

# BAB I

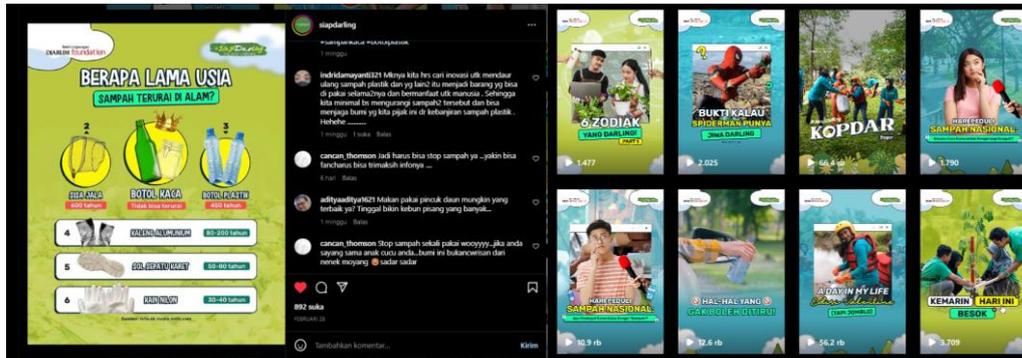
## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Bakti Lingkungan Djarum Foundation mengajak generasi muda untuk memiliki kesadaran dan kepedulian terhadap lingkungan melalui pelaksanaan program bernama Siap Darling atau Siap Sadar Lingkungan. Dikutip dari TribunJateng.com Abdurrachman Aldilla sebagai *Program Associate* Bakti Lingkungan Djarum *Foundation*, menjelaskan bahwa program ini dirancang dengan tujuan menginspirasi dan menggerakkan semangat pemuda dalam menjaga kelestarian lingkungan. Dalam perjalanannya, telah melibatkan para generasi muda dalam beragam kegiatan lingkungan, seperti kegiatan menanam pohon (Gozali, 2022). Dalam terlaksanakannya program ini, untuk mencapai tujuan perubahan yang signifikan adanya peran Darling squad sebagai kelompok atau komunitas yang dibentuk melakukan perubahan baik bagi lingkungan dengan melaksanakan program lingkungan didalamnya seperti menanam pohon, membersihkan sampah dan lain sebagainya. Gerakan ini menyasar generasi muda dengan melalui penyebaran informasinya menggunakan media sosial salah satunya yaitu *Instagram*. Adanya akun @siapdarling ini sebagai akun berbagi informasi maupun konten-konten positif tentang kegiatan mencintai lingkungan dan bumi. Gerakan ini diinisiasi oleh Bakti Lingkungan Djarum Foundation melalui sosial media sejak November tahun 2018. Tujuan dibuatnya gerakan ini yaitu *To Inform*: Siapdarling memberikan informasi atau berita-berita positif tentang lingkungan dengan cara yang menyenangkan dan penuh inspirasi, *To Engage*: Siapdarling menjadi wadah untuk berinteraksi dan bertukar informasi hingga belajar untuk menjaga lingkungan dan bumi, *To Involve*: memberikan kesempatan untuk belajar dalam membangun relasi hingga berkolaborasi dalam menjaga lingkungan dan bumi.

Dalam akun *Instagram* @Siapdarling, informasi dibagikan melalui konten-konten yang disajikan dengan visual, teks dan audio yang berupa unggahan feed *Instagram*, unggahan *video reels* yang memberikan informasi dan ajakan untuk menjaga lingkungan dan bumi. Akun *Instagram* @Siapdarling memiliki pengikut

*Instagram* sebanyak 30.1 ribu pengikut. Konten yang disajikan pada akun *Instagram* @siapdarling berupa konten edukasi serta konten kampanye untuk menginformasikan pesan lingkungan kepada khalayak luas. Konten disajikan secara menarik dengan suguhan informasi terkait isu-isu lingkungan yang sedang terjadi.



