

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

N o	Judul Penulis Tahun	Afiliasi Universitas	Metode Penelitian	Kesimpulan	Saran	Perbedaan dengan penelitian ini
1	Pengemas an Pesan Lingkun g an pada Akun Instagram @aksikita indonesia (Analisis Isi Kualitatif Periode Januari 2023 – Januari 2024) Elvira Septiana 2024	Universitas Pembangunan Jaya	Analisis Isi Kualitatif	Kesimpulan utama dari penelitian ini didasarkan pada identifikasi masalah dan tujuan penelitian, yang bertujuan untuk menganalisis secara mendalam metode penyampaian pesan lingkungan melalui akun Instagram @aksikitaindo nesia dalam periode Januari 2023 hingga Januari 2024. Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa konten yang dipublikasika n oleh Aksikita Indonesia berfokus pada upaya untuk menyampaika n informasi terkait pesan lingkungan kepada masyarakat.	Temuan dari peneliti an ini mengun gkapkan bahwa pengem asan pesan lingkun gan pada akun Instagra m @aksiki tandone sia selama periode Januari 2023 hingga Januari 2024 didomin asi oleh penggun aan konten video reels. Jenis pesan yang paling sering disampa ikan adalah pesan informat if, dengan tema utama	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu dalam penggunaan metode penelitian, penelitiannya sebelumnya menggunakan metode analisis isi kualitatif sedangkan pada penelitian ini menggunakan metode penelitian analisis isi kuantitatif

No	Judul Penulis Tahun	Afiliasi Universitas	Metode Penelitian	Kesimpulan	Saran	Perbedaan dengan penelitian ini
					yang berfokus pada isu-isu terkait pengelolaan sampah. Meskipun demikian, penelitian ini juga mengidentifikasi beberapa area yang masih memiliki potensi untuk diperbaiki dan dikembangkan dalam penelitian-penelitian selanjutnya.	
2	Pengemasan Pemberitaan Isu Lingkungan pada Media Berita Daring Indonesia Analisis Isi Kuantitatif pada Media Lingkungan (Mongabay.co.id), Media Nasional (Kompas.com), dan	Universitas Pembangunan Jaya	Analisis isi Kuantitatif	Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa total berita yang berhasil diidentifikasi terkait dengan isu lingkungan dari empat platform media berita daring mencapai 97 berita. Berita-berita ini dipilih berdasarkan kriteria pemberitaan yang telah ditetapkan	Penelitian berikutnya dapat difokuskan pada perbandingan metode pengemasan berita antar media lokal. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan yang	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu dalam fokus penelitian, fokus penelitian sebelumnya kepada pengemasan berita isu lingkungan di media berita daring sedangkan pada penelitian ini terfokus pengemasan isu lingkungan pada media sosial instagram.

No	Judul Penulis Tahun	Afiliasi Universitas	Metode Penelitian	Kesimpulan	Saran	Perbedaan dengan penelitian ini
	Media Lokal (Jateng Pos dan Kanal Kalimantan) Periode Oktober 2023 – Oktober 2024 Muhammad Dhuha Salam Habibillah 2025			dalam definisi operasional, dengan tujuan untuk menyaring dan mengklasifikasi berita-berita yang relevan sebagai isu lingkungan.	lebih mendalami mengenai perbedaan dalam penyajian isu-isu lingkungan oleh media-media lokal, serta untuk memahami bagaimana faktor-faktor kontekstual lokal dapat memengaruhi nada dan kerangka pemberitaan.	
3	Analisis Isi Pemberitaan Harian Tribun Medan Tentang Menjaga Lingkungan Hidup Di Kota Medan Chairul Saleh Hutabarat 2017	Universitas Islam Negeri Sumatera Utara	Analisis Isi Kualitatif	Temuan penelitian ini mengungkap bahwa surat kabar Tribun Medan menunjukkan ketertarikan yang signifikan terhadap isu-isu lingkungan, khususnya yang berkaitan dengan dampak lingkungan. Tema ini menjadi dominan dalam pemberitaan yang disajikan	Penelitian mengenai isu lingkungan yang menggunakan pendekatan komunikasi dalam kajian ini masih memiliki sejumlah keterbatasan. Untuk	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu dalam fokus penelitian sebelumnya hanya terfokus terhadap satu media lokal, sedangkan pada penelitian ini terfokus terhadap 2 media yakni media lokal dan media internasional.

