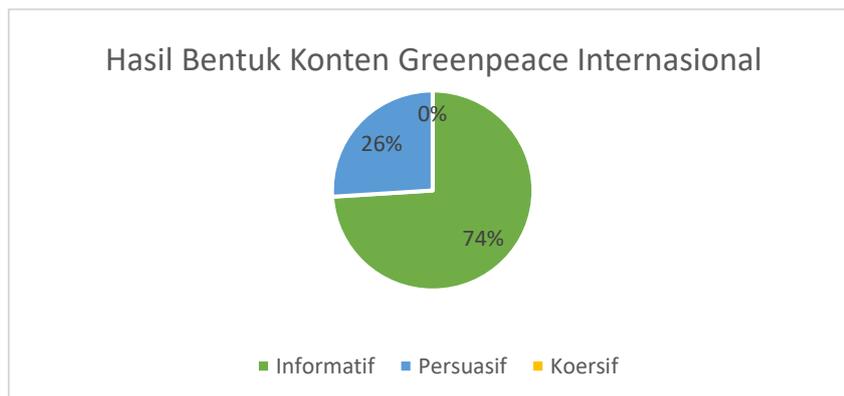
1. Hasil Bentuk Konten Instagram Greenpeace Internasional

Tabel 4.6 Tabel Hasil Bentuk Konten Instagram Greenpeace Internasional @greenpeace

| Kategori | Indikator | Deskripsi | Jumlah Unggahan | % |
|----------------------|------------|--|-----------------|-----|
| Bentuk Konten | Informatif | Konten informatif adalah konten yang memberikan informasi berdasarkan fakta, sehingga membantu audiens memahami dan mengambil keputusan dengan bijak. | 121 | 74% |
| | Persuasif | Konten persuasif digunakan untuk memengaruhi orang agar mengubah pendapat, sikap, atau tindakan melalui ajakan yang meyakinkan. | 42 | 26% |
| | Koersif | Konten koersif merupakan bentuk komunikasi yang menekankan pada pemaksaan terhadap penerima pesan dengan bersifat mengancam untuk mengikuti suatu tindakan tertentu. | 0 | 0% |

Sumber: Olahan Peneliti

Merujuk pada data yang disajikan dalam tabel, ditemukan bahwa akun Instagram Greenpeace Internasional (@greenpeace) paling banyak memanfaatkan konten berjenis informatif, dengan total sebanyak 121 unggahan. Di sisi lain, konten persuasif tercatat sebanyak 42 unggahan. Adapun konten koersif tidak ditemukan dalam keseluruhan unggahan yang dianalisis, yang menunjukkan bahwa jenis pesan yang bersifat mengancam atau menekan tidak menjadi bagian dari strategi komunikasi akun tersebut. Temuan ini menunjukkan bahwa @greenpeace lebih mengedepankan pendekatan informatif dalam menyampaikan isu-isu lingkungan kepada audiensnya.



Gambar 4. 26 Hasil Persentase Bentuk Konten Akun Instagram @greenpeace (Hasil Olahan Peneliti, 2025) Akun Instagram Greenpeace Internasional (@greenpeace) memperlihatkan kecenderungan dominan dalam memanfaatkan konten berjenis informatif sebagai bentuk utama pengemasan pesan. Pemilihan strategi ini tampaknya didasarkan pada efektivitas konten informatif dalam menyampaikan isu-isu lingkungan yang umumnya bersifat kompleks dan membutuhkan pemaparan secara komprehensif. Melalui pendekatan ini, informasi disampaikan berdasarkan data dan fakta yang dapat diverifikasi, tanpa disertai opini subjektif. Selain itu, konten informatif juga memiliki fungsi edukatif, yakni memberikan pemahaman yang lebih mendalam kepada audiens mengenai isu-isu yang diangkat.

1. **Informatif**

Bentuk pesan informatif yang disampaikan melalui akun Instagram @greenpeace secara langsung menampilkan temuan-temuan yang diperoleh oleh Greenpeace Internasional, baik dalam bentuk data maupun visual. Penyajian tersebut bertujuan untuk memberikan informasi yang relevan terkait berbagai isu dan permasalahan lingkungan yang tengah dihadapi secara global. Analisis terhadap bentuk konten informatif yang digunakan sebagai unit analisis dalam penelitian ini disajikan pada uraian berikut:



Gambar 4. 27 Unggahan Bentuk Konten Informatif Greenpeace Internasional Pada 25 November 2024
(Sumber: Instagram @greenpeace, 2024)

Dalam narasi unggahannya, Aksi simbolik yang dilakukan Greenpeace Korea dari ketinggian gedung pada hari pertama perundingan *Global Plastics Treaty* menjadi bentuk protes visual yang kuat terhadap kurangnya transparansi dalam proses negosiasi internasional yang dipengaruhi oleh kepentingan industri bahan bakar fosil. Pesan yang disampaikan menekankan bahwa masyarakat global terus memantau proses ini dan tidak akan tinggal diam jika kepentingan publik dikorbankan demi keuntungan ekonomi jangka pendek. Perjanjian global ini dipandang sebagai peluang penting untuk mengatasi krisis plastik secara menyeluruh, dan karena itu, tekanan publik diarahkan agar pemerintah menyepakati kebijakan yang berani, seperti pengurangan produksi plastik secara signifikan, penguatan sistem guna ulang, serta perlindungan terhadap komunitas yang terdampak langsung oleh pencemaran plastik.



Gambar 4. 28 Unggahan Bentuk Konten Informatif Greenpeace Internasional Pada 23 Januari 2025
(Sumber: Instagram @greenpeace, 2025)

Salah satu unggahan oleh akun Instagram @greenpeace pada tanggal 23 Januari 2025 memuat sebuah video visual berlatar situasi bencana alam, disertai dengan pesan teks *“Never forget that oil and gas CEOs have spent two generations conspiring to burn our planet for profit, and they're just sitting out there, living like kings while millions of lives are shattered by fires, floods, droughts, and other extreme weather disasters.”* Konten ini digolongkan sebagai konten informatif karena berfokus pada penyampaian informasi mengenai dampak destruktif dari aktivitas industri minyak dan gas terhadap krisis iklim. Melalui visualisasi tersebut, Greenpeace membangun narasi kritis yang mengingatkan publik akan peran signifikan para pemimpin industri energi fosil dalam memperburuk kondisi planet demi kepentingan ekonomi, di tengah penderitaan jutaan orang akibat bencana alam yang semakin ekstrem.

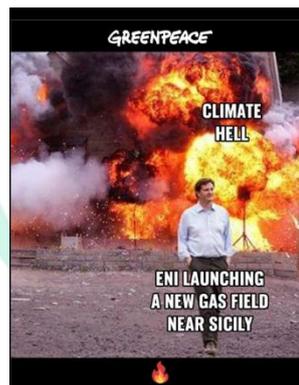
Unggahan tersebut mendapat respons yang cukup signifikan dari warganet, dengan total 7.294 tanda suka dan 119 komentar, yang mayoritas berisi ekspresi kekecewaan dan kekhawatiran terhadap isu yang disampaikan. Dalam keterangan unggahan, Greenpeace menyertakan narasi panjang yang menjelaskan bahwa perusahaan-perusahaan bahan bakar fosil sebenarnya telah mengetahui sejak beberapa dekade lalu mengenai dampak serius produk mereka terhadap krisis iklim. Namun demikian, alih-alih menghentikan praktik eksplorasi, mereka justru memilih untuk mengabaikan bukti ilmiah dan menginvestasikan sumber daya dalam upaya penyangkalan, disinformasi, serta penundaan kebijakan iklim.

Disebutkan pula bahwa bahan bakar fosil merupakan penyumbang utama emisi gas rumah kaca global, dengan kontribusi lebih dari 75 persen. Aktivitas pengeboran dan pembakaran bahan bakar ini menyebabkan pemanasan global yang memperparah intensitas serta frekuensi bencana iklim ekstrem seperti gelombang panas, banjir, kebakaran hutan, dan badai. Dalam konteks tersebut, Greenpeace menyerukan agar para pemimpin dunia bertindak tegas dengan menuntut pertanggungjawaban dari perusahaan

minyak besar, menghentikan aktivitas pengeboran, serta mendorong mereka untuk membayar kerugian yang ditimbulkan akibat dampak krisis iklim.

2. Persuasif

Pesan-pesan persuasif yang disampaikan melalui akun Instagram @greenpeace merefleksikan temuan-temuan lapangan yang diperoleh oleh Greenpeace Internasional, dan diarahkan untuk mendorong partisipasi aktif dari para pengikut. Bentuk ajakan tersebut diwujudkan dalam seruan untuk mengambil tindakan nyata, salah satunya melalui keterlibatan dalam pengisian petisi yang disebarluaskan oleh akun @greenpeace. Strategi ini dimaksudkan untuk membangun kesadaran sekaligus memengaruhi sikap publik terhadap berbagai persoalan lingkungan yang mendesak di tingkat global.



Gambar 4. 29 Unggahan Bentuk Konten Persuasif Greenpeace Internasional Pada 22 Agustus 2024
(Sumber: Instagram @greenpeace, 2024)

Unggahan ini merupakan bagian dari konten yang dipublikasikan oleh akun Instagram @greenpeace pada 22 Agustus 2024 dan memperoleh respons tinggi dari audiens, dengan 4.398 tanda suka dan 55 komentar. Dalam unggahan tersebut menjelaskan di tengah kondisi planet yang semakin terdampak krisis iklim, perusahaan energi asal Italia, ENI, justru memperluas produksi gas fosil di wilayah Selat Sisilia. Langkah ini diambil setelah serangkaian bencana iklim seperti gelombang panas ekstrem, kekeringan, banjir, dan peningkatan suhu laut yang mengkhawatirkan terjadi selama musim panas. Ekspansi ini menunjukkan bahwa kepentingan korporasi masih seringkali mengabaikan keselamatan lingkungan dan masyarakat, meskipun bahan bakar fosil telah diakui sebagai penyebab

utama krisis iklim. Oleh karena itu, desakan publik terus menguat agar Uni Eropa mengambil tindakan tegas, termasuk melarang proyek-proyek energi fosil baru demi melindungi masa depan yang lebih aman dan berkelanjutan. Tandatangani Surat Terbuka dan desak Uni Eropa untuk bertindak.



Gambar 4. 30 Unggahan Bentuk Konten Persuasif Greenpeace Internasional Pada 29 Januari 2025 (Sumber: Instagram @greenpeace, 2025)

Salah satu unggahan gambar tunggal oleh akun Instagram @greenpeace pada 29 Januari 2025 menampilkan sejumlah ilustrasi animasi yang disertai dengan teks naratif serta data berbasis fakta. Konten ini diklasifikasikan sebagai bentuk pesan persuasif karena tidak hanya memberikan penjelasan mengenai isu lingkungan, tetapi juga mengandung ajakan yang bertujuan memengaruhi audiens untuk terlibat secara aktif. Ajakan tersebut diwujudkan dalam bentuk partisipasi dalam petisi yang menyerukan penghentian eksplorasi gas fosil baru sebagai respons terhadap krisis iklim yang terus memburuk.

Unggahan tersebut memperoleh respons yang cukup besar dari para pengguna Instagram, dengan total 2.193 tanda suka dan 22 komentar yang umumnya berisi reaksi berupa dukungan, keprihatinan, kesedihan, serta kekecewaan atas isu yang diangkat. Dalam deskripsi unggahan, Greenpeace menyampaikan narasi yang mengkritik proyek Neptun Deep sebagai bentuk nyata dari ancaman krisis iklim, yang digambarkan sebagai “sebuah

mahakarya kehancuran.” Greenpeace menekankan bahwa proyek pengeboran gas fosil berskala besar yang akan dibangun di Laut Hitam, lepas pantai Rumania, bukanlah pencapaian, melainkan ancaman serius bagi keberlanjutan lingkungan dan keselamatan masyarakat. Melalui narasi tersebut, Greenpeace menyuarakan urgensi penghentian proyek tersebut dan mengajak para pengikut untuk turut serta menandatangani surat terbuka sebagai bentuk perlawanan terhadap Neptun Deep maupun seluruh proyek bahan bakar fosil baru di wilayah Eropa, dengan menyertakan tautan ajakan pada bagian bio akun mereka.

2. Hasil Bentuk Konten Instagram Greenpeace Indonesia

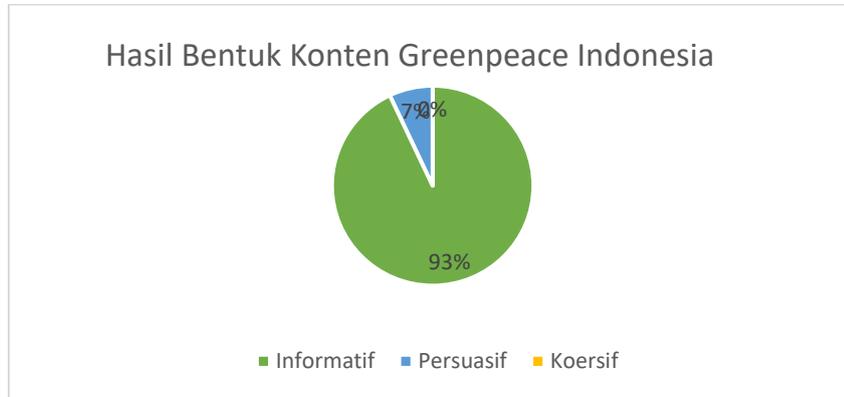
Tabel 4. 7 Tabel Hasil Bentuk Konten Instagram Greenpeace Indonesia @greenpeaceid

| Kategori | Indikator | Deskripsi | Jumlah Unggahan | % |
|----------------------|------------|--|-----------------|-----|
| Bentuk Konten | Informatif | Konten informatif adalah konten yang memberikan informasi berdasarkan fakta, sehingga membantu audiens memahami dan mengambil keputusan dengan bijak. | 110 | 93% |
| | Persuasif | Konten persuasif digunakan untuk memengaruhi orang agar mengubah pendapat, sikap, atau tindakan melalui ajakan yang meyakinkan. | 8 | 7% |
| | Koersif | Konten koersif merupakan bentuk komunikasi yang menekankan pada pemaksaan terhadap penerima pesan dengan bersifat mengancam untuk mengikuti suatu tindakan tertentu. | 0 | 0% |

Sumber: Olahan Peneliti

Data yang disajikan dalam tabel menunjukkan bahwa akun Instagram Greenpeace Indonesia (@greenpeaceid) secara signifikan lebih banyak menggunakan konten informatif, dengan total 110 unggahan. Sebaliknya, konten persuasif hanya tercatat sebanyak 8 unggahan, sementara konten koersif tidak ditemukan sama sekali dalam keseluruhan materi yang dianalisis. Ketidakhadiran konten koersif ini mengindikasikan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan tidak melibatkan pesan-pesan yang bersifat menekan atau mengintimidasi. Hal ini memperkuat dugaan bahwa

@greenpeaceid mengedepankan pendekatan informatif sebagai saluran utama dalam mengomunikasikan isu-isu lingkungan kepada audiensnya.



