

## BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini, peneliti akan menjabarkan secara deskriptif terkait subjek dari penelitian yang telah ditentukan. Setelah itu, peneliti menghitung frekuensi setiap konten yang diunggah oleh akun media sosial Instagram @Zerowaste.id\_official. Unggahan konten periode Februari 2023 – Februari 2024 menjadi konten yang akan dianalisis oleh peneliti. Selanjutnya, peneliti akan mengkategorisasikan data dari unit analisis dipilih, dan kemudian memilih beberapa konten untuk menggambarkan kategori yang diperlukan untuk penelitian ini.

Data yang telah diorganisir akan diinterpretasikan oleh peneliti. Bagaimana Zero Waste Indonesia ini menggabungkan teks dan visual serta mengemas pesan dalam konten yang ditampilkan pada media sosial Instagram akan menentukan interpretasi tersebut. Selain itu, keseluruhan pesan tersebut diaktikan dengan peristiwa nyata yang terjadi pada konten yang diunggah di akun @zerowaste.id\_official.

Selain itu, sub bab yang membahas interpretasi ini berdasarkan kategori yang telah ditentukan akan digunakan untuk menjelaskan pengemasan pesan lingkungan Zero Waste Indonesia di akun Instagramnya. Hal itu dilakukan berdasarkan bentuk pesan: informatif, persuasif, dan koersif, tema pesan: *campaign*, tutorial minim sampah, dan kolaborasi; dan bentuk konten: tulisan, video, gambar, dan kombinasi. Selain itu, klasifikasi konten berdasarkan jenis kontenseperti hiburan, informasi, inspirasi, dan pembelajaran.

Dalam bab ini, peneliti menguraikan secara umum mengenai topik yang menjadi fokus penelitian. Selanjutnya, peneliti akan mengidentifikasi jumlah frekuensi konten yang *diposting* di akun media sosial Instagram @Zerowaste.id\_official. Materi yang akan dianalisis mencakup periode antara Februari 2023 hingga Februari 2024. Peneliti mengelompokkan data berdasar unit analisis dan akan memilih konten sebagai perwakilan dari kategori pada penelitian ini.

Peneliti akan menginterpretasikan data yang telah diorganisir, fokusnya adalah pada cara Zero Waste Indonesia menyampaikan pesan melalui teks dan visual dalam konten yang dipublikasikan di media sosial Instagram. Pemahaman pesan ini juga akan dikaitkan dengan realitas yang tercermin dalam konten yang diposting di akun media sosial @zerowaste.id\_official.

Interpretasi dijelaskan lebih lanjut pada sub bab yang berdasarkan pada kategori yang telah ditentukan, untuk mengeksplorasi cara Zero Waste Indonesia mengemas pesan lingkungan di platform media sosial Instagram. Analisis dilakukan secara kategori pesan yang meliputi dimensi informatif, persuasif, dan koersif. Selain itu, akan dipertimbangkan juga kategori tema pesan yang mencakup dimensi *campaign*, kolaborasi, dan tutorial pengurangan sampah. Konten akan diperhatikan berdasarkan dimensi bentuknya, termasuk tulisan, video, gambar, dan kombinasi dari ketiganya. Terakhir, akan dievaluasi pula jenis konten dengan dimensi hiburan, informasi, inspirasi, dan edukasi.

#### 4.1. Gambaran Umum Subjek Penelitian



Gambar 4.1. Logo ZWID (*Tentang Zero Waste - Zero Waste Indonesia*)

Zero Waste Indonesia (@zerowaste.id\_official) adalah sebuah komunitas yang berbasis online yang memanfaatkan media sosial Instagram untuk memberikan informasi terkait *zero waste lifestyle*. Zero Waste Indonesia ini berdiri pada tahun 2018 oleh Maurilla Imron sebagai Founder yang bertujuan mengajak dan mempengaruhi masyarakat Indonesia untuk menjalani *zero waste lifestyle*. Zero Waste Indonesia ini menjadi *one-stop-solution-platform* untuk melakukan gaya hidup nol sampah atau *zero waste lifestyle*. Maka dari itu, ZWID ini memberi dan membuka kesempatan untuk kolaborasi dengan pihak luar dalam memperhatikan kelestarian alam dan lingkungan di Indonesia (Zero Waste Indonesia, 2024).

Zero Waste Indonesia memiliki ciri khas yaitu pada pengemasan pesan dengan menggunakan visual yang menarik, infografis, *Quotes*, penulisan serta video yang dibuat semenarik dan dikemas lagi secara mendalam dengan sudut pandang terkait lingkungan. Berbagai konten yang beragam pada akun Instagram @Zerowaste.id\_official ini sesuai dengan tujuan dari komunitas ini, yaitu untuk mengambil peran aktif dalam menyebarkan kesadaran akan pentingnya mengadopsi pola pikir kehidupan dalam pengelolaan sampah yang lebih baik lagi.

Mulai dari visual, kata-kata yang dikemas secara menarik, dan isi pesannya, peneliti dapat melihat berbagai jenis konten dan format yang ditampilkan di akun Instagramnya yang dikenal sebagai ZWID. Hal ini didukung karena banyaknya keterlibatan pengikut Instagram @Zerowaste.id\_official pada setiap konten yang dibagikan, seperti adanya komentar, *like*, dan *share* pada postingan *feeds* dan *reels*.



Gambar 4.2. Akun Instagram @Zerowaste.id\_official ([https://www.instagram.com/zerowaste.id\\_official/](https://www.instagram.com/zerowaste.id_official/))

Akun @zerowaste.id\_official ini menyoroti fokus topik lingkungan yaitu gaya hidup nol sampah. Akun Instagram ini memberikan ringkasan informasi mengenai isu-isu sampah yang ada di masyarakat. Tujuan utama dari akun ini adalah memberikan pemahaman, inovasi dan menginspirasi kepada *followers* terkait kepedulian sampah dengan menerapkan gaya hidup nol sampah atau *zero waste lifestyle*.

Salah satu media sosial yang sering digunakan oleh Zero Waste Indonesia adalah Instagram. Akun media sosial Instagram @Zerowaste.id\_official telah bergabung pada bulan April 2018. Saat ini akun Instagram @Zerowaste.id\_official memiliki jumlah *followers* sebanyak 173,9 ribu dengan jumlah unggahan sebanyak 1.418 konten (data per tanggal 15 Mei 2024). Kemudian, akun Instagram

@Zerowaste.id\_official ini sudah resmi menjadi akun Instagram yang sudah terverifikasi atau centang biru. ZWID ini melakukan unggahan sebanyak 2-3 konten dalam 1 (satu) hari berdasarkan amatan peneliti. Namun saat ini, ZWID lebih sering mengunggah dengan 3 kali dalam waktu 1-4 hari.

Keseluruhan konten yang terdapat di akun Instagram @zerowaste.id\_official ini konsistensi dalam memberikan pesan edukasi terkait gaya hidup *zero waste*. Yang di mana setiap konten ini menunjukkan bahwa Zero Waste Indonesia ini ingin memberikan dampak positif bagi lingkungan dengan mengajak kontribusi masyarakat (Zero Waste Indonesia, 2024).

Sehingga, dengan adanya Zero Waste Indonesia ini dijadikan sebagai sarana Informasi, Edukasi, dan Kolaborasi. Tak hanya itu, ZWID juga menjadi wadah sarana perkumpulan para individu, aktivis lingkungan, komunitas lingkungan, dan segala pihak yang peduli terhadap kelestarian lingkungan. Penyebaran informasi terkait gaya hidup nol sampah dan kepedulian terhadap lingkungan sangat beragam di media Instagram yang mereka miliki.

#### **4.2. Hasil dan Analisis Penelitian**

Rumusan masalah secara umum berfungsi sebagai panduan bagi peneliti untuk menganalisis bagaimana pengemasan pesan zero waste *lifestyle* pada akun Instagram @Zerowaste.id\_official, sehingga pada bab ini akan menjelaskan berdasar rumusan masalah. Rumusan tersebut kemudian diuraikan lebih lanjut untuk mengamati secara mendetail bentuk pesan, tema, bentuk konten, dan jenis konten *zero waste lifestyle* pada akun Instagram @Zerowaste.id\_official untuk periode Februari 2023 sampai dengan Februari 2024. Kemunculan dan variatif konten dari Zero Waste Indonesia ini secara langsung menunjukkan kepada masyarakat bahwa segala bentuk kerusakan lingkungan di Indonesia sangat membutuhkan perhatian khusus. Hal yang paling diperlukan untuk masyarakat adalah menjadi sadar dalam pentingnya menjaga lingkungan pada masalah sampah. Dengan berbagai konten yang disajikan pada media Instagram sangat diharapkan dapat menciptakan kesadaran dan kepedulian masyarakat terhadap lingkungan sekitar.

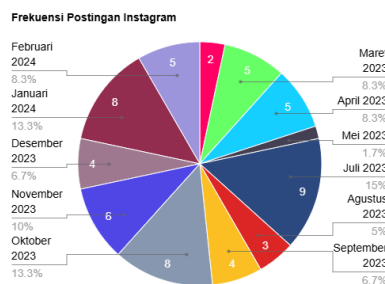
#### 4.2.1 Frekuensi Postingan Instagram @Zerowaste.id\_official

Peneliti menghitung jumlah postingan konten di *feeds* akun Instagram @Zerowaste.id\_official dari periode Februari 2023 hingga Februari 2024. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan pemahaman tentang jumlah konten bulanan selama periode tersebut.

Tabel 4.2 . Tabel Frekuensi Postingan Konten Instagram

BULAN	JUMLAH POSTINGAN	FREKUENSI
Februari 2023	2	3.33%
Maret 2023	5	8.33%
April 2023	5	8.33%
Mei 2023	1	1.67%
Juni 2023	0	0%
Juli 2023	9	15%
Agustus 2023	3	5%
September 2023	4	6.67%
Oktober 2023	8	13.33%
November 2023	6	10%
Desember 2023	4	6.67%
Januari 2024	8	13.34%
Februari 2024	5	8.33%
<b>TOTAL KESELURUHAN</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>

Sumber: Olahan Peneliti



Pada konten Instagram @zerowaste.id\_official, total keseluruhan jumlah postingan konten baik feeds atau reels terkait gaya hidup nol sampah pada periode Februari 2023 sampai dengan Februari 2024 sebanyak 60 konten (100%). Jika

ditinjau, dari jumlah postingan yang tertinggi hingga terendah dari postingan di akun Instagram @zerowaste.id\_official, di urutan pertama jumlah postingan konten paling tinggi adalah Juli 2023 dengan presentase sebesar 15%, di urutan kedua terdapat bulan Oktober 2023 dan Januari 2024 yaitu 8 postingan dengan presentase 13.34%. Lalu, pada postingan yang terendah adalah bulan Juni 2023 dengan hasil postingan 0.

Berdasarkan pada data jumlah postingan di tabel atas, dapat dikatakan bahwa pada bulan Juli 2023 menjadi bulan yang memiliki jumlah postingan tertinggi yaitu 9 atau 15%. Hal tersebut dikarenakan pada bulan Juli dalam akun Instagram @zerowaste.id\_official sering mengunggah konten yang diikuti dengan hari-hari perayaan seperti Hari Bebas Kantong Belanja Plastik dan Hari Sungai Nasional. Yang di mana pada bulan tersebut menjadi ajang berbagi informasi yang dilengkapi data dan mengedukasi masyarakat. Sehingga, jumlah postingan pada bulan itu lebih banyak dibandingkan dengan bulan yang lainnya.