No	Judul Penulis Tahun	Afiliasi Universitas	Metode Penelitian	Kesimpulan	Saran	Perbedaan dengan penelitian ini
				oleh Tribun Medan. Selain itu, Tribun Medan juga lebih cenderung untuk menyoroti berita-berita lingkungan yang berfokus pada kebijakan lingkungan.	memahami secara mendalam interrelasi antara pemberitaan lingkungan oleh surat kabar dan kebijakan pengelolaan lingkungan di Sumatera Utara, pendekatan yang diterapkan dalam penelitian ini tentunya belum cukup untuk memberikan gambaran.	

2.2. Teori dan Konsep

2.2.1 Komunikasi Lingkungan

Menurut (Pezzullo & Cox, 2017) komunikasi lingkungan merupakan Mode ekspresi konstitutif dan pragmatis mencerminkan proses yang mencakup penamaan, pemberian makna, pembentukan orientasi, serta negosiasi hubungan ekologis antara manusia dengan dunia tempat mereka berada dan dunia yang mereka hadapi. Proses ini turut mencakup interaksi manusia dengan sistem, elemen, serta spesies nonmanusia dalam ekosistem yang lebih luas.

Berdasarkan definisi tersebut, komunikasi lingkungan memiliki setidaknya dua peran utama. Pertama adalah fungsi konstitutif, yang mencakup bentuk interaksi baik verbal maupun nonverbal yang berfungsi untuk membentuk, mengarahkan, serta merundingkan makna, nilai, dan relasi. Dalam kerangka ini, komunikasi lingkungan berperan dalam membangun pemahaman, sudut pandang, emosi, hingga keyakinan terhadap suatu isu. Melalui fungsi konstitutif ini pula, para aktor dapat menentukan apa yang dipandang sebagai permasalahan lingkungan dan apa yang tidak. Perbedaan pandangan terkait data, metode, dan interpretasi atas kasus deforestasi di Indonesia menjadi contoh konkret bagaimana masing-masing pihak memiliki tafsir dan pemahaman yang berbeda, yang perlu dikomunikasikan dan dinegosiasikan secara terbuka (Pezzullo & Cox, 2017). Kedua, 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. Inti dari fungsi ini adalah mendorong terjadinya tindakan nyata. Kegiatan seperti penyuluhan dan kampanye lingkungan, aksi demonstrasi, hingga pernyataan dukungan terhadap tokoh politik yang pro-lingkungan merupakan contoh dari penerapan fungsi pragmatis dalam komunikasi lingkungan (Pezzullo & Cox, 2017).

Fungsi utama komunikasi lingkungan adalah untuk merumuskan serta mengidentifikasi isu-isu lingkungan yang sedang dihadapi melalui proses interaksi, baik secara verbal maupun nonverbal. Selain itu, komunikasi lingkungan juga

berperan dalam merancang dan menentukan bentuk tindakan yang tepat serta cara pelaksanaannya dalam merespons permasalahan tersebut (Pezzullo & Cox, 2017).

Oleh karena itu, peneliti menetapkan pemilihan teori ini didasarkan pada kemampuannya dalam memberikan wawasan yang komprehensif kepada publik mengenai dinamika isu-isu lingkungan serta interaksi kompleks antara manusia dan ekosistem alam. Melalui penerapan kerangka teoritis ini, peneliti bertujuan untuk menelaah bagaimana akun Instagram Greenpeace Internasional (@greenpeace) dan Greenpeace Indonesia (@greenpeaceid) mengomunikasikan pesan-pesan lingkungan kepada audiens digital mereka. Pesan-pesan tersebut mencakup berbagai isu krusial, seperti manajemen limbah, perubahan iklim, pencemaran lingkungan, penurunan keanekaragaman hayati, serta persoalan ekologis lainnya. Dengan memanfaatkan pendekatan komunikasi lingkungan, penelitian ini berupaya menguraikan peran strategis kedua akun tersebut dalam membentuk kesadaran ekologis publik dan mendorong keterlibatan aktif masyarakat dalam upaya pelestarian lingkungan hidup.

