

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini, terdapat penelitian sebelumnya yang memperkuat keinginan peneliti untuk menyelidiki masalah tertentu. Penelitian terdahulu yang relevan memberikan dasar kuat. Selain itu, penelitian sebelumnya juga membantu peneliti sebagai bahan referensi, menjadikannya sumber pengetahuan yang berharga.

Tabel 2.1. Rujukan Penelitian Terdahulu

N o	Judul Penulis Tahun	Afiliasi Univesitas	Metode Penelitian	Kesimpulan	Saran	Perbedaan dengan penelitian ini
1.	Pengemasan Pesan Lingkungan pada Akun Instagram @pandawaragroup (Analisis Isi Kualitataif Konten Bersih-Bersih Sampah di Sungai periode Oktober 2022 – Februari 2023 I Antika Prameswara I 2023	Universitas Pembangunan Jaya	Kualitatif	Bahwa konten yang ditujukan oleh Pandawara group ialah konten yang berbentuk pesan persuasif, bentuk konten yang disajikan oleh akun Instagram @pandawaragroup ialah menggunakan bentuk kombinasi, jenis konten dalam akun @pandawaragroup paling banyak menggunakan jenis konten inspirasi.	Secara praktis penelitian ini menjadi acuan untuk para konte creator terutama kepada yang ingin menyuarakan terkait lingkungan untuk dapat membantu konten dengan pengemasan informatif yang lebih beragam dan menarik agar anak muda banyakikut bergerak dalam melakukan menjaga lingkungan.	Perbedaan dengan penelitian ini adalah melihat konten bersih-bersih sampah di sungai pada akun Instagram @pandawaragroup sedangkan penelitian ini menggunakan konten mengenai pesan lingkungan pada akun Instagram @aksikitaindonesia
2.	Pengaruh Konten Kesadaran Lingkungan di Instagram Gaya	Universitas Pendidikan Indonesia	Metode Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukan bahwa terdapat pengaruh secara	Hasil para akademik penelitian ini menjadi bukti bahwa terdapat	Perbedaan dengan penelitian ini adalah pada penelitian terdahulu menggunakan metode kuantitatif, sedangkan dalam

<p>Terhadap Pemahaman Gaya Hidup Minim Sampah: Studi Kolerasi pada Remaja Pengikut Akun Instagram Zero Waste Indonesia @zerowaste.id official I Nadiyahul khair I 2023</p>	<p>simultan antara isi pesan, struktur, dan sumber pesan pada konten kesadaran lingkungan di Instagram terhadap pengetahuan gaya hidup minim sampah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak pengaruh secara simulat antara format pesan pada konten kesadaran lingkungan terhadap pemahaman gaya hidup minim sampah.</p>	<p>pengaruh secara signifikan pada konten kesadaran lingkungan di Instagram terhadap pemahaman minim sampah. Tetapi dalam penelitian ini masih ada kurangnya, diharapkan penelitian ini tidak hanya menjadi satu Bahasa baru tetapi juga mampu menjadi salah satu referensi dalam kajian komunikasi khususnya komunikasi lingkungan. Dikarena metode kuantitatif menunjukkan pengaruh sedang, diharapkan metode kualitatif dapat menawarkan perspektif baru untuk penelitian mendatang. Mengingat akun Twitter @GreenpeaceID memiliki pengaruh signifikan, organisasi kampanye terkait lainnya dapat ikut terlibat dan memanfaatkan</p>	<p>penelitian ini menggunakan metode penelitian analisis isi kualitatif</p>	
<p>3. Pengaruh Media Sosial Twitter @Greenpeace Terhadap Sikap Peduli Lingkungan I Putri Rahmadhani dan Ira Dwi Mayang Sari I 2022</p>	<p>Universitas Telkom Bandung</p>	<p>Metode deskriptif kuantitatif</p>	<p>Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa keberadaan Twitter @GreenpeaceID memengaruhi sikap peduli lingkungan.</p>	<p>Perbedaan dengan penelitian ini Adalah pada penelitian terdahulu menggunakan media sosail Twitter, sedangkan dalam penelitian ini menggunakan media sosial Instagram.</p>