Gambar 4. 31 Hasil Persentase Bentuk Konten Akun Instagram @greenpeaceid (Hasil Olahan Peneliti, 2025)

Akun Instagram Greenpeace Indonesia (@greenpeaceid) menunjukkan kecenderungan kuat dalam mengandalkan bentuk konten informatif sebagai pengemasan bentuk konten utama dalam menyusun dan menyampaikan pesan-pesan komunikatifnya. Strategi ini dipilih karena bentuk konten informatif dinilai mampu menjelaskan isu-isu lingkungan yang kompleks secara menyeluruh dan berbasis bukti. Melalui pendekatan tersebut, informasi yang disampaikan bersifat faktual dan dapat dipertanggungjawabkan, tanpa memuat unsur opini atau pandangan subjektif. Di samping itu, konten ini juga berperan sebagai sarana edukasi yang bertujuan memperluas wawasan dan meningkatkan pemahaman publik terhadap permasalahan lingkungan yang tengah terjadi.

1. **Informatif**

Konten informatif yang diunggah oleh akun Instagram @greenpeaceid umumnya memuat hasil-hasil temuan dari Greenpeace Indonesia yang disajikan dalam format data maupun visualisasi grafis. Penyampaian ini dirancang untuk menyajikan informasi yang substansial dan aktual mengenai berbagai persoalan lingkungan yang sedang berlangsung di Indonesia. Uraian berikut menyajikan hasil telaah terhadap bentuk konten informatif yang dijadikan unit analisis dalam penelitian ini.:



Gambar 4. 32 Unggahan Bentuk Konten Informatif Greenpeace Indonesia Pada 13 Desember 2024
(Sumber: Instagram @greenpeaceid, 2024)

Unggahan ini merupakan bagian dari konten yang dipublikasikan oleh akun Instagram @greenpeaceid pada 13 Desember 2024 dan memperoleh respons tinggi dari audiens, dengan 655 tanda suka dan 7 komentar. Dalam unggahan tersebut menjelaskan sebelas warga dari Sumatera Selatan mengajukan gugatan hukum terhadap tiga perusahaan atas kebakaran hutan dan lahan yang menyebabkan kabut asap serta berdampak langsung pada kesehatan, lingkungan, dan mata pencaharian mereka. Dalam gugatan tersebut, para penggugat menuntut hak konstitusional atas udara bersih yang telah terlanggar. Greenpeace Indonesia juga terlibat sebagai penggugat intervensi dan menyatakan bahwa PT Bumi Mekar Hijau, PT Bumi Andalas Permai, dan PT Sebangun Bumi Andalas Wood Industries bertanggung jawab atas pencemaran udara dan kerusakan ekosistem gambut di wilayah Sungai Sugihan–Sungai Lumpur. Partisipasi publik dalam mengawal proses hukum ini menjadi krusial untuk menjamin keadilan bagi warga terdampak, meningkatkan akuntabilitas perusahaan, serta mencegah terulangnya kerusakan lingkungan di masa depan.



Gambar 4. 33 Unggahan Bentuk Konten Informatif Greenpeace Indonesia Pada 31 Desember 2024 (Sumber: Instagram @greenpeaceid, 2024)

Salah satu konten berbentuk gambar tunggal yang dipublikasikan oleh akun Instagram @greenpeaceid pada 31 Desember 2024 menampilkan cuplikan video yang merespons pernyataan Presiden Prabowo mengenai isu deforestasi hutan. Dalam unggahan tersebut turut disertakan teks “BELOM 100 HARI ADA SAJA GEBRAKANNYA” sebagai bentuk kritik terhadap langkah awal pemerintah. Konten ini diklasifikasikan sebagai konten informatif karena bertujuan menyampaikan dampak ekologis dari praktik deforestasi yang berkaitan dengan perluasan lahan sawit, yang berpotensi mengganggu stabilitas lingkungan di Indonesia.

Unggahan tersebut memperoleh respons yang cukup tinggi dari pengguna Instagram, dengan mencatat 26.084 tanda suka dan 2.118 komentar. Sebagian besar komentar menunjukkan rasa kecewa dan kekhawatiran publik terhadap isu yang diangkat. Dalam narasi yang menyertai unggahan, Greenpeace Indonesia menyampaikan kritik secara terbuka kepada Presiden Prabowo, dengan menekankan pentingnya mengedepankan pernyataan yang berbasis data dan konsultasi dengan para ahli serta pembantu kebijakan.

Greenpeace juga menyoroti kerusakan ekologis yang telah berlangsung sejak era pemerintahan sebelumnya, dimulai dari eksploitasi hutan oleh perusahaan HPH di masa Orde Baru, dilanjutkan dengan aktivitas pertambangan batu bara, dan kini diperparah oleh ekspansi industri kelapa sawit. Secara keseluruhan, unggahan ini menyampaikan seruan moral agar

pemerintah mengadopsi pendekatan yang lebih hati-hati dan bertanggung jawab dalam merumuskan kebijakan lingkungan.

2. Persuasif

Konten persuasif yang disebarluaskan oleh akun Instagram @greenpeaceid merupakan bentuk komunikasi yang memanfaatkan temuan lapangan Greenpeace Indonesia sebagai dasar untuk membangun keterlibatan audiens. Melalui ajakan-ajakan yang bersifat ajakan langsung, seperti partisipasi dalam penandatanganan petisi pada akun ini berupaya menggerakkan pengikutnya agar tidak hanya menyimak, tetapi juga bertindak. Strategi ini dirancang untuk menumbuhkan kesadaran ekologis serta membentuk opini publik yang mendukung perubahan kebijakan atau tindakan kolektif terhadap persoalan lingkungan yang mendesak secara nasional.

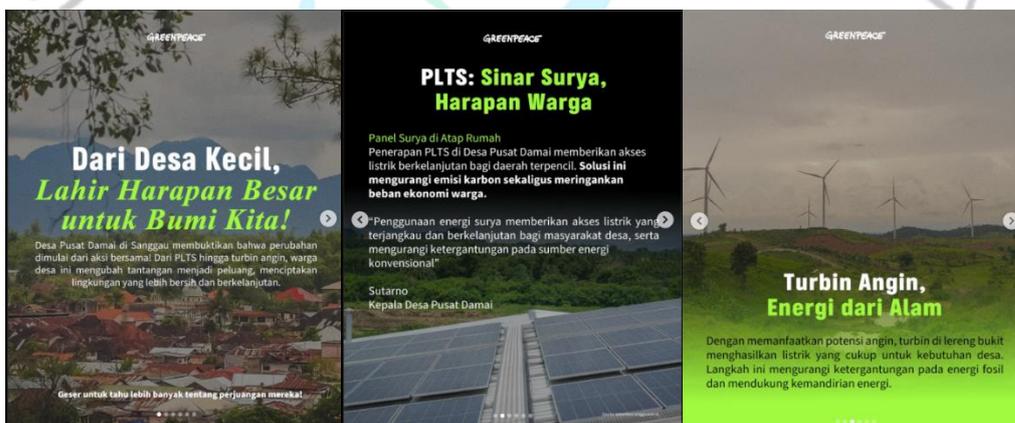


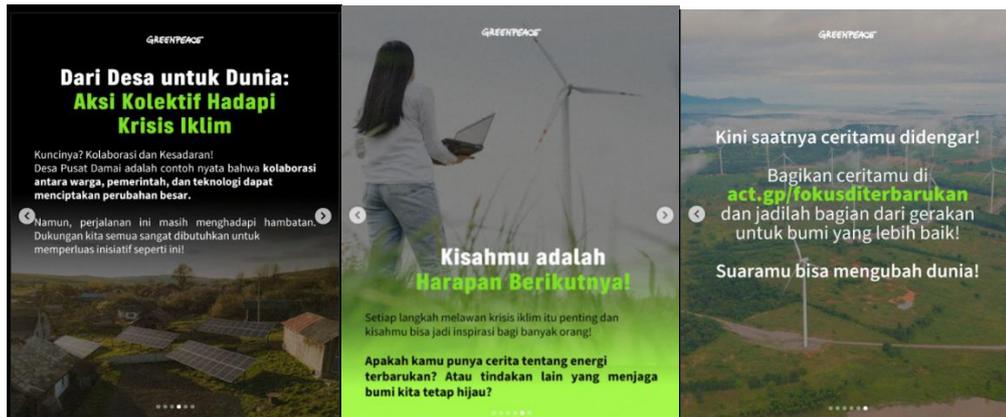
Gambar 4. 34 Unggahan Bentuk Konten Persuasif Greenpeace Indonesia Pada 19 Juli 2024
(Sumber: Instagram @greenpeaceid, 2024)

Salah satu unggahan berbentuk gambar tunggal dari akun Instagram @greenpeaceid yang dipublikasikan pada 19 Juli 2024 memuat sebuah video disertai narasi faktual. Konten ini dikategorikan sebagai pesan persuasif karena tidak hanya menyampaikan informasi mengenai permasalahan lingkungan di Papua, tetapi juga disusun untuk membujuk audiens agar mengambil tindakan. Ajakan tersebut diwujudkan melalui permohonan partisipasi dalam sebuah petisi yang menuntut dihentikannya praktik deforestasi di wilayah Papua, yang dinilai merugikan komunitas masyarakat adat setempat.

Unggahan tersebut mendapatkan respons yang cukup signifikan dari pengguna Instagram, dengan mencatat sebanyak 8.692 tanda suka dan 65 komentar. Mayoritas tanggapan mencerminkan bentuk dukungan, empati, keprihatinan, serta kekecewaan terhadap isu yang diangkat. Dalam deskripsi unggahan, Greenpeace Indonesia mengangkat narasi perjuangan masyarakat adat Suku Awyu dan Moi yang masih berlangsung. Greenpeace menekankan pentingnya suara publik sebagai bentuk solidaritas dan dukungan luas terhadap hak-hak masyarakat adat, tidak hanya terbatas pada dua suku tersebut, tetapi juga bagi komunitas adat lain yang menghadapi persoalan serupa.

Dinyatakan bahwa harapan akhir perjuangan hukum kedua suku tersebut berada di tangan Mahkamah Agung, menyusul pengajuan kasasi pada Maret dan Mei 2024. Greenpeace juga menyoroti nilai ekologis hutan Papua sebagai habitat berbagai spesies langka, seperti burung cenderawasih dan kakatua, serta pentingnya peran hakim dalam mengambil keputusan yang tidak hanya berdampak pada pemulihan hak masyarakat adat, tetapi juga pada kelestarian hutan yang tersisa. Unggahan ini ditutup dengan ajakan konkret kepada publik untuk mendukung petisi melalui tautan act.gp/dukung-awyu.





Gambar 4. 35 Unggahan Bentuk Konten Persuasif Greenpeace Indonesia Pada 30 November 2024
(Sumber: Instagram @greenpeaceid, 2024)

Unggahan ini merupakan bagian dari konten yang dipublikasikan oleh akun Instagram @greenpeaceid pada 30 November 2024 dan memperoleh respons tinggi dari audiens, dengan 1.185 tanda suka dan 6 komentar. Dalam unggahan tersebut menjelaskan Mari berkenalan dengan Desa Pusat Damai di Sanggau, Kalimantan Barat, yang menjadi contoh nyata pemanfaatan energi terbarukan di tingkat lokal. Desa ini telah berhasil menunjukkan bahwa energi surya mampu memenuhi kebutuhan listrik sehari-hari tanpa harus bergantung pada energi fosil. Panel-panel surya kini terpasang di berbagai titik penting, seperti fasilitas umum, rumah warga, dan kantor pemerintahan desa. Inisiatif ini tidak hanya membantu mengurangi emisi karbon, tetapi juga memperkuat komitmen masyarakat menuju pembangunan yang ramah lingkungan dan berkelanjutan. Kisah Desa Pusat Damai menjadi inspirasi bahwa transisi energi bersih dapat dimulai dari komunitas kecil.

4.2.4 Jenis Konten

Penelitian ini mengidentifikasi jenis penyajian konten pada setiap unggahan dengan merujuk pada klasifikasi yang telah ditetapkan sebelumnya. Kategori tersebut selanjutnya dianalisis untuk menilai kesesuaiannya dengan indikator-indikator yang telah dirumuskan dalam instrumen penelitian. Jenis konten diklasifikasikan ke dalam tiga jenis, yaitu gambar tunggal, carousel, dan video reels. Setiap unggahan yang dijadikan unit analisis dipilih berdasarkan tingkat

representatifnya dalam menggambarkan pola pengemasan konten sesuai dengan klasifikasi penelitian ini.