2.2.2 Isu Lingkungan

Isu lingkungan menempati posisi strategis dalam kajian Hubungan Internasional, berada di urutan ketiga setelah isu keamanan global dan ekonomi internasional. Pentingnya isu ini untuk dibahas dalam berbagai forum tidak dapat diabaikan, mengingat dampak dari suatu bencana atau krisis lingkungan di satu negara sangat mungkin meluas dan memengaruhi negara-negara di sekitarnya (Shinta, 2019). Menurut (McGrath & Jonker, 2023) mengidentifikasi isu lingkungan sebagai seperangkat tantangan multidimensional yang memengaruhi bumi dan seluruh sistem ekologisnya. Tantangan ini mencakup perubahan iklim, pencemaran lingkungan, ledakan populasi, serta pola konsumsi energi yang tidak berkelanjutan. Kompleksitas dan keterkaitan antarmasalah tersebut memperlihatkan bahwa isu lingkungan bersifat sistemik dan berdampak luas. Dampak yang ditimbulkan tidak hanya mengancam stabilitas ekosistem, tetapi juga memiliki implikasi serius terhadap kesehatan dan kualitas hidup manusia secara global.

Persoalan lingkungan dipahami sebagai permasalahan yang timbul dari hubungan timbal balik antara manusia dengan sistem alam. Pemahaman terhadap isu ini menjadi krusial karena komunikasi lingkungan berperan penting dalam menyebarluaskan kesadaran akan kondisi ekologis serta menjadi medium untuk menavigasi dan menengahi perbedaan pandangan yang muncul di tengah masyarakat terkait persoalan tersebut. Komunikasi lingkungan, dengan demikian, tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga deliberatif, karena mengupayakan keterlibatan publik dalam memahami dan merespons isu-isu lingkungan secara kolektif dan konstruktif (Cox, 2017).

Isu lingkungan hidup semakin menjadi perhatian utama dalam diskursus global. Banyak negara mulai menyadari pentingnya menjaga kelestarian lingkungan demi menjamin keberlangsungan hidup generasi mendatang. Sejalan dengan meningkatnya kesadaran lingkungan di kalangan masyarakat dan pemerintah, serta memburuknya kualitas lingkungan yang mulai berdampak langsung pada kehidupan sehari-hari seperti kenaikan suhu global dan munculnya berbagai penyakit akibat kerusakan lapisan ozon, isu lingkungan hidup pun mulai mendapat tempat dalam agenda-agenda internasional (Elvania, 2023).

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa persoalan lingkungan mencerminkan beragam permasalahan yang muncul akibat relasi timbal balik antara aktivitas manusia dan kondisi alam. Dalam konteks penelitian ini, perhatian terhadap pesan-pesan lingkungan difokuskan pada konten yang dipublikasikan oleh akun Instagram Greenpeace Internasional (@greenpeace) dan Greenpeace Indonesia (@greenpeaceid). Konten-konten tersebut dijadikan unit analisis karena memuat informasi penting mengenai isu-isu lingkungan baik dalam skala global maupun nasional. Mengingat urgensinya, isu lingkungan dipandang sebagai permasalahan yang kompleks dan mendesak untuk dikaji secara lebih mendalam.

2.2.3 Instagram Sebagai Medium Informasi Isu Lingkungan

Instagram adalah salah satu bentuk media baru (new media) yang memungkinkan penciptaan sekaligus penyampaian pesan melalui jaringan internet. Platform ini menawarkan tingkat interaktivitas yang tinggi, sehingga para pengguna memiliki kebebasan untuk memilih dan mengakses informasi sesuai dengan kebutuhan dan minat mereka (Watie, 2016).

Instagram memberikan kemudahan bagi penggunanya dalam melakukan berbagai aktivitas, mulai dari berbagi konten visual, berinteraksi melalui komentar dan pesan, hingga membangun komunitas yang memiliki minat yang sama. Kemampuan platform ini dalam menyampaikan pesan secara cepat dan luas menjadikannya sebagai salah satu media sosial yang efektif untuk tujuan komunikasi publik. Salah satu organisasi non-pemerintah yang memanfaatkan Instagram secara aktif adalah Greenpeace.

Organisasi ini menggunakan Instagram sebagai sarana strategis untuk menyebarkan informasi dan meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai isu-isu lingkungan. Melalui dua akun resminya, yaitu @greenpeace dan @greenpeaceid, Greenpeace secara konsisten membagikan konten-konten edukatif dan kampanye yang bertujuan untuk membangun pemahaman serta mendorong keterlibatan publik dalam upaya pelestarian lingkungan. Dengan memanfaatkan kekuatan visual dan jangkauan luas yang dimiliki Instagram, kedua akun tersebut menjadi media komunikasi yang efektif dalam menyampaikan pesan lingkungan kepada khalayak yang lebih beragam dan lintas batas geografis.