#### **4.2.2 Bentuk Pesan**

Berdasarkan kategori yang telah dibuat, analisis isi kualitatif digunakan untuk menentukan jenis pesan yang diterapkan pada setiap konten dalam penelitian ini. Pesan dalam bentuk ini ditujukan kepada khalayak sasaran dan mencakup semua informasi (Yasir, Pengantar Ilmu Komunikasi: Sebuah Pendekatan Kritis dan Komprehensif, 2020).

Bentuk pesan sangat bergantung pada isi yang dimaksudkan. Pada penelitian ini, setiap konten yang dipilih akan digunakan sebagai unit analisis; ini berarti bahwa konten dapat mewakili berbagai jenis pesan dalam kategori apa pun. Bentuk pesan yang pertama adalah Informatif sebagai penyampaian suatu informasi tentang suatu topik tertentu kepada khalayak. Dalam konteks komunikasi, pesan informatif ini penting karena memperluas pengetahuan penerima pesan terkait suatu topik atau isu. Dalam pesan di setiap konten @zerowaste.id\_official ini menunjukkan bahwa gaya hidup nol sampah sebagai penanganan dalam masalah lingkungan.

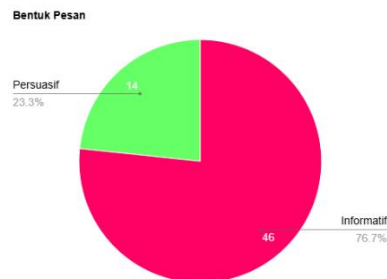
Bentuk pesan yang kedua yaitu Persuasif, dalam konteks komunikasi biasanya berisi pesan yang mengajak serta mempengaruhi masyarakat untuk melakukan sesuatu. Pesan yang diberikan oleh tim @zerowaste.id\_official ini memiliki tujuan utama untuk mengajak seseorang untuk tergerak dalam melaksanakan aksi nyata dalam menjaga lingkungan tanpa sampah dan peduli terhadap kebersihan lingkungan. Bentuk pesan yang ketiga ialah Koersif, yang di mana pesan ini memiliki sifat memaksa atau adanya unsur paksaan pada sebuah pesan, seperti ancaman, intimidasi dan tekanan kepada seseorang.

Dilakukan pengelompokan berdasarkan bentuk pesan yang terdapat pada konten Instagram @Zerowaste.id\_official, dan hasilnya sebagai berikut:

Tabel 4.3. Jumlah Postingan berdasarkan Bentuk Pesan

Kategori	Dimensi	Deskripsi	Jumlah Postingan	%
Bentuk Pesan	Informatif	Pesan yang disampaikan berupa informasi penting dengan adanya fakta dan data	46	76.67%
	Persuasif	Pesan yang disampaikan bersifat mengajak, mempengaruhi dan meyakinkan seseorang untuk melakukan aksi	14	23.33%
	Koersif	Pesan yang disampaikan bersifat adanya paksaan atau intimidasi kepada orang lain	0	0%
<b>TOTAL</b>			<b>60</b>	<b>100%</b>

Sumber: Olahan Peneliti.



Berdasarkan data di atas, maka dapat menemukan temuan menarik oleh peneliti yaitu:

1. Bentuk pesan informatif merupakan bentuk pesan pada konten yang paling banyak dibuat dengan total sebanyak 46 konten atau 76.67%.
2. Bentuk pesan koersif sebagai bentuk yang tidak ditampilkan dan dibuat pada akun Instagram @zerowaste.id\_official,

Hal ini dapat memperlihatkan bahwa akun Instagram @Zerowaste.id\_official dalam mengemas suatu pesan pada setiap kontennya terkait *zero waste lifestyle* dengan bentuk informatif yang dimana segala pesan ini dapat memberikan pemahaman dan wawasan masyarakat untuk menjaga kebersihan lingkungan dan menerapkan *zero waste lifestyle*. Dibandingkan membuat pesan yang bersifat memaksa seseorang.

#### **4.2.3.1 Informatif**

Pesan informatif merupakan bentuk pesan yang mencakup segala informasi dengan disertai adanya data dan fakta yang nyata (Yasir, 2020). Sehingga, pesan informatif ini sengaja dibuat oleh Zero Waste Indonesia untuk membagikan informasi terkait isu lingkungan.

Keseluruhan pesan informatif pada akun Instagram @Zerowaste.id\_official menunjukkan secara langsung informasi nyata dan hal yang didapatkan oleh tim ZWID baik dalam bentuk data maupun fakta terkait isu-isu lingkungan yang terjadi, khususnya pada isu *zero waste lifestyle*. Pesan yang digunakan untuk memberikan informasi penting dengan jelas, hingga berisikan data dan fakta. Berikut penyajian analisis isi pada pesan informatif sebagai unit analisis pada penelitian ini:





Gambar 4.3. *Postingan Konten Pesan Informatif Periode 11 Januari 2024*  
 (<https://shorturl.asia/7xZwc>)

Pada konten di atas dapat memperlihatkan jenis konten yang diunggah pada periode 11 Januari 2024 dengan durasi 9 detik ini bersifat pesan informatif. Dalam konten tersebut dapat menunjukkan jumlah banyaknya sampah plastik yang berakhir di laut setiap tahun. Konten yang dimuat dalam bentuk video ini mendapatkan sebanyak 8.889 *plays*, 93 *likes*, dan 2 komentar.

Konten ini menjadi salah satu bentuk pesan Informatif dimana Zero Waste Indonesia ingin memperlihatkan data yang ditemukan oleh ZWID terkait data sampah plastik yang mencemari laut di bumi. Dalam konten tersebut @zerowaste.id\_official ingin memberikan informasi penting kepada followers di media Instagramnya hingga seluruh masyarakat Indonesia bahwa sampah plastik dapat mencemari laut dan merusak kelestarian bumi. Hal itu dikarenakan sampah plastik sudah banyak berakhir begitu saja di laut. Karena itu, konten yang dibagikan oleh ZWID ini menjadi contoh konten yang masuk ke kategori bentuk pesan Informatif.



Gambar 4.4. *Postingan Konten Informatif*  
 (<https://www.instagram.com/p/C1gIEgXymtH/?igsh=bHplbHpzd3cydjNq>)

Konten di atas memperlihatkan *postingan* dengan bentuk pesan Informatif. Dalam konten tersebut memperlihatkan jumlah banyaknya sampah pakaian tidak layak pakai atau kain karca yang berhasil diubah menjadi sampah tekstil yang selamat dari pembuangan ke Tempat Pembuangan Akhir (TPA) yang dilakukan oleh Zero Waste Indonesia. konten yang dibagikan dalam bentuk double feeds itu mendapatkan jumlah 173 *likes* dan 9 komentar. Konten ini memiliki tanggapan yang baik dari followers. Dengan adanya hal tersebut, Zero Waste Indonesia terus berkomitmen dan konsisten melakukan daur ulang pakaian tidak layak pakai. Dilihat dalam konten, bahwa Zero Waste Indonesia menunjukkan informasi kepada publik terkait konsistensi kegiatan yang sangat bermanfaat bagi lingkungan. Kegiatan tersebut dilaksanakan secara rutin oleh Zero Waste Indonesia sebagai bentuk kepedulian terhadap lingkungan dengan menerapkan *Sustainable Fashion* dan *zero waste lifestyle*.

Berdasarkan dilihat dari bagaimana Zero Waste Indonesia dalam mengemas pesan dengan cara memperlihatkan data terkait jumlah data sampah secara fakta dan memperlihatkan kegiatan aksi "*Sustainable Fashion*". Dengan demikian, konten tersebut masuk ke kategori pesan Informatif.

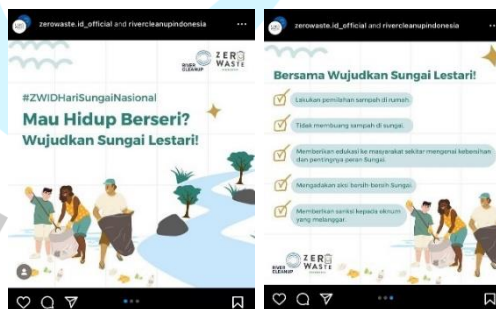
#### **4.2.3.2 Persuasif**

Persuasif merupakan keseluruhan pesan yang bisa mengubah perilaku dan pesan penerima pesan sesuai dengan tujuan pengirim pesan (Setiawan, et al., 2023, hal. 93-94). Bentuk pesan yang kedua yaitu Persuasif, yang di mana bentuk pesan ini memiliki ciri khas yang menonjolkan suatu pesan yang dibagikan itu untuk mengajak dan adanya unsur mempengaruhi serta meyakinkan orang lain untuk melaksanakan suatu aksi. Berikut ini penyajian analisis isi oleh peneliti sesuai dengan bentuk pesan persuasif sebagai unit analisis:



Gambar 4.5. *Postingan Konten Persuasif periode 17 Oktober 2023*  
 (<https://www.instagram.com/p/Cye-yDeS9dn/?igsh=bzBvbW9tcXAxNWdk>)

Pada konten di atas memperlihatkan sebuah postingan konten yang di mana pesannya termasuk kategori Persuasif. Konten tersebut dipublikasikan pada 17 Oktober 2023 dengan mendapatkan *likes* sebanyak 94 dan 4 *comment*. Dilihat dari isi pesannya, adanya unsur ajakan pada kalimat “Lakukan” di postingan konten tersebut. Artinya, pesan tersebut memiliki ciri-ciri yang termasuk ke pesan persuasif. Dalam konten tersebut, tentunya sudah jelas berisi kalimat dan tulisan yang dapat menjelaskan bahwa Zero Waste Indonesia tentunya ingin mengajak para *followersnya* dan seluruh lapisan masyarakat Indonesia untuk melakukan beberapa kegiatan dalam mendukung Hari Pangan Sedunia 2023, seperti mengurangi limbah makanan dan bijak menggunakan air dalam kehidupan sehari-hari. Hal tersebut tentunya Zero Waste Indonesia terus menjadi wadah partisipasi aktif dari seluruh masyarakat dalam menerapkan *zero waste lifestyle* dan menjaga kelestarian bumi.



Gambar 4.6. *Postingan Konten Persuasif periode 26 Juli 2023*  
 (<https://www.instagram.com/p/CvO2A2Ty-E-/?igsh=ZnhmMHpibTlwMnh3>)

Jika dilihat dari contoh di atas termasuk salah satu *postingan* yang memperlihatkan pesan Persuasif. Konten tersebut dipublikasikan pada 16 Juli 2023 dengan mendapatkan 127 *likes*. Dengan diberikan tulisan “Wujudkan” itu memperlihatkan bahwa Zero Waste Indonesia ini ingin memberikan pesan yang mengandung unsur ajakan kepada semua pengikutnya dan seluruh masyarakat

Indonesia. Dalam hal ini, Zero Waste Indonesia tentunya ingin membagikan informasi yang dapat menciptakan tindakan atau aksi yang dilakukan oleh orang lain dalam mewujudkan sungai yang lestari.

Dengan ditambahkannya kalimat “bersama wujudkan” maka memperlihatkan bahwa Zero Waste Indonesia ini sangat menginginkan adanya aksi dan tindakan bersama-sama untuk mewujudkan sungai lestari dalam menunjukkan rasa kepedulian seseorang terhadap kebersihan sungai yang ada di sekitar. Hal ini secara tidak langsung dilakukan oleh Zero Waste Indonesia agar membuat pengikut dan publik yang membacanya dapat memikirkan dan merenungkan suatu aksi yang diperlukan. Setelah itu, pengikut dan masyarakat Indonesia akan terpengaruh dan meyakini untuk berpartisipasi secara aktif dan melakukan hal-hal untuk melindungi dan menjaga kelestarian alam dan kebersihan lingkungan mereka.