2.2. Teori dan Konsep

2.2.1. Komunikasi Lingkungan

Komunikasi lingkungan adalah cara praktis dan fundamental untuk memberikan pengetahuan tentang lingkungan hidup kepada masyarakat, termasuk hubungan antara manusia dan alam semesta (Aulia, 2021). Ini dinyatakan oleh Cox dalam tulisannya *'Environmental Communication and Public Sphere'* dalam Yenrizal (2017, p. 9). Komunikasi lingkungan merupakan sarana penting yang bersifat konstitutif serta pragmatis untuk pemahaman manusia tentang lingkungan dan hubungannya dengan alam.

Menurut Pezzullo dan Cox dalam Assegaf, Faizin, & Tandio (2022, p. 121), komunikasi lingkungan merupakan cara ekspresi yang konstitutif dan praktis, artinya melibatkan proses penamaan, pemaknaan, orientasi, dan negosiasi hubungan ekologis manusia di dalam dan dengan dunia, termasuk hubungan dengan sistem elemen dan spesies nonmanusia. Sebagai media konstitutif, komunikasi lingkungan membantu dalam representasi alam dan masalah lingkungan. (Dayna, 2020).

Komunikasi lingkungan pada dasarnya bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dan partisipasi dalam pengelolaan lingkungan mereka, termasuk pesan yang berkaitan dengannya. Komunikasi lingkungan biasanya bersifat dialogis dan terjadi lebih banyak dalam komunikasi kelompok dan interpersonal. (Aulia, 2021). Peran komunikasi lingkungan ialah mendefinisikan serta menentukan isu atau pesan terkait lingkungan yang sedang dihadapi melalui komunikasi verbal maupun nonverbal, serta menetapkan tindakan yang tepat untuk dilakukan (Assegaf, Faizin, & Tandio, 2022, p. 122).

Menurut Cox dalam bukunya dengan judul *Environmental communication and the Public Sphere*, dijelaskan dua fungsi utama komunikasi lingkungan (Dayna, 2020) yaitu:

1. Komunikasi lingkungan pragmatis, yaitu komunikasi yang mampu memobilisasi dan mendukung audiens untuk mengatasi permasalahan lingkungan.
2. Komunikasi lingkungan konstitutif, yaitu komunikasi yang membantu dalam menentukan dan mendefinisikan subjek masalah tertentu

Maka dari itu, peneliti memutuskan untuk menggunakan teori komunikasi lingkungan. Teori ini dipilih karena dapat memberikan pemahaman yang mendalam kepada masyarakat mengenai isu-isu lingkungan hidup serta hubungan yang kompleks antara manusia dengan alam. Dengan menerapkan teori ini, peneliti berharap dapat mengeksplorasi dan menjelaskan bagaimana akun Instagram @aksikitaindonesia menyampaikan berbagai pesan lingkungan kepada para pengikutnya. Pesan-pesan tersebut mencakup isu-isu penting seperti pengelolaan sampah, pemanasan global, polusi, hilangnya keanekaragaman hayati, dan berbagai masalah lingkungan lainnya. Melalui teori komunikasi lingkungan, peneliti dapat menganalisis bagaimana akun tersebut berperan dalam meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai permasalahan lingkungan yang dihadapi saat ini dan mendorong tindakan positif untuk menjaga kelestarian alam.

2.2.2. Media Sosial Instagram

Media sosial mengacu pada platform online yang memungkinkan pengguna untuk berbagi, terlibat, dan menghasilkan konten. Platform ini memfasilitasi interaksi dan koneksi melalui berbagai format, termasuk teks, gambar, dan video, yang memungkinkan orang untuk berinteraksi dengan orang lain dan menjelajahi beragam konten secara online. Media sosial online adalah jenis media yang bertujuan untuk mempermudah interaksi antara individu dan kelompok. Media sosial juga memainkan peran penting dalam membangun komunitas, berbagi informasi, dan memperluas jaringan sosial secara global, memungkinkan

komunikasi lebih luas dan lebih cepat. Terdapat banyak jenis media sosial yang paling populer yaitu Instagram, Facebook, Twitter, dan Discord (Firlyana, 2023)