Penelitian ini memanfaatkan konsep Instagram sebagai bagian integral dari kajian, mengingat keterkaitannya dengan fokus utama yaitu representasi isu-isu lingkungan dalam konten media sosial. Instagram, sebagai salah satu bentuk media baru, memungkinkan individu, organisasi, maupun korporasi untuk mendistribusikan foto dan video secara real-time dengan dukungan koneksi internet. Dalam konteks penelitian ini, Instagram berfungsi sebagai platform komunikasi visual yang digunakan oleh akun @greenpeace dan @greenpeaceid untuk mengolah dan menyampaikan informasi terkait permasalahan lingkungan melalui berbagai fitur interaktif yang tersedia, seperti unggahan feed dan reels.

2.2.4 Pengemasan Konten

Menurut (Effendy, 2018), pengemasan pesan merupakan suatu upaya untuk mencapai tujuan komunikasi dengan menyampaikan pesan dalam bentuk pemikiran dan bahasa yang mudah dipahami oleh penerima pesan (komunikant). Oleh karena itu, komunikator dituntut untuk mampu mengemas pesan secara tepat agar maksud yang ingin disampaikan dapat diterima dengan baik. Proses penyampaian pemikiran dan bahasa oleh komunikator ini dikenal sebagai encoding, yaitu proses pengkodean pesan yang kemudian disalurkan melalui media. Komunikasi dikatakan terjadi apabila komunikant dapat memahami pesan atau pemikiran yang telah dikodekan oleh komunikator tersebut (Prameswara, 2023).

Dalam praktiknya, pengemasan konten sangat bergantung pada platform media yang digunakan. Misalnya, konten di Instagram cenderung mengandalkan estetika visual dan caption singkat, oleh karena itu, memahami karakteristik media dan preferensi audiens menjadi elemen krusial dalam menentukan bentuk kemasan konten yang tepat.

Dalam penelitian ini, konsep pengemasan konten dijadikan sebagai landasan utama karena memiliki keterkaitan langsung dengan fokus kajian, yaitu bagaimana isu-isu lingkungan dikonstruksi dan disampaikan melalui akun Instagram. Peneliti mengeksplorasi berbagai aspek pengemasan, yang mencakup tema konten, bentuk konten, jenis konten, serta tanggapan konten. Seluruh elemen tersebut dianalisis secara sistematis pada akun @greenpeace dan @greenpeaceid guna memahami strategi komunikasi visual dalam menyampaikan pesan-pesan lingkungan kepada khalayak digital.

2.2.5 Tema Konten

Menurut (Septiana, 2024) Tema berfungsi sebagai landasan konseptual yang menyatukan maksud dan gagasan dalam suatu narasi, sekaligus memberikan arah dan konsistensi terhadap pesan dan media yang disampaikan. Dalam konteks komunikasi, tema pesan merujuk pada gagasan inti atau substansi utama yang menjadi pusat dari pesan yang ingin ditransmisikan, baik melalui teks, audiovisual,

maupun bentuk ekspresi lainnya. Tema ini mencerminkan nilai-nilai atau pemikiran pokok yang hendak dikomunikasikan oleh pengirim kepada audiens, dan dapat dikenali sebagai poros makna dalam keseluruhan struktur komunikasi yang dibangun.

Berdasarkan hasil analisis peneliti terhadap akun Instagram @greenpeace dan @greenpeaceid, dapat diidentifikasi sejumlah tema pesan yang muncul melalui representasi visual dalam bentuk gambar maupun video. Tema-tema tersebut disusun berdasarkan isi dan narasi yang terkandung dalam setiap unggahan, yang mencerminkan fokus isu lingkungan tertentu yang ingin disampaikan kepada audiens. Adapun beberapa tema yang ditentukan dalam konten kedua akun tersebut adalah sebagai berikut:

1. Perubahan Iklim

Perubahan iklim merupakan isu krusial yang menimbulkan ancaman signifikan bagi umat manusia secara global. Fenomena ini merupakan konsekuensi langsung dari peningkatan suhu rata-rata bumi akibat pemanasan global yang terus bereskalasi. Dampaknya tidak hanya bersifat ekologis, tetapi juga memengaruhi berbagai dimensi kehidupan manusia, mulai dari kesehatan, ketahanan pangan, hingga stabilitas sosial dan ekonomi (Luthfia, et al., 2019).

2. Deforestasi Hutan

Deforestasi merujuk pada proses degradasi kawasan hutan yang terjadi akibat konversi lahan menjadi peruntukan lain, seperti pembangunan infrastruktur, pertambangan, maupun permukiman. Fenomena ini sering kali berkaitan erat dengan praktik eksploitasi hutan secara illegal yang berimplikasi serius terhadap kelestarian habitat alami dan keseimbangan ekosistem (Dewi, et al., 2023).