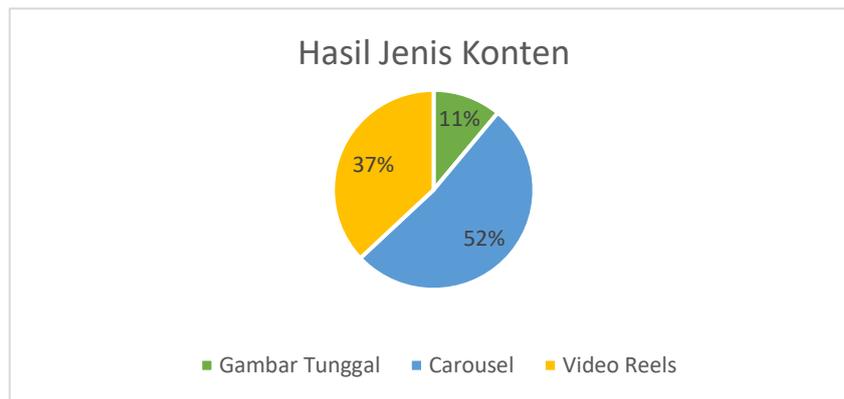
Jenis konten yang pertama adalah Gambar Tunggal, yakni unggahan pada feed Instagram yang hanya memuat satu elemen visual. Dalam konteks akun @greenpeace dan @greenpeaceid, bentuk ini umumnya digunakan untuk menyampaikan pesan melalui ucapan, infografis, data visual, maupun peringatan hari besar tertentu. Selanjutnya yang kedua, jenis konten kedua adalah carousel, yaitu fitur yang memungkinkan publikasi beberapa gambar atau video dalam satu unggahan, sehingga pengguna dapat menyajikan informasi secara lebih runtut dan mendalam. Adapun jenis konten ketiga adalah video reels, yaitu video pendek berdurasi maksimal 90 detik atau lebih yang digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan terkait isu lingkungan secara singkat namun menarik secara visual.

Tabel 4. 8 Tabel Jumlah Jenis Konten Instagram @greenpeace dan @greenpeaceid

| Kategori | Indikator | Akun Instagram | | Juml | % |
|--------------|----------------|----------------|---------------|------|------|
| | | @greenpeace | @greenpeaceid | | |
| Jenis Konten | Gambar Tunggal | 26 | 4 | 30 | 11% |
| | Carousel | 77 | 69 | 146 | 52% |
| | Video Reels | 60 | 45 | 105 | 37% |
| Total | | | | 281 | 100% |

Sumber: Olahan Peneliti

Berdasarkan hasil analisis terhadap jenis konten yang dipublikasikan, ditemukan bahwa jenis konten *carousel* merupakan bentuk yang paling dominan, dengan proporsi sebesar 52% dari total unggahan. Temuan ini mengindikasikan bahwa *carousel* menjadi strategi utama dalam presentasi visual konten di kedua akun Instagram yang diteliti. Di posisi berikutnya, konten berjenis *video reels* mencakup 37% dari seluruh unggahan, yang mencerminkan preferensi kedua akun dalam menyampaikan informasi secara dinamis melalui media audio-visual. Sementara itu, konten berupa gambar tunggal hanya menyumbang 11%, mengisyaratkan bahwa meskipun masih digunakan, jenis konten ini tidak menjadi pilihan utama dalam strategi komunikasi visual yang diterapkan oleh kedua akun.



Gambar 4. 36 Hasil Persentase Jenis Konten Kedua Instagram (Hasil Olahan Peneliti, 2025)

Sebagian besar unggahan konten dari kedua Instagram yang diteliti lebih mendominasi jenis konten Carousel dalam pengemasan jenis konten. Hal tersebut dalam pengemasan informasi secara bertahap serta komperhensif, isu lingkungan sering kali memuat informasi yang kompleks dan memerlukan penjabaran yang mendalam. Format carousel memungkinkan pemecahan informasi ke dalam beberapa bagian visual, sehingga memfasilitasi penyampaian pesan secara bertahap, terstruktur, dan mudah dipahami oleh audiens.

Carousel mendorong pengguna untuk melakukan interaksi aktif, seperti menggeser slide dan menyimak konten secara berurutan. Hal ini berdampak pada meningkatnya durasi keterlibatan pengguna (dwell time), yang secara algoritmik dapat meningkatkan visibilitas konten di linimasa Instagram. Carousel menjadi alternatif untuk memperluas ruang penyampaian materi edukatif dalam bentuk visual, dengan jenis konten ini kedua akun instagram dapat menyampaikan konten berlapis secara ringkas namun substansial. peneliti.

1. Hasil Jenis Konten Instagram Greenpeace Internasional

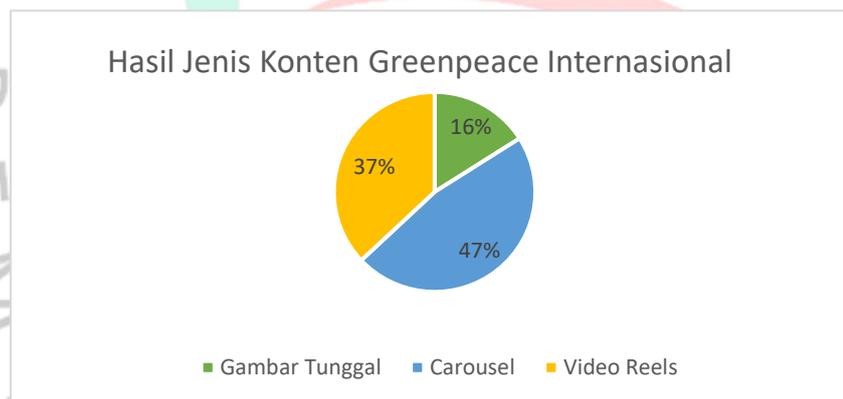
Tabel 4. 9 Tabel Hasil Jenis Konten Instagram Greenpeace Internasional @greenpeace

| Kategori | Indikator | Deskripsi | Jumlah Unggahan | % |
|--------------|----------------|--|-----------------|-----|
| Jenis Konten | Gambar Tunggal | Gambar tunggal adalah format konten di media sosial yang menampilkan satu visual dalam satu unggahan tanpa tambahan slide atau elemen lainnya. | 26 | 16% |
| | Carousel | Fitur carousel memungkinkan pengguna membagikan beberapa foto atau video sekaligus dalam satu unggahan di media sosial. | 77 | 47% |

| | | | |
|-------------|--|----|-----|
| Video Reels | Video reels adalah format video vertikal berdurasi hingga satu menit yang bisa diedit dengan musik, teks, dan efek sebelum dibagikan di Instagram. | 60 | 37% |
|-------------|--|----|-----|

Sumber: Olahan Peneliti

Berdasarkan data pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa jenis konten yang paling sering digunakan oleh akun Instagram Greenpeace Internasional (@greenpeace) adalah jenis konten berformat carousel, dengan total unggahan mencapai 77 konten. Sementara itu, jenis konten gambar tunggal tampak kurang mendominasi dalam keseluruhan unggahan akun tersebut. Temuan ini mengindikasikan bahwa akun @greenpeace lebih mengandalkan format carousel dalam menyampaikan pesan-pesan lingkungan. Format ini memberikan fleksibilitas bagi pengguna untuk membagikan beberapa gambar atau video sekaligus dalam satu kali unggahan, sehingga dinilai efektif dalam menyampaikan informasi secara lebih komprehensif dan menarik.



Gambar 4. 37 Hasil Persentase Jenis Konten Akun Instagram @greenpeace (Hasil Olahan Peneliti, 2025)

Akun Instagram Greenpeace Internasional (@greenpeace) menunjukkan kecenderungan kuat dalam menggunakan jenis konten carousel sebagai pengemasan informasi. Strategi ini tampaknya dipilih karena mampu mengakomodasi penyajian isu-isu lingkungan yang kerap kali bersifat kompleks dan membutuhkan penjabaran yang mendalam. Melalui jenis konten carousel, informasi dapat disusun secara bertingkat dalam beberapa slide visual, yang memungkinkan narasi disampaikan secara lebih runtut, sistematis, dan mudah dicerna oleh pengikutnya.

1. Gambar Tunggal

Penelitian ini menentukan pada konten visual berbentuk gambar tunggal yang diunggah oleh akun Instagram @greenpeace, berdasarkan kategori yang telah ditetapkan sebelumnya. Gambar-gambar tersebut memuat informasi dan visualisasi mengenai permasalahan lingkungan dalam lingkup global. Unit analisis yang digunakan adalah setiap unggahan gambar tunggal, yang akan ditelaah secara mendalam guna memahami bagaimana isu-isu lingkungan dikomunikasikan dan dikonstruksi melalui platform media sosial Instagram. Berikut merupakan hasil kajian terhadap gambar tunggal yang dipilih sebagai unit analisis dalam penelitian ini:



Gambar 4. 38 Unggahan Jenis Konten Gambar Tunggal Greenpeace Internasional Pada 25 Juli 2024 (Sumber: Instagram @greenpeace, 2024)

Unggahan ini merupakan bagian dari konten yang dipublikasikan oleh akun Instagram @greenpeace pada 25 Juli 2024 dan memperoleh respons tinggi dari audiens, dengan 1.468 tanda suka dan 4 komentar. Dalam unggahan tersebut menjelaskan Topan Gaemi yang melanda Filipina telah mengakibatkan banjir hebat di sejumlah wilayah, menyebabkan sedikitnya 12 korban jiwa dan memaksa lebih dari 600.000 orang meninggalkan tempat tinggal mereka. Di tengah penderitaan masyarakat akibat bencana iklim ini, perusahaan-perusahaan bahan bakar fosil justru terus memperoleh keuntungan besar, meskipun aktivitas mereka merupakan penyumbang utama krisis iklim global. Situasi ini menyoroti ketimpangan yang nyata antara penderitaan masyarakat terdampak dan keuntungan korporasi, sehingga diperlukan aksi internasional yang mendesak untuk mendorong akuntabilitas industri bahan bakar fosil termasuk penghentian eksplorasi baru dan kontribusi finansial terhadap pemulihan serta adaptasi iklim.



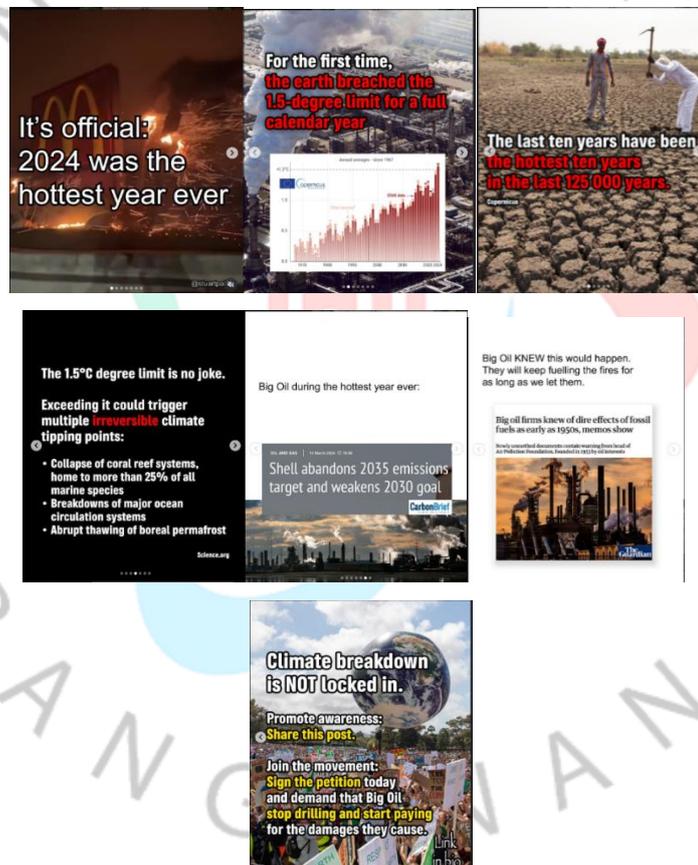
Gambar 4. 39 Unggahan Jenis Konten Gambar Tunggal Greenpeace Internasional Pada 14 Agustus 2024
(Sumber: Instagram @greenpeace, 2024)

Salah satu konten gambar tunggal yang diunggah oleh akun Instagram @greenpeace pada 14 Agustus 2024 menampilkan sebuah visual dengan latar hutan serta pesan teks “*OUR PLANET IS WORTH MORE THAN OIL COMPANY PROFITS*”. Konten ini dikategorikan sebagai gambar tunggal karena hanya memuat satu elemen visual utama. Melalui penyajian visual tersebut, Greenpeace menyampaikan narasi bahwa nilai keberlangsungan bumi jauh lebih penting daripada kepentingan ekonomi perusahaan minyak, menekankan urgensi perlindungan lingkungan dalam menghadapi eksploitasi sumber daya alam.

Konten tersebut memperoleh respons yang cukup tinggi, yakni sebanyak 4.828 ribu tanda suka dan 35 komentar, yang sebagian besar berisi ungkapan dukungan dari para pengguna. Dalam unggahan tersebut, disertakan keterangan (caption) “*The oil and gas industry poisons our atmosphere, and they have known for decades that their production is causing the climate crisis. Instead of addressing the issue, they covered it up in order to make profits. It’s time to make polluters pay for the damage they have done and shift away from fossil fuels.*” yang menyatakan bahwa industri minyak dan gas telah berkontribusi terhadap pencemaran atmosfer dan diketahui selama puluhan tahun bahwa aktivitas produksinya menjadi penyebab krisis iklim. Alih-alih mengambil langkah penanggulangan, pihak industri justru memilih untuk menyembunyikan fakta tersebut demi mengejar keuntungan. Melalui pernyataan ini, Greenpeace menyerukan perlunya pertanggungjawaban dari para pelaku pencemaran serta mendorong peralihan dari energi fosil menuju sumber energi yang lebih berkelanjutan.