Bentuk pesan persuasif yang difokuskan pada peneliti adalah ajakan secara kalimat dalam setiap konten. Hal demikian dikarenakan penelitian ini membahas fokus pada pengemasan pesan yang terdapat di konten media Instagram. Berbeda dengan persuasif melalui *campaign*, persuasif yang terdapat pada *campaign* biasanya dilakukan secara aksi nyata melalui alat peraga kampanye yang dirancang pada berjalannya *campaign*. Maka dari itu, bentuk pesan persuasif yang dipilih pada kategori ini pesan ajakan yang dirancang Zero Waste Indonesia melalui pesan yang dibagikan pada konten media Instagramnya.

#### **4.2.3.3 Koersif**

Pada penelitian terkait pengemasan pesan *zero waste lifestyle* pada akun Instagram @zerowaste.id\_official tidak ditemukan adanya bentuk pesan Koersif. Menurut (Abdullah, 2015, hal. 61-63) mengatakan bahwa koersif adalah sistem komunikasi yang sifatnya paksaan dan kekerasan dengan artinya usaha mengubah pikiran seseorang. Bentuk pesan Koersif merupakan pesan yang bertentangan pada ancaman untuk seseorang (Burchill & Linklater, hal. 35). Sehingga koersif ini menciptakan keadaan seseorang yang terpaksa harus mengikuti arahan sesuai isi pesan.

Pada konten di Instagram @zerowaste.id\_official ini tidak membuat pesan Koersif. Hal itu dikarenakan Zero Waste Indonesia tidak menginginkan adanya bentuk pesan yang memaksa atau adanya paksaan kepada pengikutnya untuk melakukan suatu hal. Gerakan Zero Waste Indonesia cenderung menghindari penggunaan pesan koersif dalam konten mereka karena pesan koersif dapat membuat *audiens* merasa terpaksa atau tertekan, yang bisa menimbulkan resistensi atau penolakan.

#### 4.2.3 Tema Pesan

Didasari dengan tujuan dari analisis isi kualitatif ini bahwa dalam menentukan tema pesan pada konten berdasarkan kategori yang telah ditetapkan. Kategori-kategori ini diidentifikasi dengan melihat apakah postingan konten pada akun @Zerowaste.id\_official tersebut adanya kesamaan atau serupa. Konten yang dipilih pada penelitian ini yang berarti konten-konten tersebut paling mungkin merepresentasikan tema yang sudah ditentukan pada setiap kategori oleh peneliti.

Tema merupakan sebagai pokok atau dasar pikiran dalam cerita yang dipakai sebagai dasar seorang komunikator dalam menuliskan gagasan utama atau pesan. Tema pesan ini menjadi sebuah kerangka arah dalam menyampaikan sebuah pesan dan makna kepada penerima pesan atau pembaca. Maka dari itu, tema pesan memiliki peran penting dalam suatu karya yang memungkinkan *audiens* dapat memahami pesan yang telah disampaikan oleh komunikator. Dalam hal ini, maka tema pesan ini dapat memberikan lebih dalam tentang tujuan dari adanya konten yang ada pada postingan Instagram (Faustyna, 2023, hal. 120-121)

Peneliti telah melakukan analisis yang lebih mendalam untuk menentukan kategori tema pesan yang berbeda. Pada akun @zerowaste.id\_official telah menggunakan konten yang diunggah, termasuk *campaign*, tutorial Minim Sampah, dan kolaborasi.

Jenis tema pesan yang pertama ialah *Campaign* yang memiliki penjelasan yaitu usaha yang dilakukan oleh organisasi yang untuk meningkatkan kesadaran dan mempengaruhi opini, sikap dan perilaku masyarakat dalam mencapai tujuan tertentu (Umran, et al., 2023). Dimana dari pengertian tersebut dapat dilihat bahwa

Zero Waste Indonesia melaksanakan kegiatan campaign terkait *zero waste lifestyle* yang direncanakan untuk mencapai *goals*. Campaign ini dilakukan sebagai aksi nyata @Zerowaste.id\_official dalam meningkatkan semangat masyarakat dalam berperan nyata untuk kehidupan berkelanjutan dengan kondisi lingkungan yang diperbaiki.

Tema pesan kedua adalah Tutorial Minim Sampah, yang di mana pada konten ini @zerowaste.id\_official menyajikan berbagai informasi dan tutorial terkait kehidupan minim sampah. Tutorial Minim Sampah ini menjadi salah satu tema pesan yang menjadi fokus utama @zerowaste.id\_official untuk menginformasikan dan mendukung masyarakat terkait kesadaran dan perubahan diri untuk menerapkan gaya hidup minim sampah.

Tema pesan yang terakhir adalah Kolaborasi, yang di mana postingan konten ini dibagikan oleh @zerowaste.id\_official dalam memperlihatkan kerja sama dengan berbagai *brand* dan pihak eksternal dengan tujuan memperlihatkan adanya kerja sama dan sinergi dalam mewujudkan lingkungan yang asri.

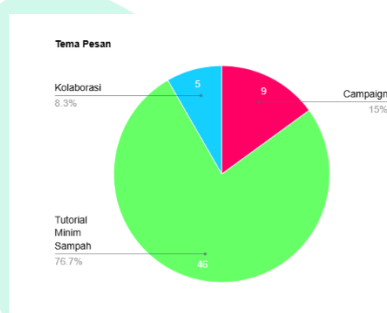
Setelah peneliti melakukan pengelompokan pada tema pesan, maka berikut adalah penyajian hasil jumlah konten yang ditemukan pada akun @zerowaste.id\_official berdasarkan kategori tema pesan dari setiap unit analisis, sebagai berikut;

Tabel 4.4. Jumlah Postingan Berdasarkan Tema Pesan

Kategori	Dimensi	Deskripsi	Jml. Postingan	%
Tema Pesan	Campaign	upaya yang dilakukan oleh organisasi yang untuk meningkatkan kesadaran dan mempengaruhi opini, sikap dan perilaku masyarakat dalam mencapai tujuan tertentu	9	15.00%
	Tutorial Minim Sampah	Tutorial Minim Sampah ini merupakan salah satu informasi yang berguna, karena informasi ini menjadi saluran informasi dan komunikasi yang dikemas	46	76.67%

	sedemikian rupa sehingga menjadi pesan yang sangat berarti.		
Kolaborasi	Kolaborasi merupakan hal yang jalin kerja sama yang dilakukan pihak eksternal dengan pihak luar secara bersama-sama dalam mencapai tujuan yang sudah ditetapkan dan disetujui secara bersama	5	8.33%
<b>TOTAL</b>		<b>60</b>	<b>100%</b>

Sumber: Olahan Peneliti



Dari data di atas, peneliti telah memiliki temuan beberapa hal yang menarik terkait tema pesan yaitu;

1. Tutorial Minim Sampah memiliki jumlah postingan yang paling banyak dan sering dibuat oleh ZWID. Artinya, Tutorial Minim Sampah ini menjadi tema pesan yang paling penting terkait *zero waste lifestyle*.
2. Jumlah unggahan *campaign* dan kolaborasi memiliki angka yang hampir mendekati sama.

Artinya, dalam membagikan *postingan* konten kategori tema pesan, Zero Waste Indonesia banyak membagikan terkait Tutorial Minim Sampah yang di mana informasi tersebut sangat penting diketahui oleh banyak masyarakat dalam menjalankan kehidupan yang ramah lingkungan dan berkelanjutan. Untuk tema kampanye dan kolaborasi, konten yang seimbang diberikan kepada pengikut dan masyarakat Indonesia sebagai bukti bahwa tindakan nyata bersama dapat dicapai.

Ini juga menarik perhatian perusahaan dan organisasi lain untuk bekerja sama dalam hal kepedulian lingkungan.

#### 4.2.3.1 Campaign

*Campaign* adalah upaya yang dilakukan oleh organisasi yang untuk meningkatkan kesadaran dan mempengaruhi opini, sikap dan perilaku masyarakat dalam mencapai tujuan tertentu (Umran, et al., 2023). *Campaign* ini dilakukan oleh Zero Waste Indonesia dalam meningkatkan partisipasi dan menunjukkan bentuk aksi peduli terhadap kebersihan lingkungan.

Salah satu *campaign* yang dilaksanakan oleh Zero Waste Indonesia ini adalah #TukarBaju yang sudah berjalan sejak tahun 2019. #TukarBaju ini menjadi salah satu *campaign* tentang fesyen yang berkelanjutan atau *sustainable fashion*. Kegiatan ini dilaksanakan dalam mencapai tujuan tertentu, salah satunya adalah untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dan mengajak masyarakat dalam meminimalisir penumpukan sampah baju yang dapat menyebabkan kerusakan lingkungan. *Campaign* ini sebagai salah satu bentuk kepedulian ZWID dalam berkontribusi terhadap kepedulian lingkungan.

*Campaign* #TukarBaju ini telah mengadakan 20 kali event yang dilaksanakan lebih dari 5 kota besar di Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa ZWID telah menerapkan aksi nyata dalam upaya meminimalkan sampah dan menciptakan kontribusi masyarakat untuk mengikuti *campaign* #TukarBaju ini.



Gambar 4.7 Postingan Tema Pesan Campaign periode 8 November 2023 (<https://shorturl.asia/0txQ7>)



Pada gambar di atas, merupakan salah satu postingan Zero Waste Indonesia yang diunggah di Instagram pada 8 November 2023. Konten tersebut merupakan konten yang diunggah oleh Zero Waste Indonesia pada tema pesan *campaign*. Konten pada unggahan di atas mendapatkan jumlah like sebanyak 249 dan 12 komentar.

Dalam postingan konten tersebut memperlihatkan aktivitas *campaign* #TukarBaju yang dilaksanakan oleh pihak Zero Waste Indonesia di Jakarta pada 5 November 2023. Adanya berbagai kegiatan yang dilakukan ZWID sesuai dengan target tujuan dari diselenggarakannya *campaign* #TukarBaju. Maka dari itu, konten tersebut masuk pada kategori *Campaign*.



Gambar 4.8 *Postingan Tema Pesan Campaign periode 21 April 2023*  
(<https://shorturl.asia/9Ado2>)

Pada gambar 4.8 di atas adalah salah satu video berdurasi Zero Waste Indonesia yang diunggah dalam akun Instagramnya pada 21 April 2023. Dalam konten tersebut mendapatkan sejumlah 150 *likes* dan *share* sebanyak 6. Dalam postingan tersebut menunjukkan bahwa *campaign* #TukarBaju yang dilakukan oleh Zero Waste Indonesia ini bisa diterapkan oleh semua masyarakat yang bisa dilakukan dimana saja, seperti di lingkungan keluarga, teman atau pasangan.

Dilengkapi dengan video yang membagikan suatu "ide outfit lebaran w/ #TukarBaju" menjelaskan bahwa Zero Waste Indonesia mengajak masyarakat untuk menggunakan baju dengan cara menukarkan baju yang ada di lemari dengan orang terdekat. Dengan diterapkannya #TukarBaju dapat membantu melindungi lingkungan dari adanya sampah pakaian.