3. Keadilan Iklim dan Sosial

keadilan lingkungan mengkaji penerapan prinsip-prinsip keadilan dalam pengelolaan dan perlindungan lingkungan hidup. Fokus utama teori ini mencakup pemerataan distribusi dampak negatif dan manfaat dari kebijakan lingkungan, keterlibatan aktif masyarakat dalam proses pengambilan

keputusan, serta jaminan terhadap akses yang adil dan setara terhadap sumber daya alam bagi seluruh kelompok sosial (Hidayat, et al., 2023).

4. Pencemaran Plastik

Limbah plastik menjadi salah satu penyumbang utama permasalahan sosial dan ekologis dalam masyarakat modern. Oleh karena itu, kesadaran kolektif mengenai konsekuensi negatif dari penggunaan plastik perlu ditingkatkan. Upaya strategis seperti pengembangan substitusi material yang lebih ramah lingkungan, penyuluhan publik mengenai pengurangan konsumsi plastik, serta implementasi kebijakan yang membatasi produksi dan sirkulasi plastik sekali pakai, menjadi semakin penting untuk diterapkan. Langkah-langkah tersebut diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata dalam menjaga keberlanjutan dan kebersihan lingkungan hidup (Putra, et al., 2025).

5. Energi Terbarukan vs Energi Fosil

Energi memiliki peran krusial dalam mendorong aktivitas ekonomi, baik dalam aspek konsumsi maupun produksi. Sebagai salah satu elemen esensial dalam proses produksi, energi berfungsi bersama faktor produksi lainnya seperti tenaga kerja dan modal. Perkembangan akibat revolusi industri telah secara signifikan meningkatkan ketergantungan terhadap energi, terutama dalam mendukung efisiensi dan produktivitas sektor industri (Berlianto & Wijaya, 2022).

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan menganalisis tema-tema yang diangkat dalam konten media sosial Instagram milik @greenpeace dan @greenpeaceid, dengan fokus khusus pada isu-isu lingkungan. Peneliti akan menelaah bagaimana berbagai tema lingkungan dikonstruksikan dan dikemas dalam unggahan-unggahan yang dipublikasikan oleh kedua akun tersebut. Penentuan tema didasarkan pada isi konten yang diposting selama periode Januari 2024 hingga Januari 2025, guna memperoleh pemahaman yang menyeluruh mengenai strategi penyampaian pesan lingkungan kepada para pengikutnya di ranah digital.

2.2.6 Bentuk Konten

Menurut A.Q. Widjaja dan M. Arisyk Wahab (Azzahraita, 2022) mengemukakan bahwa terdapat tiga bentuk konten, yaitu sebagai berikut:

1. **Informatif**

Konten tersebut mengandung pesan yang bernilai informatif dan signifikan, karena disusun berdasarkan temuan empiris dan bukti faktual yang diperoleh langsung dari kondisi nyata di lapangan (Arzodhikromo, 2023).

2. **Persuasif**

Konten tersebut terdapat pesan yang bersifat persuasif, yakni dirancang untuk mendorong, mempengaruhi, dan meyakinkan audiens agar bergerak melakukan suatu tindakan atau berpartisipasi dalam kegiatan tertentu (Jayanti, 2024).

3. **Koersif**

Pesan yang disampaikan memiliki sifat koersif, yaitu disusun sedemikianrupa untuk memberikan tekanan psikologis kepada penerima pesan melalui bentuk komunikasi seperti ancaman, intimidasi, atau paksaan, dengan tujuan memengaruhi perilaku atau keputusan pihak lain (Setiawan, 2021).

Dalam penelitian ini, peneliti mengadopsi konsep pesan informatif, persuasif, dan koersif sebagai kerangka analisis dalam mengidentifikasi karakteristik komunikasi yang disampaikan. Ketiga konsep tersebut dijadikan kategori utama dalam mengklasifikasikan berbagai bentuk konten yang diunggah oleh akun Instagram @greenpeace dan @greenpeaceid. Pendekatan ini dipilih karena selaras dengan fokus kajian serta berfungsi sebagai dasar dalam menjawab pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan. Dengan demikian, konsep-konsep tersebut tidak hanya bersifat deskriptif, tetapi juga analitis dalam mendukung pemahaman terhadap strategi komunikasi yang digunakan dalam penyampaian isu-isu lingkungan.