2. Carousel

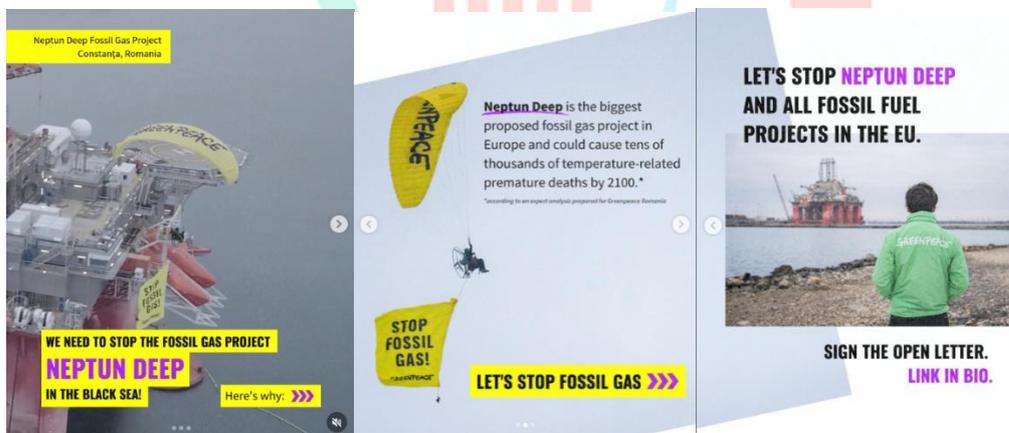
Jenis konten Carousel menjadi salah satu bentuk pengemasan konten yang efektif dalam menarik perhatian audiens, karena memungkinkan penyampaian informasi secara bertahap dan lebih mudah dipahami. Pada akun Instagram @greenpeace, konten carousel umumnya menyajikan informasi yang komprehensif, dilengkapi dengan infografik yang dirancang secara visual menarik dan sistematis, sehingga mendukung pemahaman pesan oleh audiens. Adapun berikut ini merupakan analisis isi peneliti terhadap Jenis konten carousel yang dijadikan unit analisis dalam penelitian ini:



Gambar 4. 40 Unggahan Jenis Konten Carousel Greenpeace Internasional Pada 10 Januari 2025
(Sumber: Instagram @greenpeace, 2024)

Unggahan tersebut merupakan salah satu konten terbaru yang dipublikasikan melalui akun Instagram @greenpeace pada 10 Januari 2025. Dalam konten tersebut, Instagram Greenpeace Internasional berhasil memperoleh respons yang signifikan dari audiens, dengan total 42.002

tanda suka dan 450 komentar. Mayoritas komentar yang muncul bersifat pujian, disertai dengan ungkapan kekecewaan terhadap perusahaan yang dianggap bertanggung jawab atas permasalahan lingkungan yang diangkat. Konten tersebut memuat sejumlah elemen visual seperti foto bertuliskan pesan tertentu, infografik berbasis data, serta cuplikan video yang secara keseluruhan menyampaikan informasi yang faktual dan menyeluruh. Berdasarkan karakteristik ini, unggahan tersebut dapat dikategorikan sebagai konten berformat carousel. Selain itu, caption yang menyertai unggahan, yakni “🔴 Big Oil pushed us past 1.5°C – time to make them pay!”, merefleksikan ekspresi kekecewaan publik terhadap industri minyak dan gas. Pernyataan ini menyoroti kontribusi signifikan sektor tersebut terhadap peningkatan suhu global yang telah melampaui ambang batas 1,5 derajat Celsius akibat aktivitas eksploitasi sumber daya alam. Oleh karena itu, melalui konten ini disampaikan seruan agar perusahaan-perusahaan terkait bertanggung jawab atas kerusakan lingkungan yang mereka timbulkan.



Gambar 4. 41 Unggahan Jenis Konten Carousel Greenpeace Internasional Pada 15 Januari 2025 (Sumber: Instagram @greenpeace, 2025)

Unggahan ini merupakan bagian dari konten yang dipublikasikan oleh akun Instagram @greenpeace pada 15 Januari 2025 dan memperoleh respons tinggi dari audiens, dengan 2.064 tanda suka dan 29 komentar. Dalam unggahan tersebut menjelaskan proyek Neptun Deep milik OMV Petrom di Laut Hitam menjadi sorotan karena berpotensi memicu dampak iklim yang serius, termasuk kematian dini akibat suhu ekstrem di masa depan. Berdasarkan kajian ilmiah yang disusun untuk Greenpeace Romania,

diperkirakan sekitar 46.000 orang di seluruh dunia dapat meninggal sebelum tahun 2100 akibat lonjakan suhu yang dipicu oleh proyek ini. Di tengah krisis iklim yang semakin parah, pembangunan infrastruktur gas fosil semacam ini mencerminkan kelalaian korporasi dan pemerintah dalam melindungi generasi mendatang. Namun, peluang untuk menghentikan proyek ini masih terbuka. Transisi ke energi terbarukan perlu segera diwujudkan sebagai langkah nyata untuk menghindari bencana iklim yang lebih besar dan menciptakan masa depan yang berkelanjutan.

3. Video Reels

Jenis konten video reels merupakan salah satu bentuk penyajian yang telah diklasifikasikan dalam kategori konten oleh akun Instagram @greenpeace. Analisis yang dilakukan bertujuan untuk menelaah secara mendalam bagaimana isu-isu lingkungan dikonstruksikan, disampaikan, serta diterima oleh audiens melalui format visual dan audio singkat tersebut di media sosial Instagram. Adapun berikut ini merupakan analisis isi peneliti terhadap jenis konten video reels yang dijadikan unit analisis dalam penelitian ini:



Gambar 4. 42 Unggahan Jenis Konten Video Reels Greenpeace Internasional Pada 13 November 2024
(Sumber: Instagram @greenpeace, 2024)

Unggahan ini termasuk dalam kategori konten terbaru yang diposting oleh akun Instagram @greenpeace pada tanggal 13 November 2024. Melalui konten tersebut, Greenpeace Internasional mendapatkan respons yang cukup tinggi dari para pengguna, tercermin dari perolehan 1.670 tanda suka dan 15 komentar. Unggahan tersebut menjelaskan Pemimpin Uni Eropa

perlu disadarkan bahwa pengembangan proyek gas fosil baru tidak mencerminkan kemajuan, melainkan justru memperbesar potensi terjadinya krisis lingkungan di masa depan. Alih-alih berinvestasi pada sumber energi yang memperburuk dampak perubahan iklim, perhatian seharusnya diarahkan pada solusi yang berkelanjutan dan ramah lingkungan. Seruan ini mencerminkan dorongan masyarakat sipil untuk menuntut masa depan yang lebih aman, bersih, dan bebas dari ketergantungan pada energi fosil.



Gambar 4. 43 Unggahan Jenis Konten Video Reels Greenpeace Internasional Pada 20 Januari 2025
(Sumber: Instagram @greenpeace, 2025)

Unggahan ini termasuk dalam kategori konten terbaru yang diposting oleh akun Instagram @greenpeace pada tanggal 20 Januari 2025. Melalui konten tersebut, Greenpeace Internasional mendapatkan respons yang cukup tinggi dari para pengguna, tercermin dari perolehan 4.029 tanda suka dan 76 komentar. Sebagian besar komentar menunjukkan dukungan publik terhadap seruan agar industri minyak dan gas dimintai pertanggungjawaban atas dampak negatif yang ditimbulkan terhadap lingkungan hidup.

Konten tersebut memuat sebuah video dengan caption “*The battle for 1.5 cannot be won without a fast, fair and funded fossil-fuel phase-out worldwide.*” Dari caption tersebut menjelaskan permasalahan tersebut tidak bisa dimenangkan tanpa penghentian penggunaan bahan bakar fosil secara cepat, adil dan didanai di seluruh dunia. Dalam video reels tersebut terdapat Sekretaris Umum *United Nation*, Antonio Guterres mengatakan siapa yang akan membayar kerusakan di seluruh dunia, bukan hanya industri bahan bakar fosil yang mengantongi keuntungan dari kerusakan alam yang telah mereka lakukan.

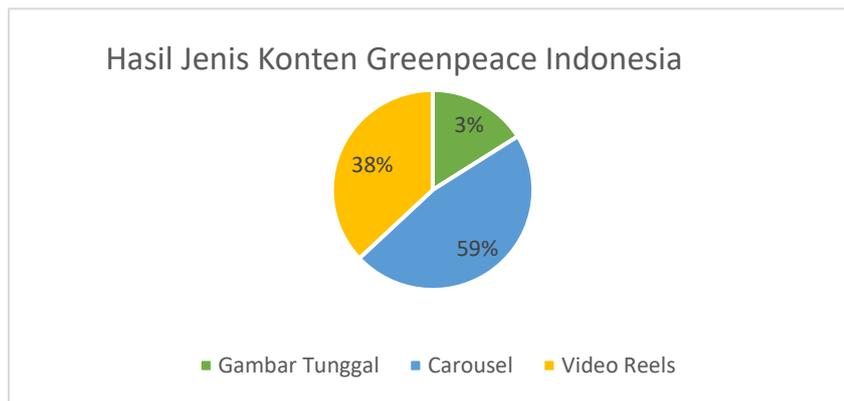
2. Hasil Jenis Konten Instagram Greenpeace Indonesia

Tabel 4. 10 Tabel Hasil Jenis Konten Instagram Greenpeace Indonesia @greenpeaceid

| Kategori | Indikator | Deskripsi | Jumlah Unggahan | % |
|--------------|----------------|--|-----------------|-----|
| Jenis Konten | Gambar Tunggal | Gambar tunggal adalah format konten di media sosial yang menampilkan satu visual dalam satu unggahan tanpa tambahan slide atau elemen lainnya. | 4 | 3% |
| | Carousel | Fitur carousel memungkinkan pengguna membagikan beberapa foto atau video sekaligus dalam satu unggahan di media sosial. | 69 | 59% |
| | Video Reels | Video reels adalah format video vertikal berdurasi hingga satu menit yang bisa diedit dengan musik, teks, dan efek sebelum dibagikan di Instagram. | 45 | 38% |

Sumber: Olahan Peneliti

Berdasarkan data pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa jenis konten yang paling sering digunakan oleh akun Instagram Greenpeace Indonesia (@greenpeaceid) adalah carousel, dengan jumlah unggahan sebanyak 69. Sementara itu, konten gambar tunggal terlihat jarang digunakan. Konten video reels berada di posisi tengah, dengan penggunaan yang lebih tinggi dari gambar tunggal, namun masih di bawah carousel. Temuan ini menunjukkan bahwa @greenpeaceid lebih memilih pengemasan konten dengan bentuk konten carousel untuk menyampaikan pesan isu lingkungan karena mampu menampilkan beberapa gambar atau video sekaligus dalam satu unggahan, sehingga lebih efektif dan menarik dalam menyampaikan informasi.



Gambar 4. 44 Hasil Persentase Jenis Konten Akun Instagram @greenpeaceid (Hasil Olahan Peneliti, 2025) Akun Instagram Greenpeace Indonesia (@greenpeaceid) secara konsisten mengutamakan penggunaan jenis konten carousel dalam menyampaikan informasi pesan-pesan lingkungannya yang dikemas. Bentuk konten ini dinilai efektif untuk mengemas isu-isu yang kompleks dengan cara membaginya ke dalam beberapa bagian visual yang terorganisir, sehingga pesan dapat disampaikan secara bertahap, logis, dan lebih mudah dipahami oleh pengikutnya. Berdasarkan proporsi distribusi konten, carousel menjadi format paling dominan dengan persentase sebesar 59%, diikuti oleh video reels sebesar 35%, dan konten gambar tunggal yang hanya mencakup 3% dari total unggahan.

1. **Gambar Tunggal**

Penelitian ini memilih analisis Jenis konten gambar tunggal yang diunggah oleh akun Instagram @greenpeaceid, dengan merujuk pada kategori-kategori yang telah ditentukan sebelumnya. Gambar tersebut menyajikan representasi visual dan informasi terkait isu-isu lingkungan dalam skala global. Setiap unggahan gambar tunggal dijadikan sebagai unit analisis yang ditelaah secara komprehensif untuk mengidentifikasi pola komunikasi dan konstruksi naratif isu lingkungan dalam konteks platform media sosial Instagram. Berikut merupakan temuan dari kajian terhadap gambar tunggal yang digunakan sebagai analisis dalam penelitian ini:



Gambar 4. 45 Unggahan Jenis Konten Gambar Tunggal Greenpeace Indonesia Pada 9 Maret 2024 (Sumber: Instagram @greenpeaceid, 2024)

Salah satu unggahan gambar tunggal di akun Instagram @greenpeaceid pada 9 Maret 2024 memperlihatkan visual kebakaran hutan dengan teks "Februari 2024 resmi menjadi bulan dengan suhu terpanas sepanjang sejarah." Dalam keterangan unggahan tersebut dijelaskan bahwa selama sembilan bulan terakhir suhu bumi terus meningkat hingga mencapai tingkat yang belum pernah tercatat sebelumnya. Dampaknya terlihat dari berbagai peristiwa cuaca ekstrem seperti banjir, kekeringan, angin topan, hingga gagal panen. Selain itu, dijelaskan bahwa emisi dari bahan bakar fosil seperti minyak dan batubara memperparah pemanasan global dengan membentuk lapisan yang menjebak panas di atmosfer. Kerusakan hutan juga memperburuk keadaan karena hutan berperan penting dalam menyerap polusi dan menjaga suhu bumi.