Tak hanya itu, melalui konten di atas menonjolkan adanya pesan edukasi tentang pentingnya mengurangi sampah dan memilih gaya hidup ramah lingkungan dapat lebih mudah diterima dan dipraktikkan oleh masyarakat. *Campaign* ini mengedukasi konsumen tentang alternatif yang lebih ramah lingkungan dalam berbelanja dan memilih pakaian, sehingga adanya kesadaran sosial memilih gaya hidup yang lebih berkelanjutan dan bertanggung jawab terhadap lingkungan.

Sehingga dapat dikatakan bahwa Zero Waste Indonesia mencoba untuk mempengaruhi pengikut dan masyarakat untuk lebih menerapkan #TukarBaju untuk fesyen berkelanjutan. Dengan memberi penjelasan melalui visual serta tulisan yang digunakan pada #TukarBaju, maka peneliti dapat memastikan bahwa konten tersebut termasuk ke kategori tema pesan *Campaign*.

#### 4.2.3.2 Tutorial Minim Sampah

Tema pesan Tutorial Minim Sampah dalam sebuah pesan *zero waste lifestyle* biasanya akan berupa informasi-informasi yang dapat memperkenalkan suatu cara untuk menerapkan gaya hidup yang mengedepankan kepedulian terhadap suatu lingkungan. Tutorial Minim Sampah yang dibagikan pada akun Instagram @zerowaste.id\_official ini biasanya menginformasikan terkait *zero waste lifestyle* yang memiliki tujuan untuk mendapatkan perhatian dan meningkatkan kesadaran pengikut untuk menerapkan gaya hidup yang lebih baik lagi.



Gambar 4.9 Postingan Tema Tutorial Minim Sampah periode 17 Oktober 2023 (<https://shorturl.asia/1z4vY>)

Pada gambar di atas menunjukkan suatu unggahan pada akun media sosial Instagram @zerowaste.id\_official pada periode 17 Oktober 2023. Konten yang diunggah mendapatkan like sebanyak 93 dan 4 komentar dari pengikutnya. Konten

ini dipertegas dengan *caption* yang tertera yaitu "Lakukan 3 hal ini untuk mendukung Hari Pangan Sedunia 2023, seperti yang sudah MinDi bahas pada postingan sebelumnya, karena Hari Pangan Sedunia 2023 bertemakan air adalah kehidupan dan makanan".. jadi MinDi mau ajak sobat ZWID untuk turut beraksi ni!".

Sehingga, pada konten ini dapat menggambarkan bahwa ZWID ini ingin pengikut serta masyarakat dapat melakukan gaya hidup yang dapat mendukung Hari Pangan Sedunia. Konten tersebut menampilkan informasi sesuai dengan data dan analisis yang didapat oleh Zero Waste Indonesia untuk memberikan kesadaran dan kontribusi masyarakat dalam memperingati Hari Pangan Sedunia 2023. Foto menampilkan ilustrasi atau gambar terkait makanan sehat, zero waste, atau praktik ramah lingkungan. Teks yang mencolok dan informatif, mengarahkan perhatian ke tiga tindakan yang bisa dilakukan.

- Menggunakan foto dan *caption* yang informatif serta estetik di Instagram @zerowaste.id\_official, tiga langkah konkret yang diusulkan ini tidak hanya meningkatkan kesadaran tentang Hari Pangan Sedunia 2023 tetapi juga memotivasi pengikut untuk mengambil tindakan nyata yang berdampak positif pada lingkungan dan masyarakat.



Gambar 4.10 Postingan Tema Tutorial Minim Sampah periode 18 Desember 2023 (<https://shorturl.asia/zLqrv>)

Gambar di atas merupakan tema pesan Tutorial Minim Sampah periode 18 Desember 2023 yang mendapatkan jumlah like 99 dan 1 komentar. Gambar di atas termasuk ke tema pesan Tutorial Minim Sampah dikarenakan memperlihatkan informasi pesan dengan konsep tips atau tutorial terkait minim sampah.

Gambar di atas ini dirancang untuk menginspirasi dan mengedukasi pengikut @zerowaste.id\_official tentang cara memberikan hampers yang sesuai dengan prinsip *zero waste*. Melalui desain yang sederhana namun elegan, serta pesan yang jelas dan langsung, postingan ini efektif dalam menarik perhatian dan menyampaikan nilai-nilai keberlanjutan. Penggunaan warna dan elemen visual yang minimalis mendukung pesan utama tanpa mengalihkan perhatian dari esensi utama yaitu pengurangan sampah. *Caption* yang menyertai foto ini kemungkinan besar akan memberikan panduan praktis yang dapat diimplementasikan oleh *audiens* dalam kehidupan sehari-hari.

Dilengkapi dengan *caption* "Eits tapi kita perlu menyayangi bumi juga saat mengirimkan hampers dan hadiah. Kalo sobat ZWID punya tips apa nih soal hampers minim sampah? \*emot love\*" kata tersebut menjelaskan bahwa Zero Waste Indonesia memang menyediakan wadah informasi berbagai tutorial minim sampah. Selain itu, melalui *emoticon* serta *caption* yang tertera pada unggahan konten yang memperlihatkan kepedulian Zero Waste Indonesia terhadap kepeduliannya terhadap lingkungan melalui informasi yang tertera.

#### **4.2.3.3 Kolaborasi**

Kolaborasi merupakan adanya hubungan kerja sama dengan berbagai perusahaan atau organisasi dalam bentuk partisipasi dan saling mendukung dalam mencapai *goals* bersama (Widodo, 2023, hal. 14). Sehingga, kolaborasi ini dijalankan oleh Zero Waste Indonesia dengan berbagai perusahaan dalam menjalani kegiatan serta *campaign* yang berjalan.

Pada tema pesan ini, Zero Waste Indonesia melakukan aksi #TukarBaju yang dilaksanakan secara bersamaan atau berkolaborasi dengan lokasi penyedia, komunitas, dan perusahaan Barito. Berikut adalah penyajian analisis isi oleh peneliti pada kategori Kolaborasi:



Gambar 4.11 Postingan Pada Tema Pesan Kolaborasi Periode 8 Desember 2023 (<https://shorturl.asia/wgh51>)

Gambar di atas menunjukkan unggahan konten video periode 8 Desember 2023 pada akun media sosial Instagram @Zerowaste.id\_official yang memiliki sejumlah 97 likes, 8.272 plays, 10 komentar dan 18 share. Pada konten tersebut dinyatakan sebagai bentuk kolaborasi karena adanya *mention* ke salah satu perusahaan yaitu @berdikari.indonesiaku dalam memberikan informasi terkait alternatif *skincare* yang dibuat oleh sendiri. Adanya kolaborasi antara @Zerowaste.id\_official dengan @berdikari.indonesiaku dapat memperlihatkan suatu informasi sebagai mengingatkan dan mengajak *audiens* untuk melakukan suatu tindakan.

Dalam konten tersebut memperlihatkan adanya bentuk kolaborasi @zerowaste.id\_official dengan @berdikari.indonesiaku mengenai produk *skincare* yang dibuat oleh sendiri. Dilengkapi dengan *mention* dan *tag* menandakan bahwa konten tersebut adalah kolaborasi. @berdikari.indonesiaku ini merupakan sebuah akun media sosial yang dijadikan sebagai wadah ajakan kepada masyarakat dalam membangun kesadaran konsumen Indonesia agar lebih berdaya, sehat sejahtera dan ramah lingkungan. Sehingga, dengan adanya bentuk kolaborasi antar @zerowaste.id\_official dengan @berdikari.indonesiaku ini menunjukkan untuk mengajak masyarakat untuk menciptakan produk *skincare* lokal yang ramah lingkungan. Yang di mana, kegiatan tersebut sejalan dengan yang diterapkan oleh Zero Waste Indonesia.



Gambar 4.12 Postingan pada Tema Pesan Kolaborasi Periode 15 Juli 2023  
(sumber: <https://shorturl.asia/PXeVi>)

Pada gambar di atas adalah konten zero waste indonesia yang diunggah pada 15 Juli 2023 di akun media sosial Instagram @zerowaste.id\_official. Konten tersebut mendapatkan sebanyak 499 likes dan 67 komentar. Serta dilengkapi dengan caption yang menyatakan bahwa ini postingan dari kegiatan kolaborasi, yaitu “ZWID X EILO”. Yang di mana, ini menjadi suatu kolaborasi antara @zerowaste.id\_official dengan @eiloeco. @eiloeco merupakan perusahaan yang menciptakan sedotan dengan konsep ramah lingkungan dan berkelanjutan.

Pada postingan tersebut menunjukan suatu informasi terkait “edible straw vs plastic. Which one is better?”. Hal tersebut menunjukan informasi untuk pengetahuan lebih kepada pengikut terkait sedotan ramah lingkungan. Sehingga bentuk kolaborasi ini menunjukan kepedulian antara @zerowaste.id\_official dengan @eiloeco terhadap lingkungan. Hal ini sesuai dengan tujuan dan fokus dari @zerowaste.id\_official.

#### 4.2.4 Bentuk Konten

\ Kategori-kategori ini ditetapkan sebelumnya oleh alat ukur. Alat ukur penelitian ini disesuaikan dengan konten yang diunggah di Instagram tersebut. Sehingga, penelitian ini melihat berdasarkan bentuk konten yang dibagi menjadi empat, yaitu Video, Tulisan/Quotes, Gambar dan Kombinasi pada setiap konten.

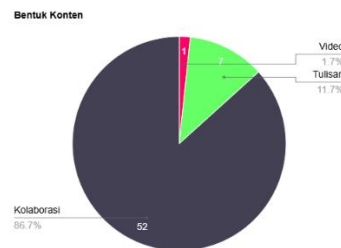
Bentuk konten merupakan serangkaian format dalam penyampaian informasi yang tersedia pada media online (Yasir, 2020, hal. 98) Pada akun Instagram @zerowaste.id\_official memilih menyajikan di setiap konten

menggunakan empat bentuk konten ini untuk menambahkan perhatian para pengikut. Angka dibawah ini dihasilkan berdasarkan yang telah dihitung oleh peneliti berdasarkan pengelompokan konten.

Tabel 4.5. Jumlah Postingan @zerowaste.id\_official Berdasarkan Bentuk Konten

Kategori	Dimensi	Deskripsi	Jumlah Postingan	%
Bentuk Konten	Video	Penyajian informasi dengan bentuk video singkat yang memiliki durasi	1	1.67%
	Tulisan	Bentuk konten suatu tulisan/kutipan singkat dari sumber lainnya.	7	11.66%
	Gambar	Bentuk konten hasil fotografi suatu objek.	0	0%
	Kombinasi	Bentuk konten yang dihasilkan dari adanya gabungan video, tulisan dan gambar dalam satu konten.	52	86.67%
	<b>TOTAL</b>		<b>60</b>	<b>100%</b>

Sumber: Olahan Peneliti



Berdasarkan hasil data yang terdapat pada tabel, maka peneliti menemukan temuan pada kategori bentuk konten yaitu:

1. @zerowaste.id\_official seringkali menggunakan bentuk konten kombinasi yang terdiri dari satu postingan dengan gabungan antara video, tulisan, gambar ataupun suara.
2. Bentuk konten tidak dibuat oleh @zerowaste.id\_official adalah bentuk gambar. Hal ini dikarenakan zero waste indonesia lebih menggunakan bentuk konten yang dilengkapi dengan visual serta tulisan.