2.2.7 Jenis Konten

Jenis konten merujuk pada bentuk penyampaian informasi yang tersedia melalui berbagai saluran media digital atau perangkat elektronik. Dalam konteks media sosial, konten berfungsi sebagai elemen utama yang dirancang untuk menjawab kebutuhan komunikasi tiap platform. Di Instagram, pemilihan bentuk konten yang tepat menjadi strategi penting dalam membangun keterlibatan audiens (engagement). Oleh karena itu, penting untuk menyesuaikan format konten dengan sasaran komunikasi yang ingin dicapai agar pesan tersampaikan secara efektif dan mampu menarik partisipasi aktif dari para pengikut (Anendya, 2023). Beberapa jenis konten yang umum ditemui di platform ini meliputi gambar tunggal, carousel (serangkaian gambar), dan reels (video pendek) (Anendya, 2023).

1. **Gambar Tunggal**

Konten gambar tunggal adalah bentuk unggahan pada feed Instagram yang terdiri dari satu gambar statis. Umumnya digunakan untuk menyampaikan pesan secara langsung dan ringkas, dengan fokus pada satu inti informasi atau visual utama tanpa elemen tambahan yang kompleks (Anendya, 2023).

2. **Carousel (serangkaian gambar)**

Carousel merupakan salah satu format konten dalam feed Instagram yang menawarkan fleksibilitas lebih dibandingkan gambar tunggal, karena memungkinkan pengguna untuk menggabungkan hingga sepuluh elemen visual, baik berupa gambar maupun video dalam satu unggahan (Anendya, 2023).

3. **Video Reels**

Video reels di Instagram merupakan format konten dinamis yang memungkinkan integrasi berbagai elemen multimedia seperti video, gambar, teks, musik latar (background), serta efek visual atau filter (Anendya, 2023).

Berdasarkan uraian sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa terdapat tiga format utama konten yang dimanfaatkan dalam platform media sosial, yakni gambar tunggal, carousel, dan video reels. Ketiga format ini terbukti menjadi media yang efektif dalam menyampaikan pesan-pesan terkait isu lingkungan yang

dipublikasikan oleh akun Instagram @greenpeace dan @greenpeaceid dalam rentang waktu Januari 2024 hingga Januari 2025.

2.2.8 Tanggapan Konten

Tanggapan dapat diartikan sebagai bentuk persepsi individu yang terbentuk dari pemrosesan informasi atau pesan yang diterima oleh otak. Secara ringkas, tanggapan mencerminkan impresi atau kesan subjektif yang muncul sebagai hasil dari interaksi kognitif terhadap suatu konten (Salim, 2022). Dalam setiap konten yang disajikan, terkandung sejumlah elemen penting seperti nilai-nilai, norma sosial, tindakan proaktif, bentuk pertukaran, kepercayaan, hingga partisipasi aktif audiens. Untuk menilai bagaimana individu merespons suatu konten di media sosial, respons tersebut umumnya dikategorikan ke dalam dua jenis utama yang mencerminkan kecenderungan reaksi pengguna terhadap isi pesan yang ditampilkan, diantaranya:

1. Tanggapan Positif

Tanggapan positif merujuk pada bentuk respons atau pandangan individu, tanggapan positif juga dapat mencerminkan keterlibatan emosional dan nilai-nilai yang dianut oleh individu yang merespon, seperti kepedulian terhadap isu lingkungan, solidaritas terhadap kelompok tertentu, atau dukungan terhadap gerakan sosial tertentu. Dalam konteks aktivisme digital, seperti yang dilakukan oleh organisasi lingkungan, tanggapan positif sering menjadi indikator awal keberhasilan kampanye dalam membangun kesadaran publik dan memperkuat dukungan massa. Oleh karena itu, analisis tanggapan positif bukan hanya penting dari sisi komunikasi, tetapi juga dari perspektif sosial-politik dan psikologis (Prameswara, 2023).

2. Tanggapan Negatif

Tanggapan negatif merujuk pada respons individu yang mengungkapkan ketidaksetujuan atau penolakan terhadap topik yang sedang dibahas. Respons ini sering kali ditandai dengan penggunaan bahasa atau pernyataan yang bersifat menyudutkan, menghina, atau mencela, yang dapat menciptakan dampak negatif terhadap komunikasi yang berlangsung. Di

media sosial, tanggapan negatif sering muncul dalam bentuk komentar sinis, kritik tajam, atau pernyataan kasar. Jika tidak disampaikan dengan cara yang baik, respons semacam ini bisa memperkeruh diskusi. Namun, jika disampaikan dengan argumen yang baik dan sopan, tanggapan negatif juga bisa menjadi masukan yang membangun. (Prameswara, 2023).