Manfaat dari media sosial yaitu dapat memungkinkan orang untuk bersosialisasi atau berhubungan dengan orang lain secara online; dengan media sosial, mereka dapat berbicara dengan teman yang berada di luar kota tanpa harus bertemu langsung, dan berbagi berbagai informasi dengan kerabat atau keluarga. Sosialisasi ini dapat digunakan kapanpun dan dimana saja tanpa terdapat batasan waktu atau tempat. (Wijaya & Gischa, 2023). Dengan adanya media sosial bisa dapat mencari informasi dengan mudah, kelebihan informasi dari media sosial adalah lebih cepat update dengan hitungan detik, menit, bahkan jam (Wijaya & Gischa, 2023).

Instagram adalah aplikasi yang memungkinkan pengguna untuk berbagi foto ataupun video, serta mengambil gambar dan video, menggunakan filter, dan berpartisipasi dalam aktivitas berjejaring sosial. (Sendari, 2019). Nama dari Instagram berasal dari dua kata yaitu 'Insta' dan 'gram' yang dimana Insta dapat diartikan sebagai instan dan Gram berarti telegram yang dimana dapat diartikan mengirim informasi kepada orang lain secara cepat (Sendari, 2019). Menurut databoks We Are Social melaporkan bahwa pada Januari 2023, Instagram memiliki 1,32 miliar pengguna di seluruh dunia. Indonesia, dengan 89,15 juta pengguna, menempati peringkat keempat tertinggi dalam hal pengguna Instagram di seluruh dunia. (Annur, 2023).

Dapat disimpulkan bahwa media sosial adalah jenis media online yang dapat memungkinkan orang untuk bisa berinteraksi, dengan berbagi konten, dan berpartisipasi dengan orang lain secara instan.. Media sosial berperan penting dalam komunikasi dan pemasaran, yang dapat memudahkan khalayak dengan berbagai ide, dan mencari informasi dengan cepat dan mudah. Media sosial khususnya Instagram dapat memudahkan khalayak untuk mencari informasi dengan cepat dan mudah, karena Instagram merupakan aplikasi yang dapat menyebarkan informasi kepada khalayak. Konten dalam akun Instagram @aksikitaIndonesia memperlihatkan betapa banyak masalah mengenai permasalahan lingkungan di Indonesia, seperti permasalahan sampah, perubahan iklim, pemanasan global, dan lain sebagainya.

2.2.3. Jenis Konten

Jenis konten adalah informasi yang dapat diakses melalui berbagai media atau produk elektronik, konten sering kali digunakan untuk memenuhi kebutuhan beragam platform media sosial. Penggunaan jenis konten yang sesuai di Instagram dapat meningkatkan engagement atau interaksi dengan pengikut. Oleh karena itu, penting untuk memilih jenis konten Instagram yang cocok berdasarkan tujuannya (Anendya, 2023). Jenis konten Instagram terdapat beberapa kategori berdasarkan formatnya seperti konten single image, konten carousel, dan konten video reels (Anendya, 2023).

1. Single Image

Single image merupakan jenis konten feed yang terdiri dari satu gambar atau satu slide saja. Biasanya, jenis konten ini digunakan untuk postingan yang simple dan bertujuan untuk menyoroti pesan utama secara langsung. Dalam pembuatan jenis konten Single Image yang terpenting yaitu membuat konten yang semenarik mungkin dan langsung to the point (Anendya, 2023).

2. Corousel

Corousel merupakan postingan yang terdapat di Instagram yang bisa membuat atau menayangkan banyak gambar maupun video dalam satu kali penayangan. Carousel adalah fitur yang memungkinkan pengguna untuk memposting lebih dari satu foto atau video dalam satu kiriman, fitur corousel sering digunakan dalam pembuatan konten di sosial media. Yang menariknya, carousel bersifat interaktif karena audiens dapat melihat serangkaian gambar atau video dalam urutan tertentu dengan menggeser layer kekiri atau ke kanan (Shinta, 2023).