Unggahan tersebut mendapatkan respons yang cukup besar dari audiens, dengan total 9.130 tanda suka dan 140 komentar, yang mayoritas berisi ekspresi kekecewaan dari para pengguna terhadap situasi yang disampaikan. Serta dalam unggahan ini pesan utama untuk menekankan urgensi perubahan kolektif dalam menghadapi krisis iklim, termasuk transisi menuju energi terbarukan serta perlindungan terhadap ekosistem hutan. Seruan disampaikan kepada masyarakat untuk bersikap kritis terhadap kebijakan pemerintah yang tidak berpihak pada kelestarian lingkungan, demi menjamin keberlanjutan hidup di masa kini dan mendatang.

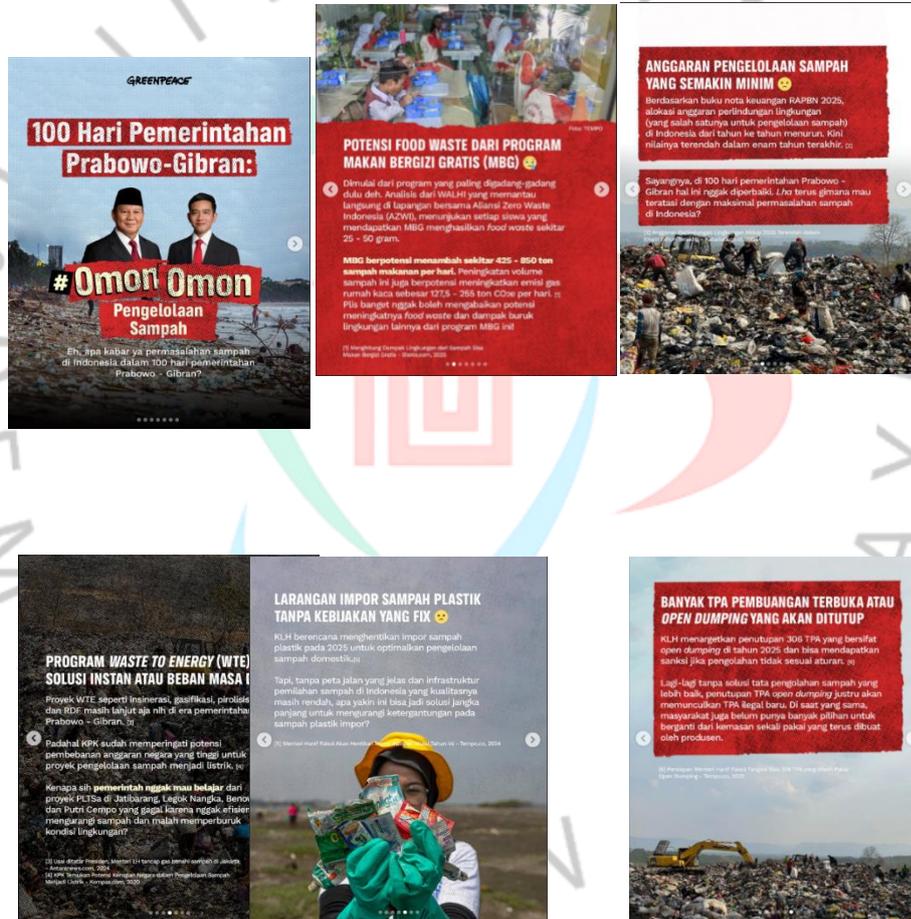


Gambar 4. 46 Unggahan Jenis Konten Gambar Tunggal Greenpeace Indonesia Pada 14 Maret 2024
(Sumber: Instagram @greenpeaceid, 2024)

Unggahan ini termasuk dalam kategori konten terbaru yang diposting oleh akun Instagram @greenpeaceid pada tanggal 14 Maret 2024. Melalui konten tersebut, Greenpeace Indonesia mendapatkan respons yang cukup tinggi dari para pengguna, tercermin dari perolehan 8.781 tanda suka dan 161 komentar. Dalam konten tersebut memberikan informasi terkait Kepala BNPB Letjen TNI Suharyanto menyampaikan bahwa saat ini Indonesia tengah mengalami pola bencana yang tidak biasa atau anomali, di mana satu wilayah dilanda banjir akibat curah hujan ekstrem, sementara wilayah lain justru mengalami kebakaran hutan dan lahan, seperti yang terjadi antara Sumatera Barat dan Riau. Fenomena cuaca ekstrem ini juga tidak hanya terbatas di Indonesia, melainkan terjadi secara global, dengan negara-negara seperti Meksiko, Maroko, dan Kolombia dilanda kekeringan dan krisis air saat Indonesia menghadapi musim hujan dan banjir. BMKG memprediksi bahwa sebagian besar wilayah Indonesia akan memasuki musim kemarau mulai Mei, sehingga masyarakat didorong untuk menyiapkan cadangan air melalui berbagai cara seperti sumur resapan, embung, tangki air, atau biopori. Situasi ini memperjelas bahwa krisis iklim sudah nyata dan mendesak, sehingga dibutuhkan kesiapsiagaan kolektif dan langkah konkret, baik dari masyarakat maupun pemerintah.

2. Carousel

Jenis konten carousel yang digunakan oleh akun Instagram @greenpeaceid merefleksikan upaya untuk mengoptimalkan penyampaian pesan melalui media visual yang bersifat serial. Dengan menyajikan informasi dalam beberapa slide, pendekatan ini mempermudah audiens dalam mencerna konten secara bertahap. Tiap unggahan umumnya diperkaya dengan infografis atau data yang tertata secara sistematis dan menarik secara desain, sehingga mendorong keterlibatan audiens serta memperkuat pemahaman terhadap isu lingkungan yang dikomunikasikan.



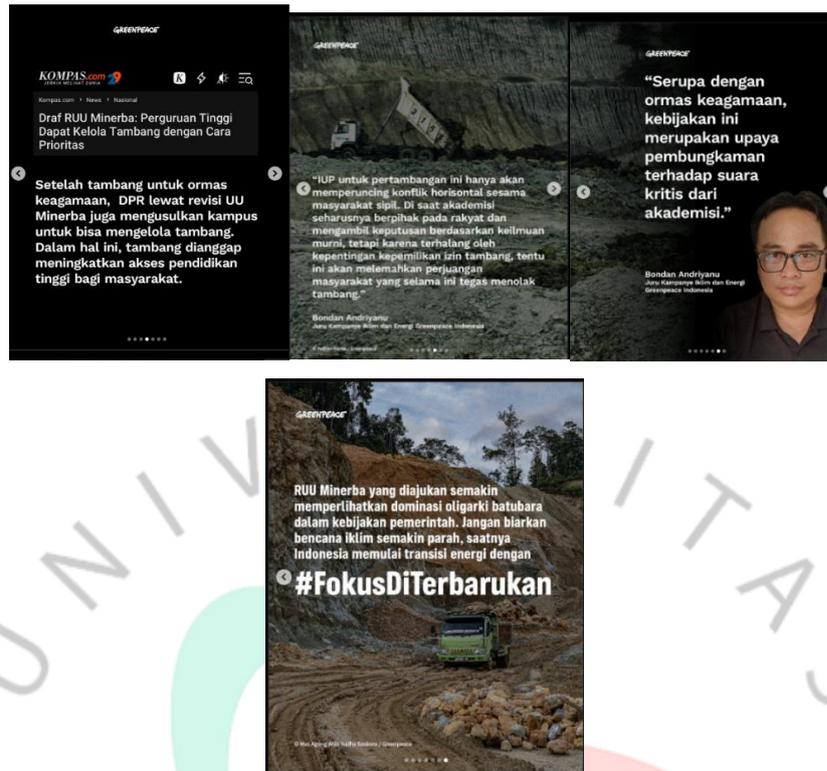


Gambar 4. 47 Unggahan Jenis Konten Carousel Greenpeace Indonesia Pada 25 Januari 2025
(Sumber: Instagram @greenpeaceid, 2025)

Salah satu unggahan terkini yang unggah oleh akun Instagram @greenpeaceid pada 25 Januari 2025 berhasil menarik perhatian publik secara luas. Konten tersebut memperoleh interaksi yang tinggi, tercermin dari 3.590 tanda suka dan 96 komentar yang diberikan pengguna. Sebagian besar respons dalam kolom komentar mencerminkan ketidakpuasan masyarakat, khususnya terhadap kinerja pemerintah dalam menangani persoalan pengelolaan sampah di Indonesia.

Unggahan ini menampilkan serangkaian elemen visual berupa foto dengan pesan teks yang dikemas dalam beberapa slide, sehingga dapat diklasifikasikan sebagai konten berformat carousel. Konten tersebut menyampaikan informasi berbasis data dan fakta dalam bentuk narasi visual yang berkelanjutan. Pada bagian caption, akun @greenpeaceid menyoroti evaluasi 100 hari masa kerja pemerintahan Prabowo-Gibran, dengan menyampaikan kritik terhadap kebijakan pengelolaan sampah yang dinilai belum menyentuh akar permasalahan. Dengan demikian, unggahan ini tidak hanya mengangkat isu lingkungan, tetapi juga merefleksikan keterkaitannya dengan dinamika politik nasional.





Gambar 4. 48 Unggahan Jenis Konten Carousel Greenpeace Indonesia Pada 29 Januari 2025 (Sumber: Instagram @greenpeaceid, 2025)

Salah satu unggahan terkini yang unggah oleh akun Instagram @greenpeaceid pada 29 Januari 2025 berhasil menarik perhatian publik secara luas. Konten tersebut memperoleh interaksi yang tinggi, tercermin dari 3.882 tanda suka dan 63 komentar yang diberikan pengguna. Unggahan tersebut membahas terkait Pengesahan RUU Minerba sebagai usul inisiatif DPR membuka peluang besar bagi percepatan pengesahan regulasi baru yang justru dinilai sarat dengan persoalan, termasuk potensi pengabaian terhadap prinsip-prinsip keberlanjutan dan keadilan ekologis. Di tengah urgensi krisis iklim dan kebutuhan transisi energi, langkah cepat yang sama seharusnya juga dapat diterapkan untuk mendorong lahirnya undang-undang yang berfokus pada pengembangan dan percepatan energi terbarukan. Sudah saatnya pemerintah dan parlemen mengalihkan prioritasnya dengan serius ke arah kebijakan yang mendukung transformasi energi bersih demi masa depan yang lebih adil dan berkelanjutan.

3. Video Reels

Video reels dikategorikan sebagai salah satu jenis konten yang digunakan oleh akun Instagram @greenpeaceid dalam strategi penyampaian informasi. Kajian ini difokuskan untuk mengidentifikasi bagaimana narasi isu-isu lingkungan dibangun, dikomunikasikan, serta dimaknai oleh pengguna melalui media audiovisual singkat yang disajikan dalam bentuk konten video reels di platform Instagram.



Gambar 4. 49 Unggahan Jenis Konten Video Reels Greenpeace Indonesia Pada 2 Januari 2024
(Sumber: Instagram @greenpeaceid, 2024)

Unggahan terkini yang unggah oleh akun Instagram @greenpeaceid pada 2 Januari 2024 berhasil menarik perhatian publik secara luas. Konten tersebut memperoleh interaksi yang tinggi, tercermin dari 14.608 tanda suka dan 399 komentar. Unggahan tersebut menjelaskan Sebanyak 60% wilayah daratan Pulau Sangihe direncanakan untuk ditambang oleh perusahaan asal Kanada, meskipun pulau tersebut secara hukum dikategorikan sebagai pulau kecil berdasarkan UU No. 1 Tahun 2014 yang secara tegas melarang kegiatan pertambangan di wilayah semacam itu.

Aktivitas tambang di pulau kecil berisiko tinggi terhadap kerusakan ekologis karena ruang lingkungannya yang terbatas dan ekosistem yang rentan. Lebih dari itu, area konsesi tambang juga mencakup kawasan Hutan Lindung Sahendaruman, yang merupakan sumber utama mata air bagi warga Sangihe, sehingga mengancam kelestarian lingkungan dan ketersediaan air bersih. Praktik ini secara nyata melanggar setidaknya dua ketentuan hukum demi kepentingan industri ekstraktif. Salah satu kisah penting dari perlawanan terhadap proyek ini adalah perjuangan mendiang

Wakil Bupati Sangihe, Helmud Hontong, yang wafat dalam penerbangan pulang usai melakukan serangkaian lobi politik untuk menolak eksploitasi tambang tersebut. Kisah ini menjadi simbol perlawanan rakyat terhadap praktik tambang yang mengancam ruang hidup dan keberlanjutan lingkungan.



Gambar 4. 50 Unggahan Jenis Konten Video Reels Greenpeace Indonesia Pada 2 Januari 2025 (Sumber: Instagram @greenpeaceid, 2025)

Unggahan ini merupakan bagian dari deretan konten terbaru yang dipublikasikan oleh akun Instagram @greenpeaceid pada 2 Januari 2025. Konten tersebut memperoleh tingkat interaksi yang signifikan, dengan capaian 91.898 tanda suka dan 15.800 komentar dari pengguna. Mayoritas komentar mencerminkan reaksi kritis masyarakat terhadap kebijakan pembukaan lahan seluas 20 hektare di kawasan hutan Indonesia, yang dinilai berpotensi mengganggu keseimbangan ekosistem dan memperburuk kondisi lingkungan secara keseluruhan.