Artinya, konten yang seringkali diunggah oleh Zero Waste Indonesia adalah bentuk konten kombinasi dengan postingan sebanyak 52 yaitu 86.67%. Hal tersebut digunakan karena @zerowaste.id\_official dalam mengemas pesan lebih melengkapi dengan visual serta tulisan agar menarik perhatian dan mudah dipahami dibandingkan dengan bentuk konten gambar.

#### 4.2.5.1 Video

Video merupakan bentuk konten yang disajikan dengan visual gambar dan memiliki durasi dalam merekam suatu *moment* (Suryaningsih & Kurniawan, 2019). Bentuk konten yang dibuat pada akun media sosial Instagram @zerowaste.id\_official terdapat bentuk Video. Yang di mana bentuk video ini merupakan format konten yang diunggah dan sengaja dibuat untuk menyampaikan segala informasi, fakta dan data lebih detail terkait suatu isu lingkungan. Pada akun Instagram @zerowaste.id\_official, bentuk konten Video ini menggunakan visualisasi yang sangat menarik. Konten video ini juga memberikan informasi tentang kegiatan atau aksi langsung yang dilaksanakan oleh @Zerowaste.id\_official.



Gambar 4.13. Postingan Bentuk Konten Video Periode 13 April 2023  
(<https://shorturl.asia/pxEof>)

Gambar di atas merupakan salah satu bentuk konten jenis Video yang dibuat oleh Zero Waste Indonesia pada saat melakukan aksi untuk memberikan informasi



terkait *sustainable fashion* yang diunggah pada 13 April 2023. Konten ini mendapatkan sebanyak 259 *likes*, 9 komentar, 47 share dan 18.634 plays. Keseluruhan informasi yang terdapat pada video ini sangat menunjukkan bahwa ini menjadi aksi ZWID melalui #TukarBaju sebagai kepedulian terhadap lingkungan. Yang dilengkapi dengan caption berisikan "Daripada beli baju baru dan dipakainya cuman sekali, sewa baju bisa jadi opsi #TemanTukar tampil keren pas lebaran, loh! (*emot senyum*)".

Dengan menggunakan visualisasi dan kalimat "Lebaran gak perlu beli baju baru, Sewa aja!" menjelaskan bahwa dengan adanya sewa baju ini dapat mengurangi sampah pakaian dari baju lama. Hal tersebut perlu diinformasikan bahwa sewa baju menjadi alternatif untuk tidak membeli baju sekali pakai, yang di mana hal tersebut akan menghasilkan sampah pakaian yang terjadi secara terus menerus. Durasi video dalam konten ini adalah 45 detik, sehingga objek yang terdapat pada video itu terus bergerak sesuai durasi dan diiringi oleh *music*. Menurut penjelasan tersebut, maka konten diatas termasuk pada kategori Video.



Gambar 4.14 Postingan Bentuk Konten Video Periode 17 November 2023 (<https://shorturl.asia/dsZSo>)

Gambar di atas merupakan sebuah konten Video di atas merupakan konten yang diunggah dalam akun media Instagram @zerowaste.id\_official pada periode 17 November 2023 yang mendapatkan sebanyak 97 *likes*, 6 komentar, 16 share dan telah diputar hingga 6.721. Postingan video ini dilengkapi dengan kalimat "Ikan Paus dan Perannya dalam Menghadapi Krisis Iklim" dan visual yang menggambarkan terkait ikan paus. Postingan ini dibuat untuk menginformasikan

kepada masyarakat tentang peran dari Paus berdasarkan data yang didapatkan oleh Zero Waste Indonesia.

Konten video dibuat sebagai bentuk *climate change* atau krisis iklim yang terjadi di dunia. Cara Zero Waste Indonesia dalam menginformasikan dengan cara menyertakan fakta serta untuk mempengaruhi pengikutnya untuk menyayangi paus yang memiliki peran penting dalam menjaga bumi tetap lestari. Hal ini didukung dengan caption yang berisikan "Jangan remehkan hewan besar yang satu ini lho. Ikan Paus mempunyai peran penting untuk menghadapi krisis iklim, bahkan ikan paus dapat menyerap dioksida lebih banyak daripada pohon lho". Konten video dengan durasi 50 detik ini memperlihatkan keindahan visual ikan paus yang sedang berenang di laut, hal ini dapat menarik perhatian penonton.

#### **4.2.5.2 Tulisan**

Tulisan merupakan serangkaian kalimat singkat yang berasal dari kalimat inti sebagai bentuk motivasi, menginspirasi atau romantisasi (Rif'an, 2023, hal. 127). Bentuk konten yang dibuat oleh Zero Waste Indonesia terdapat adanya tulisan yang dibuat terkait tulisan pendek yang diambil dari beberapa sumber yang berkaitan dengan *Zero Waste Lifestyle*. Dalam akun Instagram @zerowaste.id\_official ini membuat konten Tulisan sebagai penekanan dari sebuah ide yang relevan terkait dengan fokus topik ZWID. Tulisan yang diposting oleh Zero Waste Indonesia menggunakan bahasa yang sederhana dan kalimat yang mudah dipahami oleh pengikutnya. Mereka juga menggunakan kata-kata yang dapat menginspirasi atau mengajak pengikutnya untuk melakukan hal-hal baik. Ini adalah analisis isi yang dilakukan peneliti dari kategori bentuk konten tulisan, yang digunakan sebagai unit analisis dalam penelitian ini:



Gambar 4.15. *Postingan Bentuk Konten Tulisan periode 6 Maret 2023* (<https://tinyurl.com/2p88nccd>)

Gambar di atas merupakan salah satu bentuk konten format tulisan/quotes yang diunggah di akun Instagram @zerowaste.id\_official pada periode 6 Maret 2023. Pada konten tersebut mendapatkan sejumlah 93 *likes* dan 3 komentar. Konten tersebut menyajikan suatu *quotes* terkait peran perempuan dalam mengurangi sampah rumah tangga.



Gambar 4.16. *Postingan Bentuk Konten Tulisan/Quotes periode 29 Februari 2024* (<https://shorturl.asia/GFe0w>)

Gambar di atas merupakan salah satu konten yang dibuat oleh Zero Waste Indonesia terkait suatu konten Quotes pada periode 29 Februari 2024. Konten ini mendapatkan 93 *likes* dan 3 komentar. Konten ini dinyatakan sebagai bentuk Quotes karena adanya kalimat #ZWIDQuotes, yang di mana isi dari konten tersebut terkait potongan kalimat yang relevan dengan topik *zero waste lifestyle*.

Konten gambar ini berfokus pada konsep zero waste atau pengurangan limbah. Pesan utamanya adalah mengajak masyarakat untuk lebih bijak dalam penggunaan barang. Pesan ini disampaikan melalui kutipan: "*Remember: If you*

*don't need it and don't use it, it's already going to waste*". Ini mengajak pembaca untuk menghindari pembelian atau penggunaan barang yang tidak diperlukan agar tidak menambah jumlah limbah.

Gambar latar belakang menunjukkan tempat yang alami tetapi terdapat sampah yang berserakan, yang secara visual mendukung pesan tentang dampak negatif dari limbah. Gambar ini memberikan konteks visual yang kuat tentang urgensi pesan tersebut.

Pesan dalam konten ini dikemas dengan efektif melalui penggunaan kutipan yang sederhana namun kuat, didukung dengan visual yang relevan, dan penekanan pada kata-kata kunci. Dengan kredibilitas dari sumber dan organisasi penyedia, serta pemilihan platform yang tepat, pesan ini memiliki potensi besar untuk meningkatkan kesadaran dan mempengaruhi perilaku *audiens* terhadap pengurangan limbah.

#### **4.2.5.3 Gambar**

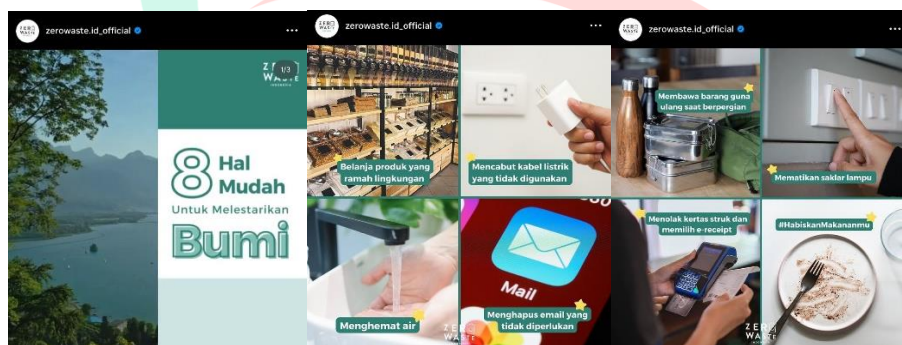
Gambar merupakan representasi visual yang menggambarkan kegiatan melalui kombinasi visual (Suryaningsih & Kurniawan, 2019). Pada analisis bentuk konten kategori gambar ini tidak ditemukan pada postingan di akun media Instagram @zerowaste.id\_official. Gambar merupakan sebuah konten berupa foto yang dihasilkan dari kamera ataupun hasil desain grafis (Moedasir, 2024). Zero Waste Indonesia tidak membuat dan mengunggah konten dalam bentuk gambar. Hal ini dikarenakan @zerowaste.id\_official lebih banyak menggunakan visual dan tulisan di dalamnya.

Beberapa jenis informasi lebih efektif disampaikan melalui teks atau video daripada gambar. Misalnya, penjelasan langkah-langkah untuk mengurangi sampah atau detail tentang dampak lingkungan dari plastik seringkali memerlukan narasi yang lebih mendalam. Zero Waste Indonesia mungkin lebih fokus pada konten edukatif yang memerlukan penjelasan detail, yang kadang-kadang lebih mudah

disampaikan melalui teks panjang atau video daripada gambar. Ini bisa termasuk tutorial, panduan, atau informasi ilmiah.

#### 4.2.5.4 Kombinasi

Jenis konten yang paling sering diunggah ke akun Instagram @zerowaste.id\_official adalah kombinasi, yang dapat berupa video dan gambar atau video dengan tulisan dan audio nyata. Dalam kontennya, Zero Waste Indonesia menampilkan beberapa bagian dari upaya mereka untuk membersihkan sampah di berbagai tempat. Tak hanya itu, bentuk konten kombinasi yang dibagikan oleh Zero Waste Indonesia bisa berupa informasi terkait gaya hidup *zero waste* atau data yang berkaitan dengan lingkungan atau *zero waste lifestyle*. Di bawah ini dari bentuk konten kombinasi yang menjadi unit analisis penelitian ini:



Gambar 4.17. Postingan Bentuk Konten Kombinasi Periode 3 Oktober 2023 (<https://shorturl.asia/kVWMp>)

Gambar di atas merupakan salah satu postingan dengan bentuk konten kombinasi pada akun Instagram @zerowaste.id\_official dan mendapatkan sebanyak 99 likes. Konten tersebut dikatakan sebagai bentuk konten kombinasi dikarenakan adanya unsur video, gambar, dan tulisan dalam satu postingan tersebut. Konten disajikan dalam bentuk carousel, yang merupakan kombinasi gambar dan teks, serta infografis yang menyampaikan delapan langkah mudah untuk melestarikan bumi.

Konten dari akun Instagram @zerowaste.id\_official ini berfokus pada edukasi mengenai praktik-praktik sederhana untuk melestarikan bumi dan mengurangi limbah. Pesan utamanya adalah memberikan panduan praktis dan

mudah diikuti oleh masyarakat dalam kehidupan sehari-hari untuk mendukung gerakan *zero waste*. Gambar-gambar yang digunakan merupakan representasi visual langsung dari praktik yang dianjurkan. Misalnya, gambar orang menekan saklar lampu, membawa wadah makan sendiri, dan mesin pembayaran dengan *e-receipt*.