3. Video Reels

Video Reels merupakan video pendek yang berorientasi vertical dengan durasi Maksimal durasi 90 detik, bisa disunting dengan menambahkan efek, filter, atau suara sebelum mengunggah ke Instagram. Di Instagram Reels dapat menggabungkan video dan gambar, menambahkan latar musik, teks, serta menerapkan filter atau efek. Hal ini menunjukkan bahwa jenis konten

Instagram reels memberikan flaksibilitas yang besar dalam pengembangan konten (Anendya, 2023).

Menurut penjelasan di atas, yaitu dapat disimpulkan bahwa ada tiga jenis konten yang digunakan pada platfrom media sosial, yaitu single image, carousel, dan video reels. Ketiga jenis konten ini efektif dalam menyampaikan pesan lingkungan yang diposting pada akun Instagram @aksikitaindonesia selama periode Januari 2023 hingga Januari 2024.

2.2.4. Bentuk Pesan

Pesan didefinisikan sebagai konsep, informasi, atau pemberitahuan yang ingin disampaikan oleh komunikator kepada komunikan. (Rahmatiq, et al., 2023, p. 65). Pesan-pesan dibuat untuk memenuhi tujuan dan dirancang agar mencapai beberapa tingkat pemaknaan. Tujuan dari pesan-pesan ini adalah mengukur sejauh mana sebuah pesan memberikan makna representatif, mengungkapkan perasaan, mencapai tujuan yang diinginkan, memunculkan respons, dan menyelesaikan rencana. Pelaku komunikasi memakai pesan-pesan untuk mengatur pemaknaan pada banyak tingkat yang sama (Murniarti, 2019, p. 24). Menurut A.W. Widjaja dan M. Arisyk Wahab (dalam Murniarti, 2019, p. 25), terdapat tiga bentuk pesan yaitu informatif, persuasif, dan koersif:

1. **Informatif**

pesan informatif memberikan fakta atau informasi yang dapat digunakan sebagai acuan untuk membuat keputusan oleh penerima pesan. (Rahmatiq, et al., 2023, p. 65). Bentuk konten informasi berupa data atau sumber informasi yang valid atau terpercaya.

2. **Persuasif**

Persuasif adalah pesan yang berisi ajakan untuk membujuk dan merayu orang lain agar mengikuti suatu tindakan. Kalimat persuasif digunakan untuk mengajak orang melakukan sesuatu. Tulisan persuasif biasanya menggunakan alasan implisit yang halus agar orang tidak merasa terpaksa. Contoh kalimat persuasif dalam penelitian ini termasuk ajakan seperti "Ayo", "yuk", dan "mari". (Ningrum & Gischa, 2023).

3. Koersif

Koersif merupakan pesan yang memaksa suatu tindakan dan memberikan sanksi jika tidak dilakukan. Bentuk pesan koersif adalah agitasi yang disertai penekanan-penekanan sehingga menimbulkan ketakutan dan tekanan batin kepada khalayak. Pesan koersif dapat berupa perintah atau instruksi (Rahmatika, et al., 2023, p. 65).

Dalam penelitian ini, peneliti menerapkan konsep informatif, persuasif, dan koersif sebagai elemen pembentuk pesan. Konsep-konsep ini dikategorikan berdasarkan konten yang ada pada akun Instagram @aksikitaIndonesia untuk dianalisis lebih lanjut. Selain itu, konsep-konsep tersebut juga relevan dengan penelitian ini dan digunakan untuk menjawab rumusan masalah.

2.2.5 Tema Pesan

Tema adalah pemersatuan ide atau maksud yang mendukung narasi dan dirancang untuk memberikan panduan dan keseimbangan pesan dan produk terkait. Tema pesan adalah pokok atau inti dari pesan yang ingin disampaikan. Hal ini mencakup ide atau konsep utama yang ingin disampaikan melalui komunikasi tertentu, seperti teks, video, atau karya seni. Tema pesan dapat mencakup nilai-nilai atau ide-ide pesan yang ingin diungkapkan oleh pengirim kepada penerima. Biasanya tema pesan dapat diidentifikasi sebagai ide sentral atau fokus utama dari komunikasi yang dibuat.