Gambar 1. 1 Bentuk-bentuk Konten Akun @siapdarling (Instagram.com/siapdarling)

Akun *Instagram* @siapdarling ini juga rutin melakukan kampanye menanam pohon setiap tahunnya yang bernama *One Action One Tree*. Yang tercatat pada tahun 2022 kampanye *One Action One Tree* ini dapat mengumpulkan sebanyak 26.092 bibit pohon yang telah dikumpulkan dengan mengikuti rangkaian kegiatan seperti berlari, bersepeda dan mengunggah kegiatan sadar lingkungan melalui media sosial *Instagram*.

Pada Juni 2022, gerakan *Siap Darling* ini telah melibatkan 2.352 *Darling Squad* dari 295 kampus di 203 kota/kabupaten (Jogja, 2022). Dibandingkan dengan kampanye lingkungan sejenis seperti *Youth Digital Campaigner* pada akun *Instagram* @Econusa.id, *Siap Darling* memiliki aksi nyata terhadap keberlanjutan lingkungan dengan mengajak anak muda untuk berpartisipasi menjaga lingkungan. Adanya keunikan gerakan akun *Instagram* @siapdarling yang menyasar anak muda, penerapan menjaga lingkungan dilakukan dengan cara yang dicintai oleh anak muda seperti menanam pohon, membersihkan sampah di dekat sungai dan melakukan aksi menjaga lingkungan lainnya.

Komunikasi digital digunakan dalam dunia maya sebagai proses interaksi antar individu dalam memperoleh sebuah informasi media digital. Menurut Anisti (2020) Komunikasi digital ialah komunikasi yang berupa sinyal-sinyal yang diubah

menjadi pesan ataupun teks yang mengandung sebuah makna, yang disalurkan melalui media digital dan didukung oleh teknologi digital. Dengan didukung oleh teknologi digital seperti komputer dan *smartphone*, realita menjadi terhubung secara global tanpa adanya batasan.

Komunikasi digital juga dapat digunakan sebagai media kampanye digital. Dengan revolusi tersebut, tujuan komunikasi semakin tertuju dan tepat sasaran dengan adanya kampanye digital. Kampanye digital dalam pengertiannya merupakan salah satu bentuk kegiatan persuasi yang digunakan oleh suatu kelompok dalam mencapai tujuannya. Proses komunikasi tersebut bertujuan untuk memberikan pengaruh kepada audiens terbujuk melakukan perubahan dan melakukan sesuatu yang menjadi tujuan kampanye tersebut. Dengan begitu kampanye digital diartikan sebagai suatu bentuk komunikasi persuasi yang dilakukan melalui media digital seperti media sosial salah satunya *Instagram* (Khotimah & Nurhastuti, 2018).

*Instagram* merupakan aplikasi media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia dan menjadikan Indonesia termasuk kedalam negara dengan pengguna terbesar di Dunia. Menurut catatan We Are Social, pada bulan Januari 2023 diperkirakan terdapat sebanyak 1,32 miliar pengguna aktif *Instagram* di seluruh dunia. Dari jumlah pengguna tersebut, Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki jumlah pengguna *Instagram* yang cukup besar, dengan total sebanyak 89,15 juta pengguna aktif di platform media sosial tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa *Instagram* masih menjadi salah satu platform media sosial yang sangat populer dan memiliki pengaruh yang signifikan di Indonesia serta di seluruh dunia (Sadya, 2023).

Dengan tujuan adanya akun tersebut, diharapkan lingkungan dapat diatasi dari berbagai permasalahan. Lingkungan tidak lepas dari masalah-masalah yang menyertainya, permasalahan lingkungan dapat timbul karena adanya faktor-faktor yang mengubah suasana lingkungan menjadi tidak sebagaimana mestinya. Seluruh dunia akan memerangi permasalahan lingkungan sama halnya di Indonesia. Beberapa permasalahan lingkungan di Indonesia diantaranya terdapat isu perubahan iklim menjadi isu lingkungan yang masih menjadi permasalahan lingkungan, Berdasarkan data dari 91 stasiun pengamatan yang dilakukan oleh