Konten pada akun Instagram @zerowaste.id\_official dikemas secara efektif dengan memanfaatkan visual yang kuat, pesan yang jelas dan praktis, serta branding yang konsisten. Serta dilengkapi dengan caption "Nih MinDi punya tips supeeer sederhana, gampang dan beberapa bisa dilakukan setiap hari." memperlihatkan bahwa Zero Waste Indonesia tidak pernah henti untuk memberitahu kepada pengikutnya untuk terus melakukan hal baik untuk melestarikan bumi.



Gambar 4.18. Postingan Bentuk Konten Kombinasi Periode 24 Januari 2024 (<https://shorturl.asia/bYXLW>)

Gambar di atas merupakan salah satu postingan dari bentuk konten kombinasi yang diunggah pada 24 Januari 2024 yang mendapatkan sejumlah 95 like dan 3 komentar. Konten di atas dikatakan sebagai bentuk konten kombinasi dikarenakan adanya gabungan antara video, tulisan, dan gambar. Pada konten kombinasi ini berisikan informasi terkait perbedaan dari Food Waste dan Food Loss. Konten ini jelas ditujukan untuk edukasi dan penyadaran tentang pentingnya mengurangi limbah makanan (*food waste*) dan kehilangan pangan (*food loss*).

Pada konten tersebut berisikan informasi yang dibagikan oleh @zerowaste.id\_official untuk memberikan pemahaman dan pengetahuan luas terkait informasi *zero waste lifestyle*. Penggunaan visual serta bahasa yang

digunakan oleh ZWID ini secara sederhana dan mudah dipahami, sehingga informasi ini cocok untuk semua kalangan.

Secara keseluruhan, konten ini dirancang dengan baik untuk menyampaikan pesan edukatif yang jelas tentang perbedaan antara "*Food Waste*" dan "*Food Loss*". Visual yang menarik dan penggunaan bahasa yang mudah dipahami membuat pesan ini efektif dalam meningkatkan kesadaran dan pemahaman *audiens*.

#### 4.2.5 Jenis Konten

Penelitian analisis isi kualitatif ini digunakan untuk mengetahui segala kategori jenis konten yang diunggah oleh Zero Waste Indonesia di media Instagram dalam mengemas pesan pada sebuah konten berdasarkan kategori jenis konten. Hal tersebut dilakukan karena peneliti ingin melihat temuan menarik dari adanya persamaan atau perbedaan di setiap konten yang dibuat oleh ZWID. Pada penelitian ini, kategori jenis konten terbagi menjadi 4 jenis, yaitu Hiburan, Informasi, Inspirasi, dan Edukasi.

Pertama, hiburan merupakan jenis konten yang terdiri dari konten yang bersifat menghibur. Jenis dari konten hiburan ini biasanya dilengkapi dengan *quiz*, teka-teki, *games*, *stand up comedy*, dan lainnya. Sehingga, konten hiburan yang diciptakan ini bertujuan untuk memberikan kesenangan, tawa, dan relaksasi bagi pengikutnya.

Kedua, informasi merupakan jenis konten yang bersifat menginformasikan dan memberikan pengetahuan atau wawasan kepada pengikutnya terhadap suatu isu yang sesuai dengan data temuan. Jenis dari konten informasi ini bisa berupa laporan terkait lingkungan, artikel terkait lingkungan, konten video yang memberikan penjelasan tentang topik tertentu seperti tutorial, serta tulisan terkait langkah-langkah atau tips suatu isu lingkungan.

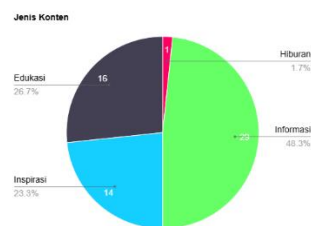
Ketiga, inspirasi merupakan jenis konten yang bersifat memotivasi, mempengaruhi atau menginspirasi pengikut secara positif. Jenis dari konten inspirasi ini bisa berupa kisah hidup seseorang telah mencapai suatu yang luar biasa, kutipan motivasi, serta presentasi video dari individu dalam membagikan ide, pengalaman dan cerita inspiratif.

Keempat, edukasi merupakan jenis konten yang bersifat mendidik atau memberikan pengetahuan kepada pengikutnya terkait suatu hal yang jarang terekspos. Jenis konten edukasi bisa berupa konten panduan tentang cara melakukan sesuatu, serta konten-konten yang membahas berbagai topik edukatif.

Tabel 4.6. Jumlah Postingan dan Konten Berdasarkan Kategori Jenis Konten

Kategori	Dimensi	Deskripsi	Jumlah Postingan	%
Jenis Konten	Hiburan	Jenis konten yang terdiri dari konten yang bersifat menghibur, seperti games, teka teki, dll.	1	1.67%
	Informasi	Jenis yang bersifat memberikan pengetahuan terkait isu berdasarkan data dan fakta.	29	48.33%
	Inspirasi	Jenis konten yang bersifat menginspirasi <i>audiens</i> terkait suatu pencapaian seseorang.	14	23.33%
	Edukasi	Jenis konten yang bersifat mendidik	16	26.67%
	<b>TOTAL</b>		<b>60</b>	<b>100%</b>

Sumber: Olahan Peneliti



Berdasarkan data di atas menunjukkan hasil bahwa jenis konten Informasi merupakan jenis konten yang paling banyak diunggah oleh akun Instagram @zerowaste.id\_official dengan jumlah postingan yaitu 29 dengan presentase 48.33%

1. Informasi adalah jenis konten yang paling banyak dibuat oleh ZWID dengan jumlah unggahan sebanyak 29 konten.
2. Hiburan menjadi jenis konten yang paling jarang diunggah oleh ZWID.

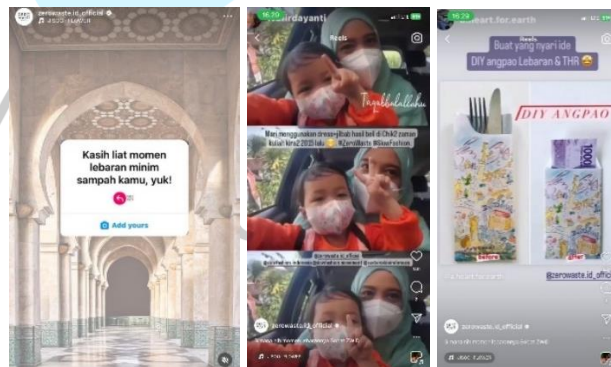


Dengan kata lain, akun Instagram @zerowaste.id\_official digunakan untuk membuat dan membagikan konten tentang topik lingkungan, terutama gaya hidup tanpa sampah. Konten yang paling sering diunggah oleh @zerowaste.id\_official adalah konten Informasi, yang artinya Zero Waste Indonesia menunjukkan bahwa dengan memberikan berbagai informasi dan memberikan pengetahuan lebih kepada pengikut akan menciptakan gerakan dan pola pikir yang akan diterapkan oleh banyak masyarakat terutama terhadap kelestarian lingkungan.

#### 4.2.6.1 Hiburan

Jenis Konten Hiburan merupakan merupakan jenis konten yang terdiri dari konten yang bersifat menghibur (Annur, 2024). Jenis dari konten hiburan ini biasanya dilengkapi dengan *quiz*, teka-teki, *games*, *stand up comedy*, dan lainnya. Jenis konten ini juga biasanya dilakukan oleh *content creator* sebagai strategi interaksi dengan pengikutnya. Biasanya jenis konten hiburan ini menggabungkan adanya unsur keseruan dalam format bentuk video, tulisan atau foto.

Dalam konten di media sosial Instagram @zerowaste.id\_official, jenis konten hiburan yang dibuat ini dalam bentuk keseruan dengan pengikutnya dalam memperlihatkan aktivitas yang mendukung ramah lingkungan. Seperti konten membagikan momen lebaran yang diikuti baik pengikutnya maupun bukan pengikutnya.



Gambar 4.19. Postingan pada Jenis Konten Hiburan periode 29 April 2023 (<https://shorturl.asia/vuRzV>)

Pada gambar di atas merupakan salah satu jenis konten hiburan yang diunggah pada media Instagram @zerowaste.id\_official pada 29 April 2023. Dalam

konten tersebut memperlihatkan keseruan antara @zerowaste.id\_official dengan pengikutnya dalam memberikan momen lebaran yang menerapkan gaya hidup ramah lingkungan. Keseruan tersebut diikuti oleh 9 pengguna Instagram dan mendapatkan like sebanyak 120.

Hiburan dalam konteks ini bukanlah dalam bentuk tradisional seperti musik atau komedi, melainkan dalam bentuk edukasi yang menyenangkan dan bermanfaat tentang gaya hidup berkelanjutan. Konten yang dibuat ringan dan relatable, seperti interaksi keluarga dan partisipasi komunitas, memberikan hiburan dengan cara yang mendidik. Dengan menggunakan momen-momen yang personal dan *relatable*, konten ini berpotensi tinggi untuk mendapatkan perhatian dan partisipasi dari pengikut.

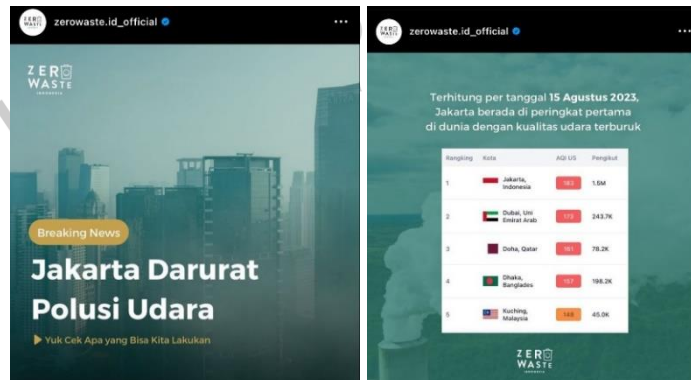
Salah satu dari gambar tersebut menunjukkan seorang ibu dan anak yang sedang berada di dalam mobil sambil menggunakan masker. Konten ini menekankan pentingnya menggunakan produk yang sudah dimiliki sejak lama, seperti dress dan jilbab. Hal ini menunjukkan contoh nyata dari prinsip *slow fashion* dan *zero waste*, di mana barang-barang tidak cepat dibuang melainkan digunakan dalam jangka waktu yang lama.

Momen tersebut menunjukan aksi dalam meminimalisir sampah di kehidupannya. Yang di mana kegiatan tersebut sejalan dengan tujuan dari Zero Waste Indonesia. Sehingga, Zero Waste Indonesia ini membagikan keseruan dalam membentuk komunitas yang solid. Mengajak pengikut untuk berpartisipasi aktif dalam berbagi pengalaman pribadi tentang pengurangan sampah selama Lebaran. Ini menunjukkan bagaimana *zero waste lifestyle* bisa diterapkan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk saat perayaan hari raya.