Adapun tema pesan yang ditentukan dalam penelitian ini berdasarkan konten-konten Instagram @aksikitaIndonesia meliputi:

1. Isu dan Pengelolaan Sampah

Permasalahan sampah merujuk kepada berbagai masalah yang timbul akibat manajemen sampah yang tidak efektif atau tidak berkelanjutan. Hal ini meliputi situasi yang dimana jumlah sampah yang dihasilkan melebihi kapasitas sistem pengelolaan sampah. Kekurangan kesadaran serta kepedulian masyarakat mengenai masalah sampah adalah salah satu penyebabnya. Pengelolaan sampah mencakup aktivitas yang menyeluruh, sistematis, dan berkelanjutan, termasuk usaha penanganan dan pengurangan

sampah dengan mengubahnya menjadi bentuk yang lebih ramah lingkungan (Aminah & Muliawati, 2021).

2. **Pemanasan Global**

Pemanasan global merujuk pada fenomena peningkatan suhu secara signifikan dan bertahap pada atmosfer, lautan, dan permukaan daratan Bumi secara keseluruhan. Fenomena ini terjadi sebagai akibat dari kenaikan konsentrasi gas rumah kaca di atmosfer, yang meliputi metana (CH₄), karbon dioksida (CO₂), serta uap air. Kenaikan konsentrasi gas-gas tersebut menyebabkan terperangkapnya panas di atmosfer, yang pada gilirannya berkontribusi pada perubahan iklim global dan dampak lingkungan yang luas (Tahir, 2017)

3. **Polusi Udara**

Polusi udara adalah kondisi dimana lingkungan tercemar dari berbagai partikel atau zat yang berbahaya bagi kesehatan manusia, lingkungan, serta hewan secara keseluruhan. Zat-zat ini berasal dari emisi kendaraan bermotor, pabrik industri, pembakaran sampah, dan aktivitas lainnya (Sipayung, 2023).

4. **Kehilangan keanekaragaman Hayati**

Kehilangan keanekaragaman hayati adalah kondisi yang terjadi ketika jumlah variasi spesies makhluk hidup dalam suatu ekosistem mengalami penurunan yang signifikan atau bahkan menghilangkan sepenuhnya. Situasi ini mencakup hilangnya berbagai jenis flora atau fauna yang disebabkan oleh berbagai faktor seperti perubahan iklim, spesies asing yang invasif, eksploitasi sumber daya alam yang tidak terkendali, serta pencemaran lingkungan, dan perkembangan urbanisasi. (Rafferty, 2024).

5. **Pelestarian Hutan**

Pelestarian hutan adalah upaya yang bertujuan untuk melindungi hutan dari berbagai bentuk kerusakan, termasuk kerusakan yang terjadi pada Kawasan hutan dan hasil hutan. Kerusakan ini dapat disebabkan oleh berbagai factor seperti aktivitas manusia yang tidak bertanggung, kebakaran hutan, serta bencana alam (Ahada & Zuhri, 2020).

6. Krisis Air Bersih

Krisis air bersih yaitu terjadi ketidakseimbangan antar ketersediaan air bersih dan permintaan untuk air bersih. Semakin banyak jumlah penduduk, semakin tinggi pula kebutuhan akan pasokan air minum (Nurrafi, 2023)

Dalam penelitian ini yaitu bertujuan untuk menganalisis tema pesan yang telah disampaikan melalui konten di media sosial Instagram @aksikitaIndonesia, khususnya terkait pesan lingkungan. Peneliti akan menganalisis bagaimana tema pesan lingkungan dikemas dalam konten yang dipublikasikan di akun tersebut. Pemilihan tema akan disesuaikan dengan isi konten yang diposting pada periode Januari 2023 hingga Januari 2024, untuk mendapatkan gambaran yang komprehensif tentang cara pesan lingkungan disampaikan kepada audiens.

2.2.6. Pesan Lingkungan

Pesan lingkungan merujuk pada informasi atau komunikasi yang disampaikan kepada masyarakat atau individu dengan tujuan untuk meningkatkan kemampuan dan pemahaman terkait isu-isu lingkungan serta mendorong perilaku yang ramah lingkungan. Pesan lingkungan bertujuan untuk mengedukasi, menginspirasi, dan memotivasi orang untuk bertindak demi pelestarian lingkungan dan pengolahan sumber daya alam secara berkelanjutan. Pesan lingkungan berfungsi sebagai jembatan antara kesadaran masyarakat dan tindakan nyata yang diperlukan untuk mengatasi isu lingkungan.