Badan Meteorologi, Klimatologi, dan Geofisika (BMKG), tercatat normal suhu udara periode 1991-2020 di Indonesia mencapai 26,8 derajat celcius dan suhu udara rata-rata tahun 2022 mencapai 27,0 derajat celcius. Penyebab perubahan iklim ini terjadi dikarenakan emisi gas rumah kaca, penebangan hutan, penggunaan transportasi pribadi. Isu lingkungan selanjutnya yang masih menjadi isu utama lingkungan yaitu isu sampah, menurut data dari Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan Republik Indonesia (KLHK) pada tahun 2022 dilaporkan bahwa total timbulan sampah di Indonesia mencapai 19,14 ton per tahun pada 2022 dan dari jumlah tersebut sebanyak 41,69 persen sampah berasal dari sisa makanan dan 18,22 persen berasal dari sampah plastik. Isu lingkungan yang lainnya seperti isu krisis air bersih akan menjadi isu lingkungan yang perlu diperhatikan. Dikutip dari laman [bmkg.go.id](http://bmkg.go.id), Kepala Badan Meteorologi, Klimatologi, dan Geofisika (BMKG) Dwikorita Karnawati yang juga merupakan anggota Dewan Eksekutif *World Meteorological Organization* (WMO) menyebut krisis air menjadi ancaman serius yang diakibatkan oleh perubahan iklim yang disebabkan oleh emisi gas rumah kaca yang akan berdampak pada ketersediaan air akan semakin cepat berkurang. Hal ini dikarenakan rendahnya pemahaman dan kesadaran masyarakat Indonesia dalam kepeduliannya terhadap lingkungan dalam upaya untuk mencegah isu-isu lingkungan teratasi. Kondisi ini dapat dilihat dari data riset Kementerian Kesehatan tahun 2018, dari total masyarakat Indonesia diketahui hanya 20 persen yang peduli terhadap kebersihan dan kesehatan. Dapat dikatakan, dari 262 juta jiwa di Indonesia, hanya sekitar 52 juta orang yang memiliki kepedulian terhadap kebersihan lingkungan sekitar dan dampaknya terhadap kesehatan. Adapun hasil survei yang dilakukan oleh Indonesia Research & Insight pada tahun 2021, sekitar 30 persen responden menyatakan bahwa mereka tidak peduli dengan lingkungan atau merasa bahwa menjaga lingkungan bukanlah tanggung jawab mereka (Insight, 2021).

Indonesia menjadi negara peringkat ke-164 dari total 180 negara serta Indonesia berada di peringkat ke-22 dari 25 negara Asia pasifik yang diriset dan tercatat dalam laporan Environmental Performance Index 2022 (EPI) sebagai negara yang memiliki nilai rendah pada riset yang dilakukan EPI. Terdapat beberapa indikator yang menjadi pengukur tingkat keberlanjutan lingkungan negara-negara

yang dibagi menjadi tiga pilar besar yaitu kesehatan lingkungan, iklim, dan daya hidup ekosistem.

Tabel 1. 1 Skor Keberlanjutan Lingkungan di Asia Pasifik (Ahdiat, 2022)

Peringkat	Negara	Skor
19	Mongolia	29,6
20	Filipina	28,9
21	China	28,4
22	Indonesia	28,2
23	Papua Nugini	24,8
24	Vietnam	20,1
25	Myanmar	19,4