Konten tersebut menyajikan sebuah video disertai dengan caption naratif yang cukup panjang, yang memuat kritik terhadap kebijakan pemerintah, khususnya rencana pembukaan lahan hutan seluas 20 juta hektare hampir setara dua kali luas Pulau Jawa. Dalam narasi tersebut, pemerintahan Prabowo-Gibran digambarkan berkontribusi terhadap potensi memburuknya kondisi lingkungan di tahun 2025. Meskipun rencana ini diklaim oleh Menteri Kehutanan sebagai bagian dari strategi ketahanan pangan, energi, dan air, Greenpeace Indonesia mempertanyakan logika di balik kebijakan tersebut. Alih-alih memperkuat ketahanan, kebijakan ini dianggap berisiko memicu serangkaian bencana ekologis seperti kebakaran

hutan, kabut asap, cuaca ekstrem, banjir, kekeringan, penurunan keanekaragaman hayati, hingga memperparah krisis iklim. Dalam konteks ini, Greenpeace Indonesia mengangkat isu lingkungan dengan mengaitkannya secara kritis pada dinamika kebijakan politik nasional.

4.2.5 Tanggapan Konten

Respon atau tanggapan individu terhadap suatu konten dapat dipahami sebagai hasil dari proses interpretasi mental yang terjadi ketika seseorang menerima dan mengolah pesan tertentu. Proses ini menghasilkan suatu bentuk pemaknaan pribadi yang bersifat subjektif, dipengaruhi oleh pengalaman, latar belakang, serta sistem nilai yang dianut (Salim, 2022). Dalam struktur setiap konten yang disebarluaskan, biasanya terkandung berbagai unsur penting seperti prinsip-prinsip moral, norma masyarakat, dorongan untuk bertindak, mekanisme interaksi, serta tingkat keterlibatan dan kepercayaan audiens. Untuk mengidentifikasi pola tanggapan pengguna terhadap pesan-pesan di media sosial, respons tersebut sering dikelompokkan ke dalam dua kategori besar, yang merepresentasikan arah atau kecenderungan sikap terhadap informasi yang disampaikan.

Tanggapan yang pertama yakni tanggapan positif, tanggapan positif dapat dimaknai sebagai manifestasi sikap yang mendukung, di mana individu menunjukkan afinitas atau persetujuan terhadap substansi pesan yang disampaikan. Jenis tanggapan ini sering kali merefleksikan keterkaitan antara isi konten dengan sistem nilai personal serta resonansi emosional yang ditimbulkan dalam proses interpretasi pesan. Dengan kata lain, reaksi semacam ini mengindikasikan keterlibatan afektif sekaligus persetujuan kognitif terhadap isu yang diangkat.

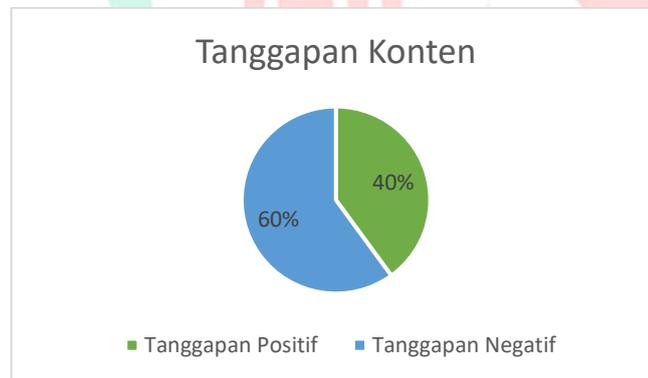
Tanggapan yang kedua yakni tanggapan negatif, tanggapan negatif merepresentasikan bentuk ekspresi sikap yang berlawanan atau bertentangan dengan pesan yang diterima, di mana individu menunjukkan resistensi terhadap konten yang disampaikan. Reaksi semacam ini kerap dimanifestasikan melalui tuturan yang bersifat konfrontatif, sarkastik, atau merendahkan, yang tidak hanya mencerminkan penolakan terhadap isi pesan, tetapi juga berpotensi menghambat proses dialogis dan mengganggu dinamika komunikasi antar pengguna.

Tabel 4. 11 Tabel Jumlah Tanggapan Konten Instagram @greenpeace dan @greenpeaceid

| Kategori | Indikator | Akun Instagram | | Juml | % |
|------------------|--------------|----------------|---------------|------|------|
| | | @greenpeace | @greenpeaceid | | |
| Tanggapan Konten | Positif | 72 | 41 | 113 | 40% |
| | Negatif | 91 | 77 | 168 | 60% |
| | Total | | | 281 | 100% |

Sumber: Olahan Peneliti

Hasil analisis data yang ditampilkan dalam tabel menunjukkan sejumlah temuan yang relevan. Secara keseluruhan, akun Instagram Greenpeace Internasional (@greenpeace) dan Greenpeace Indonesia (@greenpeaceid) menerima 113 tanggapan yang bersifat positif serta 168 tanggapan yang bersifat negatif dari para pengguna. Keberadaan kedua jenis tanggapan ini mencerminkan dinamika persepsi audiens terhadap konten yang dipublikasikan. Variasi respons tersebut dipengaruhi oleh cara penyajian pesan dalam setiap unggahan, yang dapat memicu reaksi beragam dari khalayak. Perlu dicatat bahwa respons-respons ini pada dasarnya bukan ditujukan kepada institusi pengunggah, melainkan terhadap substansi atau isi pesan yang terkandung dalam konten yang disampaikan.



Gambar 4. 51 Hasil Persentase Tanggapan Konten Kedua Instagram (Hasil Olahan Peneliti, 2025)

Sebagian besar unggahan dari kedua akun Instagram yang menjadi objek kajian memperlihatkan kecenderungan dominan munculnya tanggapan negatif dari audiens. tanggapan tersebut umumnya bersumber dari interpretasi terhadap substansi pesan yang disampaikan melalui konten. Ungkapan negatif yang muncul kerap kali merefleksikan emosi seperti kekecewaan, kesedihan mendalam, serta kemarahan, khususnya dalam konteks isu-isu ekologis yang memiliki dampak luas. Tingginya intensitas respons semacam ini mengindikasikan bahwa kedua akun secara konsisten menghadirkan narasi berbasis bukti empiris dan data faktual. Strategi tersebut tampaknya ditujukan untuk meningkatkan pemahaman publik

terhadap kerumitan permasalahan lingkungan yang diangkat, sekaligus mendorong keterlibatan emosional dalam isu-isu tersebut.

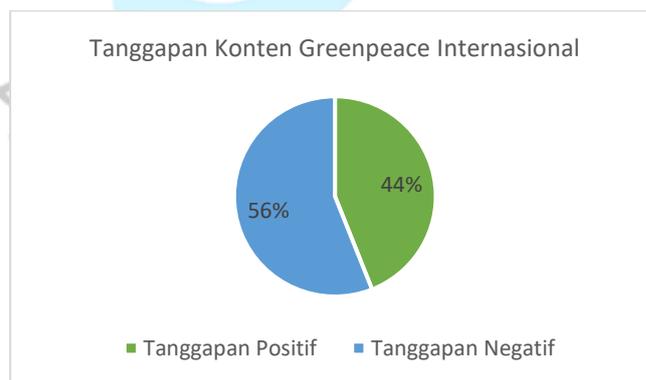
1. Hasil Tanggapan Konten Instagram Greenpeace Internasional

Tabel 4. 12 Tabel Hasil Tanggapan Konten Instagram Greenpeace Internasional @greenpeace

| Kategori | Indikator | Deskripsi | Jumlah Unggahan | % |
|------------------|-----------|--|-----------------|-----|
| Tanggapan Konten | Positif | Tanggapan positif adalah reaksi yang menunjukkan penerimaan dan dukungan terhadap isi pesan. Biasanya, respons ini berisi semangat, pandangan optimis, serta harapan akan perubahan ke arah yang lebih baik. | 72 | 44% |
| | Negatif | Tanggapan negatif adalah reaksi yang menunjukkan ketidaksetujuan terhadap isi suatu pesan. Tanggapan ini sering muncul dalam bentuk komentar yang bernada sinis, marah, atau kecewa. | 91 | 56% |

Sumber: Olahan Peneliti

Temuan yang diperoleh dari hasil analisis data dalam tabel mengindikasikan adanya pola tertentu dalam respons audiens. Akun Instagram Greenpeace Internasional (@greenpeace) tercatat memperoleh 72 tanggapan positif dan 91 tanggapan negatif. Perbedaan jenis tanggapan ini mencerminkan beragam interpretasi publik terhadap pesan yang disampaikan melalui konten yang diunggah. Ragam reaksi tersebut dipengaruhi oleh strategi penyampaian informasi yang digunakan.

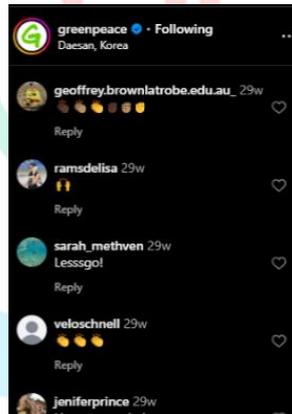


Gambar 4. 52 Hasil Persentase Tanggapan Konten Instagram @greenpeace (Hasil Olahan Peneliti, 2025)
Sebagian besar konten yang diunggah oleh akun Instagram Greenpeace Internasional (@greenpeace), berdasarkan hasil analisis, menunjukkan dominasi respons negatif dari audiens, yang tercatat mencapai 60% dari total tanggapan. Respons-respons ini umumnya muncul sebagai hasil pemaknaan

kritis terhadap isi pesan yang disampaikan. Ekspresi negatif yang diberikan oleh pengguna media sosial tersebut sering kali merupakan bentuk luapan emosi seperti rasa kecewa, duka, maupun kemarahan, terutama ketika isu-isu lingkungan yang diangkat menyentuh persoalan dengan dampak yang signifikan dan luas.

1. Positif

Tanggapan positif dapat dipahami sebagai bentuk reaksi dari audiens yang menunjukkan sikap penerimaan, persetujuan, dan dukungan terhadap substansi pesan yang disampaikan dalam suatu konten. Respons semacam ini umumnya mengandung elemen afektif yang bersifat membangun, seperti ekspresi semangat, apresiasi terhadap inisiatif yang diangkat, serta harapan akan terwujudnya perubahan sosial atau lingkungan yang lebih baik.



Gambar 4. 53 Unggahan Tanggapan Konten Positif Greenpeace Internasional Pada 30 November 2024 (Sumber: Instagram @greenpeace, 2024)

Unggahan ini merupakan bagian dari konten yang dipublikasikan oleh akun Instagram @greenpeace pada 30 November 2024. Konten tersebut menunjukkan tingkat keterlibatan pengguna yang cukup tinggi, sebagaimana tercermin dari perolehan 2.836 tanda suka dan 28 komentar. Respon audiens terhadap unggahan ini didominasi oleh tanggapan positif, yang ditunjukkan melalui ungkapan dukungan, semangat, dan apresiasi terhadap pesan yang disampaikan. Hal ini mencerminkan adanya

keselarasan nilai antara pesan yang dikomunikasikan dan persepsi audiens terhadap isu yang diangkat.



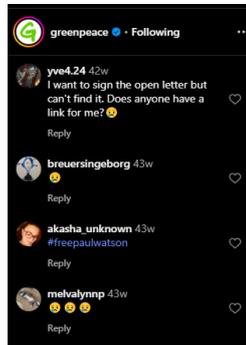
Gambar 4. 54 Unggahan Tanggapan Konten Positif Greenpeace Internasional Pada 11 Desember 2024 (Sumber: Instagram @greenpeace, 2024)

Unggahan ini merupakan bagian dari konten yang dipublikasikan oleh akun Instagram @greenpeace pada 11 Desember 2024. Konten tersebut menunjukkan tingkat keterlibatan pengguna yang cukup tinggi, sebagaimana tercermin dari perolehan 1.956 tanda suka dan 12 komentar. Tanggapan audiens terhadap unggahan ini sebagian besar bernada positif, ditandai dengan ekspresi dukungan, dorongan semangat, dan apresiasi terhadap isi pesan yang disampaikan. Respons tersebut mengindikasikan adanya kesesuaian antara nilai-nilai yang dibawa dalam konten dan pandangan audiens terhadap isu yang diangkat, menunjukkan efektivitas komunikasi pesan serta keterhubungan emosional yang terbangun antara pengirim pesan dan penerimanya.

2. Negatif

Tanggapan negatif merupakan bentuk ekspresi yang mencerminkan ketidaksetujuan, penolakan, atau sikap kritis terhadap isi pesan yang disampaikan. Reaksi ini menunjukkan adanya ketidaksepakatan atau resistensi kognitif dan emosional dari individu atau kelompok terhadap nilai, ide, atau ajakan yang terkandung dalam suatu konten. Dalam ranah media sosial, tanggapan negatif sering kali diwujudkan dalam bentuk pernyataan yang bersifat konfrontatif, sinis, atau sarkastik, dan dapat mencerminkan kekecewaan, kemarahan, hingga ketidakpercayaan terhadap sumber informasi. Tanggapan semacam ini tidak hanya menjadi indikator

dari dinamika persepsi publik, tetapi juga berfungsi sebagai mekanisme kritik sosial yang dapat memperlihatkan ketegangan antara pesan yang disampaikan dan harapan atau pengalaman nyata audiens.



Gambar 4. 55 Unggahan Tanggapan Konten Negatif Greenpeace Internasional Pada 22 Agustus 2024 (Sumber: Instagram @greenpeace, 2024)

Konten ini merupakan salah satu unggahan yang dipublikasikan oleh akun Instagram @greenpeace pada 22 Agustus 2024, yang menunjukkan tingkat keterlibatan pengguna yang cukup tinggi, tercermin dari 4.404 tanda suka dan 55 komentar. Respons yang muncul dari audiens didominasi oleh tanggapan bernuansa negatif, seperti ekspresi kesedihan, kekecewaan, kemarahan, serta bentuk reaksi emosional lainnya. Tanggapan tersebut mencerminkan keprihatinan audiens terhadap isu yang diangkat, sekaligus menunjukkan sensitivitas publik terhadap persoalan lingkungan yang disampaikan dalam konten tersebut.