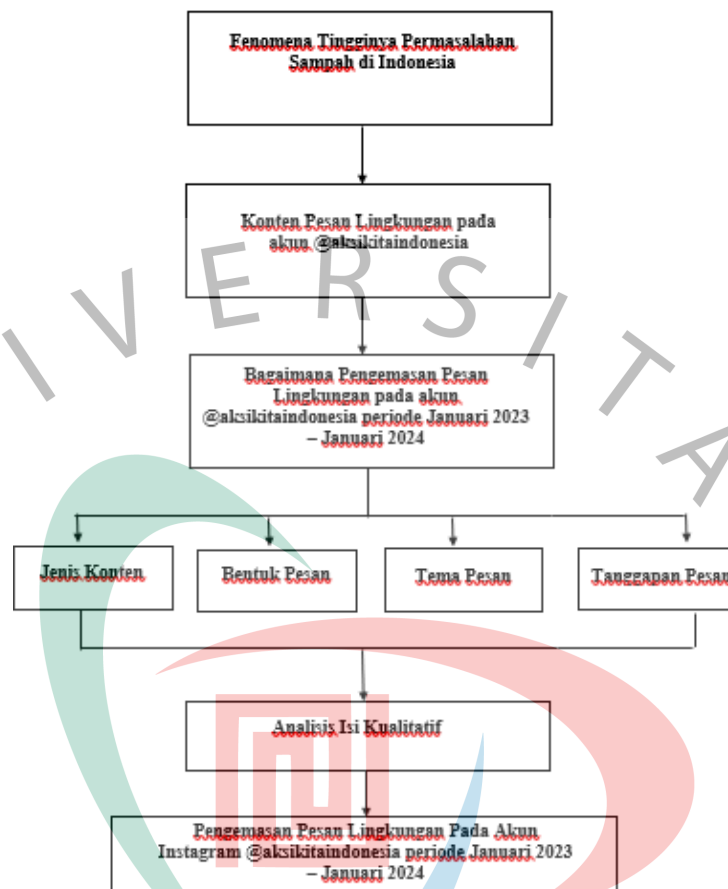
Isu lingkungan menjadi sorotan global pada abad ke-21 karena banyak masalah lingkungan yang muncul. Sebagian besar masalah ini disebabkan oleh perilaku masyarakat yang masih kurang untuk bertanggung jawab (Ratnasari, 2022, p 1). Menghadapi kondisi seperti ini penting untuk meningkatkan kepekaan terhadap lingkungan sekitar. Salah satu cara yang dapat diambil ialah dengan dengan tindakan aksi yang penuh kepedulian terhadap lingkungan yaitu dengan menyampaikan tentang pesan-pesan lingkungan. Pesan-pesan ini menjadi penting karena dapat menghubungkan dan memberikan makna pada gagasan-gagasan untuk orang yang menerimanya (Ratnasari, 2022, p2).

Isu lingkungan merujuk berbagai masalah dan tantangan yang dengan berkaitan antara interaksi antara manusia dan terhadap lingkungan alam. Isu lingkungan mencakup permasalahan yang timbul akibat aktivitas manusia yang dapat mempengaruhi keseimbangan dan keberlanjutan lingkungan di Bumi. Mulai dari isu dan pengolahan sampah, perubahan iklim, polusi, hingga pertumbuhan populasi yang berlebihan dan penggunaan energi, berbagai masalah ini bersifat kompleks dan saling terkait. Dampaknya terhadap kesehatan alam dapat memiliki konsekuensi signifikan terhadap kesehatan dan kesejahteraan manusia (Mcgrath & Jonker, 2023). Isu lingkungan berasal dari kombinasi factor alami dan dampak aktivitas manusia. Meskipun ekosistem bumi memiliki kemampuan untuk menangani sejumlah gangguan alam, seperti kebakaran hutan dan banjir, aktivitas manusia dapat menciptakan situasi dimana gangguan tersebut sering terjadi atau memiliki intensitas yang lebih besar (Mcgrath & Jonker, 2023)