Dalam penelitian ini, analisis terhadap tanggapan konten difokuskan pada bagaimana narasi dibentuk dan disampaikan oleh akun Instagram @greenpeace dan @greenpeaceid dalam mengangkat isu-isu lingkungan kepada audiens digitalnya. Analisis ini tidak hanya mencakup isi visual dan teks dalam unggahan, tetapi juga mempertimbangkan respons pengguna seperti komentar dan reaksi emosional yang muncul sebagai indikator penerimaan publik. Peneliti menelaah secara cermat apakah narasi yang dibangun cenderung mengedepankan pendekatan positif—seperti penekanan pada keberhasilan kampanye pelestarian lingkungan, inovasi kebijakan hijau, atau partisipasi masyarakat yang aktif—atau justru menggunakan pendekatan negatif, seperti penggambaran kerusakan lingkungan, kritik terhadap praktik industri yang eksploitatif, serta dampak buruk dari kebijakan yang tidak berkelanjutan. Pendekatan naratif ini penting untuk dipahami karena dapat memengaruhi persepsi publik, membentuk opini, serta menentukan sejauh mana pesan lingkungan dapat memobilisasi aksi atau meningkatkan kesadaran ekologis. Dengan demikian, analisis terhadap tanggapan konten menjadi bagian integral dalam menilai efektivitas strategi komunikasi lingkungan yang diterapkan kedua akun tersebut di ranah media sosial..

2.2.9 Definisi Operasional dan Indikator

Tabel 2.2 Definisi Operasional dan Indikator

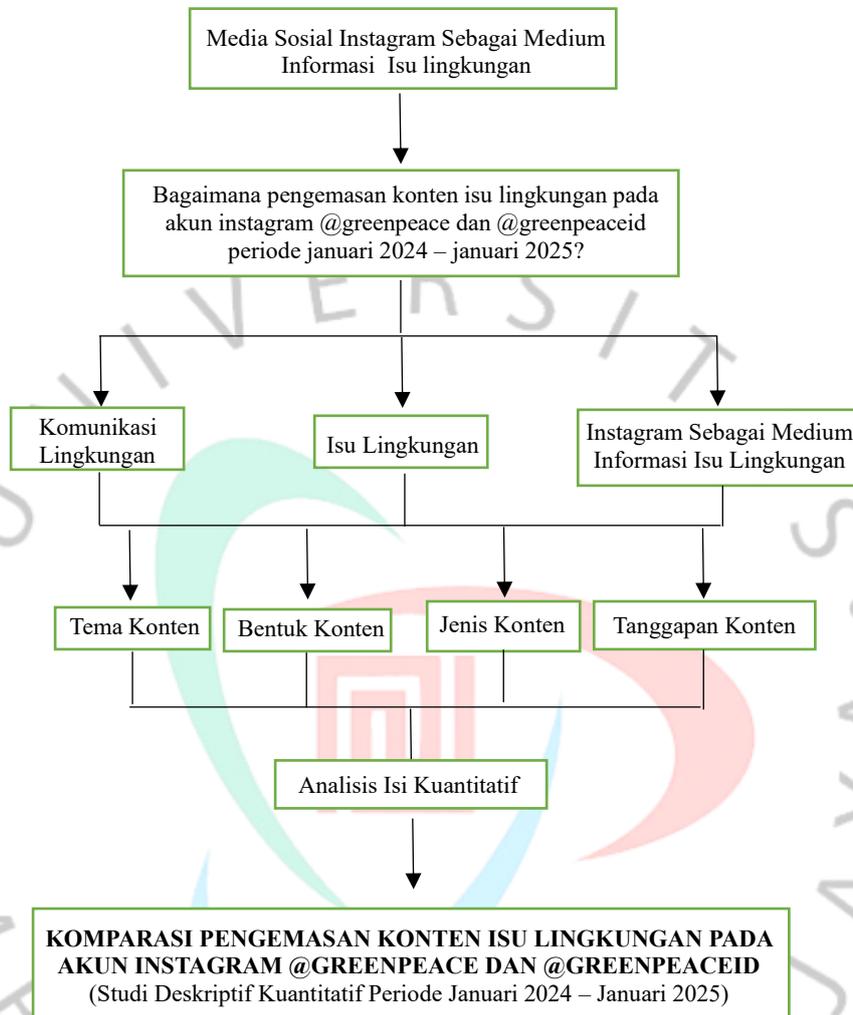
No.	Kategori	Indikator	Definisi Operasional
1.	Tema Konten	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perubahan Iklim 2. Deforestasi Hutan 3. Keadilan Iklim dan Sosial 4. Pencemaran Plastik 5. Energi Terbarukan vs Energi Fosil 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perubahan iklim merupakan isu krusial yang menimbulkan ancaman signifikan bagi umat manusia secara global (Luthfia, et al., 2019). 2. Deforestasi hutan merujuk pada proses degradasi kawasan hutan yang terjadi akibat konversi lahan menjadi peruntukan lain (Dewi, et al., 2023). 3. keadilan lingkungan mengkaji penerapan prinsip-prinsip keadilan dalam pengelolaan