Gambar 4. 56 Unggahan Tanggapan Konten Negatif Greenpeace Internasional Pada 2 Oktober 2024 (Sumber: Instagram @greenpeace, 2024)

Unggahan ini merupakan bagian dari konten yang dipublikasikan oleh akun Instagram @greenpeace pada 2 Oktober 2024. Konten tersebut menunjukkan tingkat keterlibatan pengguna yang cukup tinggi, sebagaimana tercermin dari perolehan 11.250 tanda suka dan 171 komentar.

Sebagian besar respons audiens terhadap unggahan ini cenderung bernada negatif, ditandai dengan munculnya reaksi emosional seperti rasa sedih, kecewa, hingga kemarahan. Pola tanggapan tersebut merefleksikan tingginya kepedulian dan kepekaan publik terhadap isu lingkungan yang disampaikan, sekaligus menunjukkan bahwa pesan yang diangkat berhasil membangkitkan kesadaran serta keterlibatan emosional audiens terhadap permasalahan yang sedang terjadi.

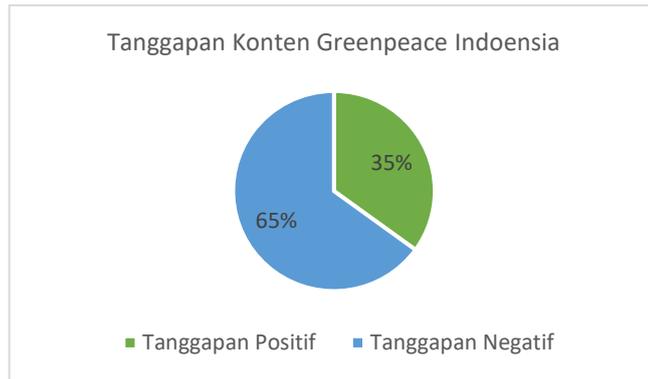
2. Hasil Tanggapan Konten Instagram Greenpeace Indonesia

Tabel 4. 13 Tabel Hasil Tanggapan Konten Instagram Greenpeace Indonesia @greenpeaceid

| Kategori | Indikator | Deskripsi | Jumlah Unggahan | % |
|------------------|-----------|--|--------------------|-----|
| Tanggapan Konten | Positif | Tanggapan positif adalah reaksi yang menunjukkan penerimaan dan dukungan terhadap isi pesan. Biasanya, respons ini berisi semangat, pandangan optimis, serta harapan akan perubahan ke arah yang lebih baik. | 41 | 35% |
| | Negatif | Tanggapan negatif adalah reaksi yang menunjukkan ketidaksetujuan terhadap isi suatu pesan. Tanggapan ini sering muncul dalam bentuk komentar yang bernada sinis, marah, atau kecewa. | 77 | 65% |

Sumber: Olahan Peneliti

Berdasarkan hasil interpretasi data yang tersaji dalam tabel, ditemukan kecenderungan pola tanggapan tertentu dari pengguna terhadap konten yang dipublikasikan oleh akun Instagram Greenpeace Indonesia (@greenpeaceid). Akun tersebut mendapatkan 41 tanggapan yang bersifat mendukung dan 77 tanggapan yang menunjukkan negatif. Ini mencerminkan heterogenitas pemaknaan audiens terhadap narasi yang dibangun dalam setiap unggahan. Variasi persepsi tersebut tidak terlepas dari teknik penyajian pesan yang digunakan dalam menyampaikan isu-isu lingkungan kepada publik.



Gambar 4. 57 Hasil Persentase Tanggapan Konten Instagram @greenpeaceid (Hasil Olahan Peneliti, 2025)
 Hasil analisis terhadap konten yang dipublikasikan oleh akun Instagram Greenpeace Indonesia (@greenpeaceid) menunjukkan bahwa mayoritas tanggapan yang diterima bersifat negatif, dengan persentase mencapai 65% dari keseluruhan respons. Jenis tanggapan ini umumnya muncul sebagai refleksi atas proses interpretasi audiens terhadap isi pesan yang disampaikan. Reaksi negatif tersebut kerap mencerminkan keterlibatan emosional yang intens, berupa kekecewaan, kesedihan, maupun kemarahan, terutama saat konten menyentuh isu-isu lingkungan yang dinilai berdampak besar dan memicu keprihatinan publik secara luas.

1. Positif

Tanggapan positif adalah reaksi dari audiens yang menunjukkan persetujuan dan dukungan terhadap isi pesan dalam suatu konten. Biasanya, respons ini berisi semangat, rasa apresiasi, dan harapan akan terjadinya perubahan yang lebih baik, baik dalam aspek sosial maupun lingkungan.



Gambar 4. 58 Unggahan Tanggapan Konten Positif Greenpeace Indonesia Pada 11 September 2024 (Sumber: Instagram @greenpeaceid, 2024)

Unggahan ini merupakan salah satu konten yang dirilis oleh akun Instagram @greenpeaceid pada 11 September 2024 dan menunjukkan tingkat interaksi

yang tinggi dari audiens, tercermin dari 6.983 tanda suka dan 60 komentar. Mayoritas tanggapan yang diberikan bersifat positif, ditandai dengan ekspresi antusiasme, pemberian saran konstruktif, serta bentuk dukungan lainnya terhadap isu yang disampaikan. Respons ini mencerminkan keterlibatan aktif pengguna dalam mendukung pesan lingkungan yang dikomunikasikan melalui platform digital tersebut.



Gambar 4. 59 Unggahan Tanggapan Konten Positif Greenpeace Indonesia Pada 2 Desember 2024 (Sumber: Instagram @greenpeaceid, 2024)

Unggahan tersebut merupakan salah satu konten yang dirilis oleh akun Instagram @greenpeaceid pada 2 Desember 2024 dan menunjukkan tingkat interaksi yang tinggi dari audiens, tercermin dari 1.096 tanda suka dan 7 komentar. Sebagian besar audiens memberikan respons positif terhadap konten yang disampaikan, terlihat dari antusiasme, dukungan, dan masukan yang bersifat membangun. Tanggapan ini menunjukkan adanya partisipasi aktif dari pengguna dalam merespons isu lingkungan yang diangkat, sekaligus menandakan bahwa pesan yang disampaikan melalui media digital berhasil memicu keterlibatan dan kesadaran publik secara konstruktif.

2. Negatif

Respons negatif adalah bentuk reaksi yang menunjukkan ketidaksetujuan atau penolakan terhadap isi pesan dalam suatu konten. Tanggapan ini biasanya muncul ketika audiens tidak sejalan dengan nilai atau pandangan yang disampaikan, baik secara emosional maupun rasional. Di media sosial, respons negatif sering ditunjukkan lewat komentar yang bersifat keras, sinis,

atau sarkastik, dan sering kali mencerminkan rasa kecewa, marah, atau tidak percaya.



Gambar 4. 60 Unggahan Tanggapan Konten Negatif Greenpeace Indonesia Pada 2 Desember 2024 (Sumber: Instagram @greenpeaceid, 2024)

Konten ini merupakan salah satu unggahan yang dipublikasikan oleh akun Instagram @greenpeaceid pada 2 Desember 2024, yang menunjukkan tingkat keterlibatan pengguna yang sangat tinggi, ditandai dengan perolehan 14.607 tanda suka dan 399 komentar. Respons dari audiens didominasi oleh tanggapan bernuansa negatif, yang tercermin melalui ekspresi kesedihan, kekecewaan, kemarahan, serta bentuk reaksi emosional lainnya. Tanggapan tersebut menunjukkan adanya kekhawatiran mendalam dari publik terhadap isu yang diangkat, sekaligus mencerminkan sensitivitas audiens terhadap dampak sosial dan ekologis yang disoroti dalam unggahan tersebut.



Gambar 4. 61 Unggahan Tanggapan Konten Negatif Greenpeace Indonesia Pada 10 Januari 2025 (Sumber: Instagram @greenpeaceid, 2025)

Konten ini merupakan salah satu unggahan yang dipublikasikan oleh akun Instagram @greenpeaceid pada 10 Januari 2025, yang menunjukkan tingkat keterlibatan pengguna yang sangat tinggi, ditandai dengan perolehan 7.537 tanda suka dan 107 komentar. Sebagian besar tanggapan audiens terhadap unggahan ini bersifat negatif, yang tampak melalui ungkapan emosi seperti kesedihan, kekecewaan, dan kemarahan. Respons semacam ini

mencerminkan tingkat kekhawatiran yang tinggi dari publik terhadap isu yang dibahas, serta menunjukkan kepedulian dan kepekaan mereka terhadap dampak sosial maupun lingkungan yang menjadi fokus dalam konten tersebut.

4.3 Pembahasan Penelitian

Setelah sebelumnya dipaparkan hasil analisis mengenai strategi pengemasan konten bertema lingkungan pada akun Instagram Greenpeace Internasional (@greenpeace) dan Greenpeace Indonesia (@greenpeaceid), yang telah diklasifikasikan berdasarkan sejumlah indikator, maka pada bagian ini peneliti akan menyajikan pembahasan yang bersifat integratif dan menyeluruh. Penjabaran ini bertujuan untuk memberikan pemahaman komprehensif mengenai karakteristik pengemasan konten yang dilakukan oleh kedua akun, dengan menelaah berbagai dimensi, seperti bentuk penyajian visual, kategori jenis pesan, tema-tema yang diangkat, serta pola respons dari audiens. Bagian ini akan mengintegrasikan temuan-temuan yang telah dianalisis pada subbab sebelumnya untuk membangun pemahaman yang lebih utuh terkait praktik komunikasi lingkungan melalui media sosial.

4.3.1 Tema Konten

Tema pesan berfungsi sebagai dasar klasifikasi dalam penyampaian isu-isu yang diangkat melalui berbagai bentuk konten kepada audiens. Dalam konteks ini, tema-tema yang teridentifikasi mencakup isu perubahan iklim, deforestasi, keadilan iklim dan sosial, pencemaran plastik, serta perbandingan antara energi terbarukan dan energi fosil. Berdasarkan hasil analisis terhadap konten yang dipublikasikan oleh kedua akun Instagram tersebut, dapat disimpulkan bahwa isu perubahan iklim merupakan tema yang paling dominan diangkat. Hal ini menunjukkan adanya penekanan strategis pada urgensi krisis iklim sebagai isu utama dalam komunikasi lingkungan yang dikembangkan oleh Greenpeace Internasional dan Greenpeace Indonesia.

Tema konten berikutnya menunjukkan adanya perbedaan yang cukup mencolok antara akun Instagram Greenpeace Internasional dan Greenpeace Indonesia. Pada akun Greenpeace Internasional, isu mengenai transisi energi, khususnya perbandingan antara energi terbarukan dan energi fosil menjadi fokus utama setelah perubahan iklim. Tema ini tercermin dalam 44 unggahan, atau setara dengan 27% dari total konten yang dianalisis di akun tersebut. Temuan ini mengindikasikan bahwa Greenpeace Internasional secara konsisten menyoroti urgensi peralihan sistem energi global sebagai bagian dari strategi kampanye lingkungan mereka.

Sementara itu, pada akun Instagram Greenpeace Indonesia, tema yang paling menonjol setelah isu perubahan iklim adalah deforestasi hutan. Topik ini muncul dalam 30 unggahan, yang setara dengan 25% dari total konten yang dianalisis. Hal ini menunjukkan bahwa Greenpeace Indonesia memberikan perhatian khusus terhadap persoalan penggundulan hutan sebagai isu lingkungan yang krusial di konteks nasional, mencerminkan karakteristik permasalahan ekologis yang lebih spesifik di wilayah Indonesia.

4.3.2 Bentuk Konten

Dalam komunikasi media, bentuk konten berfungsi sebagai medium utama dalam mentransmisikan pesan kepada audiens dan umumnya diklasifikasikan ke dalam tiga tipe: informatif, persuasif, dan koersif. Merujuk pada hasil analisis sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa akun Instagram Greenpeace Internasional maupun Greenpeace Indonesia cenderung mengedepankan bentuk konten yang bersifat informatif. Pola ini menunjukkan bahwa kedua akun tersebut lebih mengutamakan penyampaian informasi faktual dan pengetahuan berbasis data sebagai strategi utama dalam membangun kesadaran dan pemahaman publik terhadap berbagai persoalan lingkungan.

Bentuk konten informatif ditandai oleh penyampaian informasi yang berbasis pada fakta-fakta objektif serta data yang dapat dijadikan acuan oleh audiens. Dalam konteks ini, akun Instagram Greenpeace Internasional dan Greenpeace Indonesia memanfaatkan pendekatan informatif untuk mengangkat

isu-isu lingkungan yang aktual, baik yang terjadi secara global maupun di tingkat nasional. Penyajian konten tersebut umumnya dikemas melalui narasi teks yang disertai dengan elemen data atau visual pendukung, dengan tujuan menyampaikan informasi secara mendalam namun tetap mudah diakses dan dipahami oleh pengikutnya.

Berdasarkan uraian sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa bentuk konten informatif merupakan pendekatan yang paling dominan digunakan oleh akun Instagram Greenpeace Internasional dan Greenpeace Indonesia. Penggunaan bentuk ini dirancang secara menarik dan strategis guna mendukung tujuan utama kedua organisasi tersebut, yakni menyampaikan informasi yang faktual dan relevan terkait berbagai isu lingkungan. Di samping itu, konten persuasif juga turut dihadirkan meskipun dalam proporsi yang lebih rendah. Hal ini terlihat dari upaya penyampaian pesan yang bertujuan membangun kesadaran publik melalui penonjolan berbagai permasalahan lingkungan yang aktual. Sementara itu, bentuk konten koersif sama sekali tidak digunakan, sejalan dengan prinsip kedua akun tersebut yang menghindari pendekatan yang bersifat memaksa dalam memengaruhi opini atau perilaku masyarakat. Pendekatan ini menunjukkan preferensi mereka terhadap metode komunikasi yang lebih edukatif dan reflektif.

