

PENGARUH KAMPANYE LINGKUNGAN PADA KONTEN INSTAGRAM

@zerowaste.id_official TERHADAP PERILAKU GREEN PRACTICE

(Studi Kasus: Pengikut Akun Instagram @zerowaste.id_official)

Skripsi

Disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai derajat Sarjana Strata 1 (S1) Ilmu Komunikasi
Konsentrasi: Broadcasting



Disusun Oleh:

Nanda Nurul Farodiyah

07031281823108

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

2022

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF

**“Pengaruh Kampanye Lingkungan Pada Konten Instagram
@zerowaste.id_official terhadap Perilaku Green Practices (Studi Kasus :
Pengikut Akun Instagram Zero Waste Indonesia)”**

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam Menempuh
Derajat Sarjana S-1 Ilmu Komunikasi**

Oleh:

Nanda Nurul Farodiyah

07031281823108

Pembimbing I

Hoirun Nisyak, S.Pd., M.Pd.
NIP 19780302 200212 2 002

Tanda Tangan



Tanggal

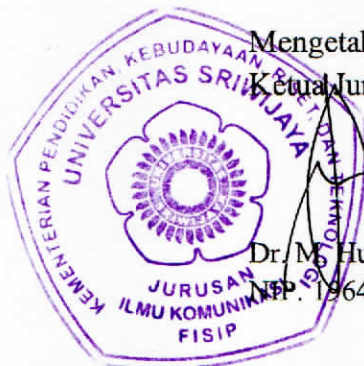
19/5/2022

Pembimbing II

Farisha Sestri Musdalifah, S.Sos.,
M.Si.
NIP 19930905 201903 2 019



13-5-2022



Mengetahui,
Ketua Jurusan,

Dr. M. Husni Thamrin, M.Si.
NIP. 19640606 1992031001

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN KOMPRESIF





**“Pengaruh Kampanye Lingkungan Pada Konten Instagram
@zerowaste.id_official Terhadap Perilaku *Green Practice* (Studi Kasus:
Pengikut Akun Instagram @zerowaste.id_official)”**

Skripsi

Oleh:

**Nanda Nurul Farodiyah
07031281823108**

**Telah dipertahankan di depan penguji
dan dinyatakan telah memenuhi syarat
pada tanggal 16 Juni 2022**

Jabatan	Nama	Tanggal	Tanda Tangan
Ketua	Hoirun Nisyak, S.Pd., M.Pd. NIP. 197803022002122002	16/7 ²²	
Sekretaris	Farisha Sestri Musdalifah, S.Sos., M.Si. NIP. 199309052019032019	18 - 7 - 2022	
Anggota	Miftha Pratiwi, S.I.Kom., M.I.Kom NIP. 199205312019032018	13/7 ²²	
Anggota	Rindang Senja Andarini, S.I.Kom., M.I.Kom. NIP. 198802112019032011	16/7 ²²	

Mengetahui,

Dekan FISIP Unsri,



Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi,



PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nanda Nurul Farodiyah
NIM : 07031281823108
Tempat dan Tanggal Lahir : Palembang, 21 Desember 2000
Program Studi/Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Kampanye Lingkungan Pada Konten Instagram @zerowaste.id_official Terhadap Perilaku *Green Practice* (Studi Kasus: Pengikut Akun Instagram @zerowaste.id_official)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Seluruh data, informasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran saya dengan pengarahannya dari pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik baik di Universitas Sriwijaya maupun di perguruan tinggi lainnya.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari ditemukan bukti ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah ini.