#### **4.2.6.2 Informasi**

Konten informasi berfungsi sebagai konten yang sangat berarti dalam memberikan masyarakat luas pemahaman yang lebih baik tentang pesan yang sangat penting. Informasi ini biasanya dapat ditemukan dalam berupa data dan fakta yang nyata (Yasir, 2020). Jenis konten informasi ini sering ditemui dengan tujuan untuk menginformasikan dan memberikan pengetahuan yang luas terhadap suatu

topik yang penting, salah satunya terkait lingkungan. Yang di mana, dalam akun Instagram @zerowaste.id\_official ini membuat jenis konten informasi yang berisi terkait adanya penyajian data terkait isu lingkungan ataupun menginformasikan hal penting terkait cara menjaga lingkungan. Berikut adalah konten informasi yang berdasarkan analisis isi pada penelitian ini:



Gambar 4.20. Postingan pada Jenis Konten Informasi Periode 16 Agustus 2023 (<https://shorturl.asia/gKmUG>)

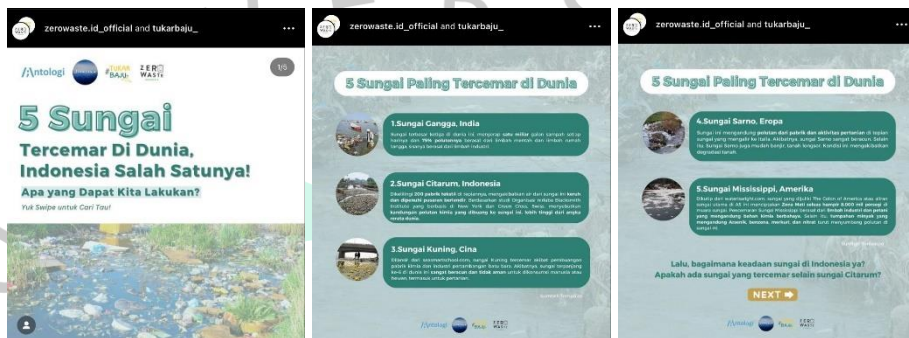
Contoh gambar di atas salah satu cuplikan konten yang terdapat pada akun Instagram @zerowaste.id\_official pada periode 16 Agustus 2023. Konten di atas merupakan informasi yang disajikan dengan data dalam bentuk gambar dan tulisan yang membahas terkait Jakarta Darurat Polusi Udara dan menyertakan data terbaru. Yang di mana, informasi ini menyertakan data bahwa Jakarta kini sedang mengalami darurat polusi udara dengan menduduki rangking pertama berdasarkan data per tanggal 15 Agustus 2023.

Konten tersebut mendapatkan sejumlah 504 *likes* dan 1 komentar. Melihat jumlah suka atau *likes* pada konten tersebut, artinya mayoritas mendapatkan informasi terkini dari akun Instagram @zerowaste.id\_official. Banyaknya jumlah suka ini menunjukan bahwa *audiens* ini dapat memahami apa pesan yang sedang disampaikan oleh @zerowaste.id\_official.

Dengan adanya konten informasi seperti ini menandakan bahwa isu lingkungan ini sangat memerlukan perhatian. Gambar di atas ini secara efektif menyampaikan pesan penting tentang buruknya kualitas udara di Jakarta. Dengan menggunakan kombinasi data yang kuat, visual yang menarik, dan ajakan yang jelas, konten ini dapat meningkatkan kesadaran masyarakat dan mendorong

tindakan kolektif untuk mengatasi masalah polusi udara. Pengemasan pesan informasi yang tepat ini diharapkan mampu menjangkau dan mempengaruhi *audiens* secara maksimal.

Berdasarkan temuan analisis sebelumnya, maka contoh konten tersebut dikatakan sebagai jenis konten Informasi. Hal tersebut dikarenakan adanya unsur pesan informasi yang disertai dengan data dan fakta nyata.



Gambar 4.21. Postingan pada Jenis Konten Informasi Periode 20 September 2023 (<https://shorturl.asia/UdiHW>)

Gambar di atas merupakan salah satu cuplikan konten yang terdapat pada akun Instagram @zerowaste.id\_official pada periode 20 September 2023. Konten di atas merupakan informasi yang disajikan dengan data dalam bentuk gambar dan tulisan yang membahas terkait informasi 5 Sungai Tercemar di Dunia berdasarkan data yang didapat dari Tempo.com.

Konten tersebut mendapatkan sejumlah 93 *likes*. Pesan informasi yang disampaikan melalui konten @zerowaste.id\_official ini mudah dipahami dan menarik untuk dibaca. Konten informasi dari @zerowaste.id\_official terkait sungai-sungai paling tercemar di dunia dikemas dengan efektif menggunakan visual yang menarik, fakta yang kuat, dan struktur yang jelas. Pesan yang disampaikan bukan hanya untuk menginformasikan, tetapi juga untuk meningkatkan kesadaran dan mendorong tindakan pro-lingkungan.

#### 4.2.6.3 Inspirasi

Konten Inspirasi ini sebagai konten yang memiliki kemampuan untuk mempengaruhi, menginspirasi, dan menginspirasi publik dikenal sebagai konten

inspirasi. Konten ini sengaja dibuat untuk memotivasi, menggerakkan dan mendorong kepada khalayak terhadap suatu hal. Dalam akun Instagram @zerowaste.id\_official membuat konten jenis inspirasi dalam memperlihatkan suatu hasil pencapaian yang dilakukan dalam penanganan sampah pakaian atau sampah tekstil yang diadakan dalam campaign #TukarBaju. Konten inspirasi tersebut menunjukkan keberhasilan @zerowaste.id\_official kepada khalayak untuk terus menginspirasi dan meningkatkan aksi nyata masyarakat dalam menangani isu lingkungan. Di bawah ini analisis isi peneliti berdasarkan jenis konten inspirasi:



Gambar 4.22. *Postingan Jenis Konten Inspirasi Periode 28 November 2023*  
(<https://shorturl.asia/xnKXd>)

Berdasarkan tangkapan layar pada konten diatas merupakan salah satu konten yang sering diunggah oleh @zerowaste.id\_official. Konten diatas diunggah pada periode 28 November 2023 dengan memiliki jumlah 207 like. Dalam konten tersebut ini memperlihatkan aksi nyata perjuangan dari adanya pergerakan @zerowaste.id\_official yang diikuti oleh berbagai kalangan dengan jumlah peserta 89 pada saat melaksanakan aksi #TukarBaju.

Sehingga, pada konten tersebut @zerowaste.id\_official memperlihatkan hasil tukar sampah pakaian sebanyak 220 baju menjadi 88 kg sampah tekstil yang selamat dari pembuangan ke TPA. Dalam konten tersebut dilengkapi dengan data hasil baju yang lolos kurasi dengan judul "Recap Pop-Event #TukarBaju ke-24". Hal tersebut sering dilakukan oleh tim @zerowaste.id\_official dan sering diikuti oleh banyak peserta dari berbagai daerah dengan tujuan yang sama yaitu peduli terhadap lingkungan.

Pada postingan tersebut dilengkapi dengan caption "Sebanyak 220 baju ditukarkan yaitu setara dengan 80kg sampah tekstil yang berhasil diselamatkan dari pembuangan TPA". Artinya, konten ini memang sengaja dibuat oleh @zerowaste.id\_official untuk terus konsisten dalam meningkatkan aksi nyata secara bersamaan. Lalu, dilengkapi juga dengan caption "Terima kasih atas antusiasme #TemanTukar" yang artinya kegiatan ini juga didasari oleh antusiasme masyarakat. Sehingga, @zerowaste.id\_official dalam mengemas pesan yang menginspirasi ini dapat meningkatkan kesadaran dan antusias masyarakat untuk bergerak dalam menyelamatkan lingkungan dari sampah.

#### 4.2.6.4 Edukasi

Edukasi merupakan proses atau aktivitas yang bertujuan memberikan pengetahuan, keterampilan, dan pemahaman kepada individu atau kelompok guna mengembangkan potensi mereka. Fokus utama dari edukasi adalah meningkatkan kemampuan individu atau kelompok di berbagai aspek kehidupan, termasuk bidang akademik, sosial, ekonomi, dan kesehatan (Prisgunanto, 2018). Dalam akun Instagram @zerowaste.id\_official membuat jenis akun yang bersifat mengedukasi pembaca. Hal tersebut dapat dilihat dari berbagai tulisan dalam konteks yang memberikan pengetahuan serta mendidik *audiens* untuk mengikuti atau menerapkan sesuai dengan informasi yang tertera. Salah satu contoh konten edukasi adalah @zerowaste.id\_official memberikan tips atau tutorial cara menerapkan zero waste di lingkungan rumah. Berdasarkan analisis isi peneliti, di bawah ini jenis konten edukasi:



Gambar 4.23. Postingan Jenis Konten Edukasi Periode 21 Oktober 2023  
(<https://shorturl.asia/UjScH>)

Berdasarkan gambar di atas merupakan jenis konten edukasi. Yang di mana, melalui akun Instagram @zerowaste.id\_official membagikan informasi yang bersifat mengedukasi bagi para pembacanya. Pada keterangan tulisan dengan judul "Manfaat Kompos untuk Tanaman" sebagai penjelasan bahwa suatu kompos memiliki manfaat untuk tanaman. Dan unggahan tersebut dilengkapi dengan visual gambar yang mendeskripsikan manfaat dari kompos untuk tanaman.

Konten tersebut mendapatkan sejumlah 96 *likes*. Pengemasan pesan pada gambar tersebut sangat efektif sebagai konten edukasi. Pesan disampaikan dengan jelas, terstruktur, dan menggunakan visual yang mendukung pemahaman. Informasi yang diberikan relevan dan praktis, sehingga mendorong *audiens* untuk menerapkan pengetahuan yang diperoleh. Sehingga, dengan adanya konten edukasi ini bisa mencapai tujuan dari @zerowaste.id\_official sebagai wadah informasi dan edukasi terkait isu lingkungan. Tak hanya itu, bahwa konten edukasi ini dapat meningkatkan kesadaran dan pengetahuan tentang manfaat kompos untuk tanaman.

Berdasarkan analisis di atas menyatakan bahwa contoh konten pada gambar 4.22 merupakan jenis konten edukasi yang diunggah oleh @zerowaste.id\_official.



Gambar 4.24. Postingan Jenis Konten Edukasi Periode 8 Juli 2023 (<https://shorturl.asia/Qr4wu>)

Gambar di atas merupakan postingan konten berdasarkan jenis konten edukasi. Konten diatas diunggah pada periode 8 Juli 2023 yang mendapatkan like sebanyak 279. Terlihat dari jumlah suka pada postingan ini artinya banyak *audiens* yang membaca dan melihat informasi edukasi ini sebagai mencari tahu terkait bagaimana cara menerapkan *zero waste* dari rumah.

Pada postingan di atas memiliki unsur Gambar yang mempunyai judul yang jelas di bagian atas, diikuti oleh daftar poin-poin dalam format *checklist*. Visual ini membantu *audiens* untuk memahami langkah-langkah secara terstruktur. Unggahan ini sangat relevan dengan misi dan visi akun Zero Waste Indonesia, yaitu mengurangi limbah dan mendorong keberlanjutan lingkungan.

Pengemasan pesan pada gambar tersebut sangat efektif sebagai konten edukasi. Pesan disampaikan dengan jelas dan terstruktur, memudahkan *audiens* memahami langkah-langkah praktis untuk mengurangi limbah di rumah. Informasi yang diberikan relevan dengan tujuan akun, dan dapat dengan mudah diaplikasikan oleh *audiens*. Visual yang digunakan mendukung pesan dan meningkatkan keterlibatan, membuat konten ini menarik dan mudah diingat. Konten edukasi seperti ini tidak hanya mengajarkan, tetapi juga mendorong audiens untuk melakukan hal-hal nyata untuk mendukung keberlanjutan lingkungan.