● Isu permasalahan lingkungan akhir-akhir ini, masalah lingkungan mulai mendapat perhatian internasional. Banyak masalah lingkungan di Indonesia yang perlu ditangani. Berbagai kelompok dari berbagai latar belakang berkontribusi pada masalah lingkungan yang kompleks. Isu permasalahan lingkungan menjadi semakin penting karena kondisi lingkungan yang baik atau buruk akan berdampak langsung pada kualitas hidup manusia saat ini. Lebih dari itu, kondisis lingkungan juga akan mempengaruhi kualitas hidup manusia yang akan mendatang (Pratama & Nailufar, 2020).

Dengan penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa isu lingkungan melibatkan berbagai masalah yang timbul dari interaksi manusia dengan lingkungan alam, seperti sampah, perubahan iklim, polusi, pertumbuhan populasi berlebihan, dan penggunaan energi yang dapat mengganggu keseimbangan dan keberlanjutan lingkungan di Bumi. Ketertarikan pesan lingkungan pada penelitian ini adalah dalam konten-konten yang di buat oleh @aksikitaindonesia menjadi unit analisis ialah konten mengenai pengetahuan tentang permasalahan lingkungan di Indonesia. Dimana, isu lingkungan merupakan masalah yang cukup serius.

2.3. Kerangka Berpikir



Gambar 2.1. Kerangka Berpikir

Fenomena ini mengangkat fenomena permasalahan lingkungan yang terjadi di Indonesia. Tingginya angka tentang permasalahan lingkungan di Indonesia seperti timbunan sampah nasional pada tahun 2022 yaitu mencapai sampai dengan 21.1 juta ton, yang di mana sekitar 65.71% (13.9 juta ton) telah dikelola dengan baik, tetapi 34.29% (7.2 juta ton) masih belum terkelola optimal. Selain itu, suhu udara rata-rata Indonesia pada tahun 2023 adalah 27.2°C, dengan anomaly sebesar 0.5°C dibandingkan periode 1991-2020. Pemanasan global juga menyebabkan dampak ekologis seperti perubahan iklim, meningkatnya permukaan air laut,. Indonesia juga menghadapi masalah serius polusi udara, dengan peringkat ke-17 sebagai negara yang memiliki kadar polusi udara tertinggi di dunia. Permasalahan lingkungan menyebabkan tingkat deforestasi yang mencapai hingga 1,8 juta hektar pertahunnya telah menyebabkan 21% dari total luas hutan Indonesia yang mencapai 133 juta hektar hilang. Hilangnya hutan ini berdampak pada penurunan kualitas

lingkungan, peningkatan bencana alam, dan ancaman terhadap keberlanjutan flora dan fauna di Indonesia (Tahir, 2017). Menurut data dari IUCN Red List, terdapat banyak spesies hewan dan tumbuhan di Indonesia yang jarang ditemukan dan berada dalam bahaya kepunahan.

Terdapat 76 spesies hewan dan 127 spesies tumbuhan yang tergolong dalam kategori sangat terancam atau berstatus Kritis (Critically Endangered). Sementara ketersediaan air bersih menurun. Indonesia diperkirakan mengalami krisis air bersih pada 2040, dengan ketersediaan air per kapita diprediksi turun menjadi 181.498 meter kubik per tahun pada 2035 di Indonesia, berkurang dari 265.420 meter kubik per tahun pada 2010 menurut Badan Pusat Statistik

Kerangka berpikir di atas menunjukkan alur pengemasan pesan lingkungan yang disampaikan pada akun Instagram @aksikitaindonesia yang di tunjukan dari jenis konten, bentuk pesan, dan tema pesan. Setelah itu dilakukan analisis isi untuk mengetahui mengenai jenis konten, bentuk pesan, dan tema pesan, dengan pengemasan pesan isu lingkungan pada akun Instagram @aksikitaindonesia periode Januari 2023 – Januari 2024.