Palembang,
Yang membuat pernyataan,



Nanda Nurul Farodiyah
NIM.07031281823108

MOTTO

Teruslah berbuat baik dan menebar kebermanfaatan

Dan Teruslah berbuat baik walau dunia sedang tidak baik

Man Jadda Wa Jada

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Kampanye Lingkungan Pada Konten Instagram @zerowaste.id_official Terhadap Perilaku *Green Practice* (Studi Kasus: Pengikut Akun Instagram @zerowaste.id_official)” yang membahas permasalahan terkait pengaruh kampanye lingkungan pada perilaku *green practice*. Adapun tujuan dari penelitian ini untuk pengaruh kampanye lingkungan pada konten instagram @zerowaste.id_official terhadap perilaku *green practice*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik analisis deskriptif dan eksplanatif. Adapun teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Integrasi Informasi oleh Martin Fishbein yang mengatakan bahwa pelaku komunikasi mengakumulasikan segala informasi, objek, situasi, orang dan lainnya yang cenderung dalam membentuk sikap. Data yang diperoleh dalam penelitian ini berasal dari data primer, sekunder, dan melakukan penyebaran kuesioner kepada responden. Berdasarkan hasil dari penelitian ini didapatkan bahwa adanya pengaruh antara kampanye lingkungan @zerowaste.id_official terhadap perilaku *green practice* sebesar 24,5% dan 75,5% berasal dari faktor lainnya dengan hubungan korelasi masuk dalam kategori sedang. Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kampanye lingkungan @zerowaste.id_official terhadap perilaku *green practice*.

Kata kunci: kampanye lingkungan, *green practice*, Zero Waste Indonesia

Pembimbing I



Hoirun Nisyak, S.Pd., M.Pd.
NIP. 19780302 200212 2 002

Pembimbing II



Farisha Sestri Musdalifah, S.Sos., M.Si.
NIP. 19930905 201903 2 019

Mengetahui,

**Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi
Universitas Sriwijaya**



Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si
NIP. 196406061992031001

ABSTRACT

This study entitled "The Effect of Environmental Campaigns on Instagram Content @zerowaste.id_official on Green Practice Behavior (Case Study: Instagram Account Followers @zerowaste.id_official)" which discusses issues related to the influence of environmental campaigns on green practice behavior. The purpose of this research is to examine the effect of environmental campaigns on @zerowaste.id_official Instagram content on green practice behavior. This study uses quantitative methods with descriptive and explanative analysis techniques. The theory used in this research is the Information Integration theory by Martin Fishbein which says that communication actors accumulate all information, objects, situations, people, and others that tend to form attitudes. The data obtained in this study came from primary, secondary data, and distributed questionnaires to respondents. Based on the results of this study, it was found that the influence of the @zerowaste.id_official environmental campaign on green practice behavior was 24.5% and 75.5% came from other factors with a correlation relationship in the medium category. It can be concluded that there is an effect of the @zerowaste.id_official environmental campaign on green practice behavior.