- Berdasarkan penjelasan analisis isi di atas dapat dikatakan bahwa contoh konten pada gambar 4.23 adalah jenis konten edukasi pada akun Instagram @zerowaste.id\_official.

#### **4.2.6 Pembahasan Penelitian**

Setelah itu, peneliti menunjukkan hasil analisis mereka tentang pengemasan pesan gaya hidup zero waste di akun Instagram @zerowaste.id\_official. Analisis ini mencakup bentuk dan tema pesan, serta bentuk dan jenis konten, seperti yang dijelaskan di bab sebelumnya, peneliti akan memberikan penjelasan lebih lanjut tentang pengemasan pesan *zero waste lifestyle* di akun Instagram @zerowaste.id\_official. Tujuan dari bab ini adalah untuk menjelaskan lebih lanjut tentang pengemasan pesan *zero waste lifestyle* di akun Instagram @zerowaste.id\_official.

##### **4.2.6.1 Bentuk Pesan**

*Content creator* dapat menggunakan bentuk pesan sebagai salah satu pendekatan yang lebih umum untuk membagikan berbagai pesan kepada



*audiensnya*. Untuk mencapai tujuan komunikasi yang diinginkan, sangat penting untuk memperhatikan dan mengarahkannya. Menurut analisis sebelumnya, bentuk pesan yang disampaikan pada keseluruhan konten adalah informatif, persuasif, dan koersif.

Seperti penjelasan yang dirincikan di atas, dapat disimpulkan bahwa konten informatif adalah seringkali dibagikan oleh @zerowaste.id\_official yang dikemas secara menarik karena sejalan dengan *goals* Zero Waste Indonesia yaitu sebagai wadah informasi yang ingin menggerakkan seluruh masyarakat dari berbagai daerah untuk bersama-sama melakukan aksi nyata untuk menerapkan gaya hidup yang lebih meminimalisir adanya sampah di lingkungan. Selain itu, bentuk pesan Informatif juga digunakan oleh Zero Waste Indonesia dalam memberikan informasi untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terkait kepedulian terhadap sampah di lingkungan.

- Seperti penjelasan yang dirincikan di atas, dapat disimpulkan bahwa konten informatif adalah seringkali dibagikan oleh @zerowaste.id\_official yang dikemas secara menarik karena sejalan dengan *goals* Zero Waste Indonesia yaitu sebagai wadah informasi yang ingin menggerakkan seluruh masyarakat dari berbagai daerah untuk bersama-sama melakukan aksi nyata untuk menerapkan gaya hidup yang lebih meminimalisir adanya sampah di lingkungan. Selain itu, bentuk pesan Informatif juga digunakan oleh Zero Waste Indonesia dalam memberikan informasi untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terkait kepedulian terhadap sampah di lingkungan

Bentuk pesan persuasif memiliki sifat adanya ajakan dan memberikan dampak mempengaruhi masyarakat untuk melakukan suatu aksi. Dalam konten yang bersifat persuasif ini, Zero Waste Indonesia memperlihatkan aksi nyata dan membuktikan bahwa ZWID ini menjadi wadah dalam membagikan berbagai macam informasi penting terkait *zero waste lifestyle*. Membagikan segala informasi terkait *zero waste lifestyle* pada media Instagram menjadi tindakan yang dilakukan oleh ZWID secara terus menerus. Hal itu bertujuan untuk memberikan informasi positif dan meningkatkan kesadaran masyarakat dalam gaya hidup sehari-hari yang ramah lingkungan.

Serta untuk bentuk pesan Koersif ini Zero Waste Indonesia tidak menggunakan sama sekali dalam kontennya. Hal itu dikarenakan ZWID tidak ingin membuat masyarakat melakukan suatu hal secara dipaksa.

#### 4.2.6.2 Tema Pesan

Tema pesan ini menjadi kategori dalam penyampaian dan pengemasan pesan oleh @zerowaste.id\_official kepada *audiensnya* melalui keseluruhan konten yang ada. Yang di mana dalam penyajian pesan ini terbagi ke dalam kategori *Campaign*, Tutorial Minim Sampah dan Kolaborasi. Sehingga, setelah peneliti melakukan analisis konten di akun @zerowaste.id\_official, peneliti menemukan bahwa tema pesan Tutorial Minim Sampah menjadi topik yang paling banyak dibagikan. Dimana, kategori dimensi tersebut menyajikan dan memberikan informasi khusus terkait gaya hidup minim sampah dan meminimalisasi produksi sampah yang dihasilkan oleh individu dalam upaya menjaga kelestarian lingkungan. Dengan menyajikan berbagai informasi-informasi penting terkait tutorial minim sampah tersebut, hal ini tentu menjadi fokus tujuan Zero Waste Indonesia untuk menyampaikan pesan bahwa banyak segala informasi dan cara untuk meminimalisir sampah dan gaya hidup tanpa sampah dalam kehidupan sehari-hari.

Selain itu, tema pesan yang sering diunggah oleh ZWID adalah *campaign* dan kolaborasi. Yang di mana konten *campaign* ini memperlihatkan aktivitas atau kegiatan yang mereka jalankan sebagai bentuk payung untuk aksi nyata komunitas dalam mengajak adanya kontribusi dari masyarakat lainnya terhadap kepedulian lingkungan. Maka dari itu, adanya *campaign* yang dilaksanakan oleh ZWID ini memiliki dampak baik dalam menciptakan kolaborasi dengan berbagai pihak lainnya yang turut mendukung Zero Waste Indonesia untuk meningkatkan aktivitas positif untuk kelestarian lingkungan.

Dari penjelasan tersebut, maka dapat dikatakan bahwa pada akun Instagram @zerowaste.id\_official tema pesan yang paling sering dibagikan adalah Tutorial Minim Sampah. Namun, melalui konten tema pesan *Campaign* dan Kolaborasi ini sebagai cara lain untuk menunjukkan bahwa ada hal positif yang dilakukan @zerowaste.id\_official.

#### 4.2.6.3 Bentuk Konten

Konten yang diposting di akun media sosial Zero Waste Indonesia, @zerowaste.id\_official, dikemas dengan cara yang menarik sehingga informasinya mudah dipahami dan menarik perhatian pembaca. Tujuan dari Zero Waste Indonesia ini, menurut analisis peneliti, adalah untuk menyampaikan informasi dengan cara yang mudah dipahami dan menunjukkan situasi yang sedang terjadi.

Berdasarkan segala konten yang dibagikan, Zero Waste Indonesia ini membagi menjadi beberapa kategori bentuk konten yaitu Tulisan atau *Quotes*, Video, Gambar, dan Kombinasi. Dari keempat kategori, bentuk konten Kombinasi yang paling banyak diunggah. Kombinasi ini terdiri dari gambar, tulisan, dan video dalam satu unggahan konten yang ada di Instagram @zerowaste.id\_official.

- Bentuk konten Kombinasi ini dirancang untuk memungkinkan Zero Waste Indonesia memberi tahu *audiens* tentang segala informasi dan aktivitas yang dilakukan dalam mengambil peran aktif menyebarkan kesadaran akan pentingnya suatu pola pikir dalam pengelolaan sampah dengan mengimplementasikan konsep 6R melalui konten tulisan dan kemudian melalui photo atau video dapat memperlihatkan secara nyata terkait situasi. Sehingga, bentuk konten kombinasi ini tulisan/quotes tersebut bisa diluar gambar atau video ataupun berada di dalam.

Bentuk konten yang sering kali diunggah oleh @zerowaste.id\_official adalah Kombinasi, yang di mana pada kontennya itu memperlihatkan berbagai informasi terkait *zero waste lifestyle* yang dikemas dengan adanya gabungan tulisan, gambar atau video. Tak hanya itu, terkadang konten kombinasi ini menampilkan salah satu kegiatan Zero Waste Indonesia saat melakukan suatu *campaign* seperti #TukarBaju. Selanjutnya, bentuk konten Video pada akun Instagram ZWID ini dikemas dengan dilengkapi oleh lagu atau *sound bite* dan juga menampilkan gif atau videografis yang lebih berbeda mengenai suatu kegiatan atau informasi. Kemudian, @zerowaste.id\_official jarang mengunggah bentuk konten tulisan/*quotes*, yang di mana pada konten ini ZWID hanya mencantumkan potongan kalimat yang berkaitan dengan sampah dan lingkungan.

Bentuk Kombinasi menjadi bentuk konten yang paling seringkali dibuat oleh @zerowaste.id\_official Hal ini dikarenakan bentuk konten Kombinasi ini dinyatakan konten yang paling lengkap dan menggambarkan segala bentuk pesan sehingga dapat tersampaikan dengan baik dan dapat dimengerti oleh *audiens*.

#### 4.2.6.4 Jenis Konten

Metode untuk menentukan konten yang paling disukai oleh audiens dikenal sebagai jenis konten. Jenis konten ini dibagi menjadi empat kategori yaitu Hiburan, Edukasi, Informasi, dan Inspirasi.

Menurut hasil analisis sebelumnya, jenis konten Edukasi menjadi yang paling sering diunggah oleh @zerowaste.id\_official. Konten ini bertujuan memberikan dampak positif, meningkatkan pemahaman, mengembangkan wawasan, membangun inspirasi dan semangat pada *audiens*, serta mendorong kesadaran bersama untuk melestarikan lingkungan dengan menerapkan *zero waste lifestyle*.

Zero Waste Indonesia membuat jenis konten inspirasi yang dibuat dan dikemas secara efektif dengan menunjukkan kisah kesuksesan sebuah aksi dari organisasi. Sebagai contoh konten inspirasi pada gambar 4.21, yang di mana konten tersebut menarik yang terlihat dari jumlah *like*. Konten tersebut menunjukkan adanya keberhasilan komunitas dalam mengurangi sampah yang signifikan, salah satunya pada sampah pakaian. Sehingga, kesuksesan yang dihasilkan oleh @zerowaste.id\_official ini membuat masyarakat terinspirasi dan menyadari untuk memulai aksi dalam bentuk kontribusi positif bagi kelestarian lingkungan terutama dari sampah. Penggunaan kalimat serta visual yang menarik, membuat pesan yang disampaikan oleh @zerowaste.id\_official ini mudah dimengerti oleh *audiens*.

Selain itu, jenis konten yang cukup sering dibuat oleh akun Instagram @zerowaste.id\_official adalah informasi. Yang di mana, dalam jenis konten informasi ini terdapat informasi penting yang dilengkapi dengan data dan fakta terkait suatu isu lingkungan. Tak hanya itu, jenis konten informasi ini juga digunakan untuk memberikan pemahaman dan wawasan yang luas terutama dalam melindungi lingkungan dari adanya sampah.

Selain itu, jenis konten yang jarang dibuat adalah Hiburan. Hal ini dikarenakan @zerowaste.id\_official lebih mengutamakan membagi konten yang bersifat informasi, inspirasi serta edukasi. Jenis konten hiburan pada akun @zerowaste.id\_official ini berupa adanya aktivitas dengan pengikutnya. Seperti games dalam membagikan momen para pengikutnya terkait penerapan *zero waste lifestyle* di kehidupannya. Sehingga, hal tersebut setara dengan kegiatan zero waste indonesia.

Seperti yang disebutkan di atas, dapat disimpulkan bahwa pengguna lebih menyukai konten di akun Instagram @zerowaste.id\_official yang membahas masalah lingkungan saat ini. Karena konten yang informatif ini bisa menggerakkan dan menyadarkan masyarakat betapa pentingnya menerapkan *zero waste lifestyle* pada kehidupan sehari-hari.