Bentuk konten informatif menjadi tipe konten yang paling dominan pada kedua akun Instagram yang dianalisis dalam penelitian ini. Namun, terdapat perbedaan mendasar dalam pendekatan penyajian konten antara akun Greenpeace Internasional dan Greenpeace Indonesia. Greenpeace Internasional lebih banyak menghadirkan konten informatif yang berfokus pada isu-isu lingkungan berskala global, seperti pemanasan global yang disebabkan oleh aktivitas pengeboran minyak dan gas bumi oleh perusahaan multinasional. Topik ini tidak hanya merefleksikan urgensi krisis iklim, tetapi juga disajikan secara komprehensif sehingga mampu menarik perhatian audiens global. Hal ini berdampak pada tingginya tingkat keterlibatan (engagement rate) serta jumlah pengikut yang lebih besar, karena informasi yang disampaikan bersifat luas dan relevan secara internasional. Sementara itu, akun Greenpeace Indonesia lebih menitikberatkan pada isu-isu lingkungan domestik, seperti pencemaran di wilayah tertentu atau kebijakan lingkungan dalam konteks nasional. Meskipun tetap bersifat informatif,

jangkauan pesan yang lebih sempit ini menyebabkan tingkat keterlibatan audiens cenderung lebih rendah jika dibandingkan dengan akun Greenpeace Internasional.

4.3.3 Jenis Konten

Jenis konten berperan penting dalam mengidentifikasi preferensi audiens terhadap format penyajian informasi di media sosial. Pada akun Instagram Greenpeace Internasional dan Greenpeace Indonesia, variasi konten yang diunggah terbagi ke dalam tiga tipe utama, yaitu gambar tunggal, carousel, dan video reels. Berdasarkan temuan analisis yang telah dipaparkan pada bagian sebelumnya, diketahui bahwa format carousel merupakan jenis konten yang paling sering dimanfaatkan oleh kedua akun tersebut. Format ini memungkinkan penyampaian pesan secara lebih komprehensif melalui penggabungan elemen visual seperti gambar dan video dalam beberapa slide.

Hasil analisis terhadap kategori jenis konten yang diunggah menunjukkan bahwa format carousel mendominasi dengan persentase mencapai 52% dari keseluruhan jumlah unggahan. Temuan ini merefleksikan bahwa penggunaan konten carousel merupakan strategi visual yang paling diutamakan dalam penyajian pesan oleh kedua akun Instagram yang menjadi objek kajian, mengingat kemampuannya dalam menyampaikan informasi secara bertahap, terstruktur, dan visual menarik.

Selain itu, konten berformat video reels mencakup 37% dari total keseluruhan unggahan, menunjukkan bahwa kedua akun cukup aktif memanfaatkan pendekatan audio-visual untuk menyampaikan pesan secara lebih hidup dan atraktif. Sementara itu, jenis konten berupa gambar tunggal hanya berkontribusi sebesar 11%, yang mengindikasikan bahwa meskipun masih dimanfaatkan, format ini bukan menjadi fokus utama dalam strategi penyajian visual yang digunakan oleh Greenpeace Internasional dan Greenpeace Indonesia dalam menyebarkan isu-isu lingkungan.

Jenis konten *carousel* merupakan format visual yang cukup mendominasi pada kedua akun Instagram yang diteliti, yaitu Greenpeace Internasional dan Greenpeace Indonesia. Meski sama-sama mengandalkan carousel sebagai media

utama dalam menyampaikan pesan lingkungan, terdapat perbedaan mencolok dalam struktur penyampaian kontennya. Greenpeace Internasional cenderung menyusun konten carousel secara sistematis, dimulai dengan penjelasan kronologis terkait peristiwa atau isu lingkungan tertentu, dilanjutkan dengan penyajian data pendukung yang relevan, dan diakhiri dengan kesimpulan yang ringkas namun informatif. Pola ini tidak hanya membantu audiens memahami isu secara bertahap, tetapi juga memperkuat pesan yang disampaikan melalui alur naratif yang logis. Sebaliknya, akun Greenpeace Indonesia sering kali langsung menyoroti inti permasalahan pada awal konten tanpa menyajikan runtutan peristiwa yang jelas. Ketidakteraturan alur dalam beberapa konten tersebut berpotensi menimbulkan kebingungan di kalangan audiens, karena informasi yang disampaikan kurang terstruktur dan tidak dibangun secara kronologis seperti pada akun internasional.

4.3.4 Tanggapan Konten

Dalam penelitian ini, analisis terhadap tanggapan audiens digunakan sebagai indikator untuk menilai sejauh mana konten yang dipublikasikan oleh kedua akun Instagram tersebut mampu memicu reaksi dari para pengikutnya. Respons individu terhadap suatu unggahan dipahami sebagai hasil dari proses kognitif dan afektif yang kompleks, di mana pesan yang diterima diinterpretasikan berdasarkan kerangka pengalaman, latar belakang sosial-budaya, serta sistem nilai yang dimiliki oleh masing-masing individu. Dengan demikian, setiap tanggapan yang muncul mencerminkan bentuk pemaknaan yang bersifat personal dan tidak dapat dilepaskan dari konstruksi subjektif audiens.

Berdasarkan hasil analisis data yang disajikan sebelumnya, diperoleh sejumlah temuan yang signifikan. Secara keseluruhan, akun Instagram Greenpeace Internasional (@greenpeace) dan Greenpeace Indonesia (@greenpeaceid) tercatat memperoleh 113 respons yang bernuansa positif dan 168 respons yang bersifat negatif dari para pengguna. Data ini menunjukkan adanya keberagaman reaksi audiens terhadap konten yang diunggah, yang mencerminkan dinamika persepsi publik terhadap isu-isu lingkungan yang diangkat oleh kedua akun tersebut.

Kedua bentuk tanggapan, baik yang bersifat positif maupun negatif, mencerminkan dinamika persepsi audiens terhadap narasi dan pesan lingkungan yang disampaikan melalui konten. Variasi dalam respons ini memperlihatkan bahwa setiap individu menafsirkan informasi secara berbeda, tergantung pada cara pesan dikonstruksikan, bahasa visual yang digunakan, serta konteks sosial dan psikologis dari masing-masing penerima pesan. Akun Instagram Greenpeace Internasional dan Greenpeace Indonesia sama-sama mendapat tanggapan negatif yang dominan dari audiens. Namun, terdapat perbedaan isi dari tanggapan tersebut. Pada akun Greenpeace Internasional, komentar negatif lebih banyak berisi ungkapan kecewa, sedih, dan khawatir terhadap isu lingkungan yang dibahas. Sementara itu, akun Greenpeace Indonesia juga mendapat komentar serupa, tetapi sebagian besar tanggapan tidak hanya menyoroti isu lingkungannya, melainkan juga mengkritik cara penyampaian konten yang dianggap memihak. Analisis ini didasarkan pada 10 komentar teratas dari masing-masing akun.

4.3.5 Komparasi Pengemasan Konten Isu Lingkungan Antara Akun Instagram Greenpeace Internasional dan Greenpeace Indonesia

Berdasarkan hasil penelitian ini ditemukan adanya persamaan dan perbedaan dalam pengemasan konten terhadap kedua akun Instagram. Kedua akun tersebut memiliki bentuk konten dominan yang sama yakni bentuk konten informatif dan jenis konten dominan yang sama yakni carousel. Teori informatif yang dijelaskan oleh Arzodhikromo (2023), adalah bentuk konten yang disusun berdasarkan bukti faktual yang diperoleh langsung dari kondisi nyata di lapangan. Sesuai dengan salah satu fungsi utama komunikasi lingkungan menurut Pezzullo & Cox (2017) yakni fungsi pragmatis mencakup bentuk interaksi verbal maupun nonverbal yang berorientasi pada tujuan-tujuan instrumental, seperti menyampaikan janji, menyuarakan tuntutan, memberikan edukasi, mengajukan peringatan, menyatakan penolakan, hingga melakukan promosi. Sehingga bentuk informatif menjadi pilihan utama dalam strategi pengemasan konten nonverbal komunikasi lingkungan yang dilakukan kedua akun Instagram.

Pengemasan konten menurut Effendy (2018), merupakan suatu upaya untuk mencapai tujuan komunikasi dengan menyampaikan pesan dalam bentuk pemikiran dan bahasa yang mudah dipahami oleh penerima pesan (komunikasikan) sehingga dalam praktiknya pengemasan konten sangat bergantung pada platform media yang digunakan. Kedua akun Instagram tersebut menggunakan bentuk carousel karena menawarkan fleksibilitas lebih karena memungkinkan pengguna untuk menggabungkan hingga sepuluh elemen visual, baik berupa gambar maupun video dalam satu unggahan. Sehingga isu lingkungan ini dapat disampaikan secara informatif dalam bentuk carousel di media sosial Instagram. Dalam hal ini Greenpeace Internasional menyusun konten secara runtut dan sistematis, sementara Greenpeace Indonesia cenderung menyampaikan langsung inti masalah tanpa alur yang jelas.

Dalam hal tema konten, kedua akun Instagram tersebut memiliki perbedaan dalam menjelaskan isu lingkungannya. Menurut Cox (2017) pemahaman terhadap isu lingkungan menjadi krusial karena komunikasi lingkungan berperan penting dalam menyebarkan kesadaran akan kondisi ekologis serta menjadi medium untuk menavigasi dan menengahi perbedaan pandangan yang muncul di tengah masyarakat terkait persoalan tersebut. Pada akun Greenpeace Internasional dominan membahas mengenai energi terbarukan dan energi fosil, sedangkan Greenpeace Indonesia dominan membahas deforestasi hutan. Greenpeace internasional membahas permasalahan lingkungan umum yang akan berdampak ke seluruh dunia yaitu transisi energi yang kemungkinan menyebabkan pemanasan global pada seluruh belahan bumi. Sedangkan Greenpeace Indonesia membahas permasalahan khusus di Indonesia dengan dominan deforestasi hutan karena Indonesia merupakan negara ketiga sebagai negara dengan hutan terluas, namun disayangkan ternyata isu hutan juga yang terbanyak dibahas artinya perlu perhatian khusus untuk menjaga kelestarian hutan di Indonesia.

Kedua akun Instagram menunjukkan respons publik yang serupa, yaitu tanggapan negatif terhadap konten yang membahas isu lingkungan. Tanggapan negatif ini merujuk pada bentuk ekspresi dari individu atau kelompok yang menunjukkan ketidaksetujuan, penolakan, atau rasa kecewa terhadap isu yang diangkat (Prameswara, 2023). Dalam konteks ini, isu yang dimaksud berkaitan dengan memburuknya kondisi lingkungan, baik dalam skala lokal di Indonesia maupun secara global. Unggahan yang menyoroti kerusakan

lingkungan, pencemaran, dan bencana ekologis lainnya memicu reaksi emosional dari audiens yang tercermin melalui komentar-komentar kritis, keluhan, serta kekhawatiran terhadap masa depan lingkungan hidup.

Menurut Pezzullo dan Cox (2017), komunikasi lingkungan memiliki peran strategis dalam membentuk cara pandang, emosi, pemahaman, hingga keyakinan masyarakat terhadap isu-isu ekologis. Media sosial, sebagai bagian dari praktik komunikasi lingkungan kontemporer, tidak hanya berfungsi sebagai saluran informasi, tetapi juga sebagai ruang diskursif tempat masyarakat membentuk opini dan menyuarakan sikap mereka. Pada kedua akun Instagram yang dianalisis, dapat diamati bahwa narasi mengenai isu lingkungan yang disampaikan melalui visual dan caption berhasil membangkitkan keterlibatan emosional audiens. Hal ini terlihat dari tingginya intensitas komentar yang bernada kecewa, marah, dan peduli terhadap kondisi lingkungan yang semakin mengkhawatirkan.

Respons negatif dari audiens terhadap konten yang diunggah oleh akun @greenpeace dan @greenpeaceid tidak hanya mencerminkan keprihatinan terhadap isu lingkungan di tingkat nasional, tetapi juga mencakup kepedulian terhadap permasalahan global. Audiens menunjukkan kesadaran bahwa krisis lingkungan di suatu negara tidak dapat dipisahkan dari konteks internasional, karena sistem ekologis dunia bekerja secara terintegrasi. Misalnya, praktik deforestasi di satu wilayah dapat memperburuk perubahan iklim secara global, sementara pencemaran laut di satu negara dapat berdampak pada keanekaragaman hayati lintas perairan. Dengan demikian, tanggapan negatif yang muncul menandakan bahwa publik memahami adanya dimensi global dalam setiap permasalahan lingkungan yang diangkat, serta pentingnya kolaborasi internasional untuk menghadapinya.

Lebih lanjut, respons yang bersifat kritis dari para pengguna media sosial ini dapat dilihat sebagai bentuk partisipasi digital dalam menyuarakan kepedulian ekologis. Keterlibatan mereka dalam menyampaikan komentar, menyebarluaskan informasi, atau bahkan memberikan kritik terhadap kebijakan yang dianggap merugikan lingkungan, menjadi indikator bahwa kesadaran lingkungan telah meluas melampaui batas geografis. Fenomena ini mencerminkan terbentuknya kesadaran kolektif yang melihat isu lingkungan sebagai tanggung jawab bersama umat manusia. Oleh karena itu, peran media sosial tidak hanya sebagai saluran

informasi, tetapi juga sebagai ruang diskusi dan mobilisasi opini publik, semakin relevan dalam konteks perjuangan melindungi keberlanjutan bumi.