No.	Kategori	Indikator	Definisi Operasional
			dan perlindungan lingkungan hidup (Hidayat, et al., 2023).
			4. Limbah plastik menjadi salah satu penyumbang utama permasalahan sosial dan ekologis dalam masyarakat modern (Putra, et al., 2025).
			5. Energi memiliki peran krusial dalam mendorong aktivitas ekonomi, baik dalam aspek konsumsi maupun produksi (Berlianto & Wijaya, 2022).
2.	Bentuk Konten	6. Informatif 7. Persuasif 8. Koersif	6. Konten informatif merujuk pada penyampaian data atau fakta yang bersifat objektif dan dapat dijadikan landasan oleh penerima pesan dalam proses pengambilan keputusan secara rasional (Arzodhikromo, 2023).
			7. Konten persuasif merupakan bentuk komunikasi yang dirancang untuk memengaruhi sikap, pendapat, atau perilaku audiens melalui pendekatan ajakan yang meyakinkan, dengan tujuan mendorong penerima pesan agar melakukan tindakan tertentu secara sukarela (Jayanti, 2024).
			8. Konten koersif merujuk pada jenis pesan komunikasi yang menuntut kepatuhan terhadap suatu tindakan tertentu, disertai dengan ancaman konsekuensi atau sanksi apabila tindakan tersebut diabaikan atau tidak dilaksanakan (Setiawan, 2021).
3.	Jenis Konten	9. Gambar Tunggal 10. Carousel (serangkaian gambar) 11. Video Reels	9. Gambar tunggal merupakan format konten dalam linimasa media sosial yang menyajikan satu representasi visual dalam satu unggahan, tanpa elemen tambahan seperti slide (Anendya, 2023).
			10. Fitur carousel merupakan fitur yang memberikan keleluasaan bagi pengguna untuk membagikan sejumlah foto atau video secara bersamaan dalam satu kali unggahan pada platform media sosial (Anendya, 2023).
			11. Video reels merupakan format video berorientasi vertikal dengan durasi maksimal satu menit, yang memungkinkan pengguna melakukan pengeditan seperti penambahan musik latar, teks, serta penerapan berbagai filter atau efek visual sebelum dibagikan melalui platform Instagram (Anendya, 2023).
4.	Tanggapan Konten	12. Tanggapan Positif 13. Tanggapan Negatif	12. Tanggapan positif merujuk pada bentuk reaksi yang mencerminkan apresiasi, dukungan moral, serta penyemangat, yang biasanya disertai dengan ekspresi harapan dan sudut pandang yang optimistic (Prameswara, 2023).

No.	Kategori	Indikator	Definisi Operasional
			13. Tanggapan negatif menunjukkan ekspresi ketidakpuasan atau bentuk protes terhadap suatu isu atau konten yang disampaikan (Prameswara, 2023).



2.3. Kerangka Berpikir



Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir

Berdasarkan kerangka berpikir, penelitian ini berlandaskan media sosial Instagram sebagai medium informasi isu lingkungan dengan memperhatikan bagaimana pengemasan konten isu lingkungan pada suatu akun Instagram dengan landasan teori dan konsep Komunikasi Lingkungan, Isu Lingkungan, dan Instagram sebagai medium informasi isu lingkungan. Untuk menganalisis pengemasan konten dengan menggunakan konsep utama yakni tema konten, bentuk konten, jenis konten, dan tanggapan konten dengan metode penelitian analisis isi kuantitatif untuk komparasi pengemasan konten isu lingkungan pada akun Instagram @greenpeace dan @greenpeaceid periode januari 2024 – Januari 2025.