Dengan memperkuat dilakukannya penelitian, penelitian ini menggunakan penelitian terdahulu sejenis yang menunjukkan pengemasan pesan yang dilakukan pada media sosial. **Pertama**, penelitian yang dilakukan oleh Zayyana Khoirunasya tahun 2021 dengan judul “Pesan Motivasi dalam Bentuk Ilustrasi Melalui *Instagram* (Analisis Isi Pesan dalam akun *Instagram* @nkcthi)” bahwa hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat isi pesan motivasi yang ada pada akun *Instagram* @nkcthi yang didalamnya terdapat berbagai pesan motivasi diantara yaitu motivasi prestasi, motivasi peningkatan diri, motivasi ekstrinsik, motivasi takut, motivasi investasi, motivasi sosial dan motivasi sosial. Namun temuan penelitian ini, konten pada akun *Instagram* @nkcthi hanya terdapat beberapa isi pesan motivasi yang termasuk kedalam motivasi prestasi, motivasi ekstrinsik, motivasi takut, dan motivasi investasi. **Kedua**, penelitian terdahulu terakhir yaitu yang dilakukan Jessica Wiguna, Novreza Malafitri, Fitria Safiratun Nabilah, Saifuddin Zuhri (2022) “Optimalisasi *Instagram* @Siapdarling Sebagai Media Komunikasi Sosial Pembangunan Untuk Mengkampanyekan Generasi Muda Sadar Lingkungan” yang mendapatkan hasil bahwa pada analisis konten kampanye terdapat uraian konten-konten tentang konten yang menarik dan menjadi informasi penting untuk *followers*.

Dengan penjelasan diatas dapat dikatakan bahwa pesan yang disampaikan melalui media sosial dapat berupa informasi-informasi penting yang sedang terjadi. Maka penelitian ini dilakukan atas dasar ingin melihat pengemasan isi pesan yang ada pada akun media sosial *Instagram* @SiapDarling dalam upaya

menginformasikan terkait pesan sadar lingkungan selama periode November 2022 sampai Maret 2023. Penentuan periode tersebut dilakukan karena pada periode November 2022 sampai Maret 2023 didalamnya terdapat peringatan Hari Pohon Sedunia, Hari Menanam Pohon Nasional, kampanye One Action One Tree, Hari Gerakan Satu Juta Pohon, Hari Peduli Sampah Nasional yang dikemas menjadi konten positif.

## 1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana pengemasan pesan sadar lingkungan pada *Instagram* @siapdarling periode 28 November 2022 – 28 Maret 2023:

1. Bagaimana *message sidedness* sadar lingkungan yang disampaikan oleh akun *Instagram* @SiapDarling dalam pengemasan konten yang dipublikasikan selama periode November 2022-Maret 2023?
2. Bagaimana *order of presentation* sadar lingkungan yang disampaikan oleh akun *Instagram* @SiapDarling dalam konten yang dipublikasikan selama periode November 2022-Maret 2023?
3. Bagaimana *daya tarik* pesan sadar lingkungan yang disampaikan oleh akun *Instagram* @SiapDarling dalam konten yang dipublikasikan selama periode November 2022-Maret 2023?
4. Bagaimana bentuk pesan sadar lingkungan yang disampaikan oleh akun *Instagram* @SiapDarling dalam konten yang dipublikasikan selama periode November 2022-Maret 2023?

## 1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan pada penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui *message sidedness* sadar lingkungan yang disampaikan oleh akun *Instagram* @SiapDarling dalam pengemasan konten yang dipublikasikan selama periode November 2022-Maret 2023.
2. Untuk mengetahui *order of presentation* sadar lingkungan yang disampaikan oleh akun *Instagram* @SiapDarling dalam konten yang dipublikasikan selama periode November 2022-Maret 2023?

3. Untuk mengetahui *daya tarik* pesan sadar lingkungan yang disampaikan oleh akun *Instagram* @SiapDarling dalam konten yang dipublikasikan selama periode November 2022-Maret 2023?
4. Untuk mengetahui bentuk pesan sadar lingkungan yang disampaikan oleh akun *Instagram* @SiapDarling dalam konten yang dipublikasikan selama periode November 2022-Maret 2023?

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

##### **1.4.1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan menjadi memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu komunikasi khususnya komunikasi media baru dan menjadi sumber informasi untuk penelitian-penelitian selanjutnya dalam lingkup komunikasi lingkungan.

##### **1.4.2. Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pandangan baru bagi perusahaan dan organisasi dalam menggunakan media sosial sebagai sarana berbagi informasi lingkungan yang dilakukan secara efektif dan khalayak luas dapat menambah wawasan ketika mengakses informasi lingkungan dalam konten yang disajikan.