Keywords: environmental campaign, green practice, Zero Waste Indonesia

Pembimbing I



Hoiron Nisyak, S.Pd., M.Pd.
NIP. 19780302 200212 2 002

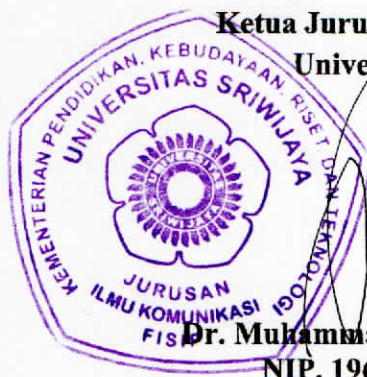
Pembimbing II



Farisha Sestri Musdalifah, S.Sos., M.Si.
NIP. 19930905 201903 2 019

Mengetahui,

**Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi
Universitas Sriwijaya**



Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si
NIP. 196406061992031001

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT atas segala nikmat kesehatan dan semangat, rahmat dan hidayah-Nya peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi sampai akhir. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam menempuh derajat Sarjana Strata (S1) Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya. Skripsi ini berjudul **“Pengaruh Kampanye Lingkungan Pada Akun Instagram @zerowaste.id_official Terhadap Perilaku Green Practice”**. Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak akan berhasil tanpa ada dukungan dan do’a dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya dan kepada Nabi Muhammad SAW.
2. Kedua orang tua peneliti Ibu Armasito dan Ayah Ari Susanto yang selalu memberikan kasih sayang, semangat, serta dukungan moril kepada peneliti. Kepada adik-adik saya Sikah, Ghifar, dan Naura yang sudah menjadi pengingat peneliti.
3. Bapak Prof. Dr. Anis Saggaf, MSCE selaku rektor Universitas Sriwijaya.
4. Bapak Prof. Dr. Alfitri, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
5. Bapak Dr. M. Thamrin, M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya.
6. Bapak Adi Inggit Handoko, M.I.Kom selaku dosen penasehat akademik peneliti yang selalu bersedia meluangkan waktu dan memberikan masukan baik untuk kegiatan selama perkuliahan maupun saat menyusun tugas akhir peneliti.
7. Ibu Hoirun Nisyak, S.Pd., M.Pd selaku dosen pembimbing 1 peneliti yang telah memberikan masukan dalam penyusunan proposal skripsi.
8. Mba Farisha Sestri Musdalifah, S.Sos., M.I.Kom sebagai dosen pembimbing 2 peneliti yang sudah memberikan dukungan dan masukan selama penyusunan proposal skripsi ini.

9. Mba Vira selaku admin jurusan Ilmu Komunikasi yang telah membantu peneliti dalam administrasi maupun memberikan masukan selama perkuliahan.
10. Teman – teman grup KKN – Skripsi Desa Penari dan rekan tongkrongan (ejak, ajam, ejul, nurul, ditha, asep, duo gilang, h5, vera, pepin, fortun, tahta, bayu, mujib, denboi. fitri dan desty. Tak lupa pula onay, mba tari, egin, dan deak yang selalu menjadi pendengar curhatan peneliti.
11. A *Class* Ikom dan mahasiswa ilmu komunikasi angkatan 2018
12. Teman seangkatan Ilmu Komunikasi 2018 dan rekan-rekan organisasi mulai dari BEM KM Unsri, Kementerian Sosmasling Kabinet Gema Kolaborasi dan Kabinet Mozaik Harapan, BEM KM FISIP, Srimpi, Kelas Tepian Air, Pejuang Muda, dan Kampus Mengajar yang sudah banyak memberikan peneliti wawasan dan pengalaman baik dibidang pengabdian maupun akademik.
13. Teruntuk Fourtwnty, Hindia, Ardhito, Pamungkas, Hutan Tropis, Fiersa Besari, Daun Jatuh, Lapor Pak, Vindes, MiawAug, Acigamespot dan Afif Yulistian yang telah menemani peneliti dalam menyusun tugas akhir dengan sajian lagu dan program yang menghibur. Beserta café langganan Kopiloka, Kopi Dari Hati, dan UKI.
14. Kepada anabul ontet, ontey dan otar yang selalu menjadi penghibur peneliti dengan tingkah lakunya.

Semoga semuanya selalu diberikan kesehatan, semangat, umur panjang, selalu berbuat kebaikan, dan kebahagiaan dari Allah SWT. Dengan segala kerendahan hati saya, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua, amiinn.

Palembang, Juni 2022

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
MOTTO	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR GRAFIK	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan	10
1.4 Manfaat	11
BAB II Tinjauan Pustaka	12
2.1 Landasan Teori	12
2.2 Penelitian Terdahulu	12
2.3 Teori Integrasi Informasi	15
2.4 Kampanye Lingkungan	16
2.5 <i>Green Practice</i>	20
2.6 Kerangka Teori	22
2.8 Kerangka Pemikiran	26

BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1 Desain Penelitian	30
3.2 Definisi Konsep	30
3.3 Definisi Operasional	31
3.4 Unit Analisis, Populasi, dan Sampel	34
3.4.1 Unit Analisis	34
3.4.2 Populasi	34
3.4.3 Sampel	34
3.5 Jenis Data dan Sumber Data	35
3.5.1 Jenis Data	35
3.5.2 Sumber Data	35
3.6 Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen	36
3.6.1 Uji Validitas	36
3.6.2 Uji Reliabilitas Instrumen	36
3.7 Uji Normalitas Data	37
3.8 Teknik Pengumpulan Data	38
3.8.1 Kuesioner	38
3.8.2 Observasi	38
3.8.3 Dokumentasi	38
3.9 Teknik Analisis Data	39
3.9.1 Analisis Deskriptif	39
3.9.2 Analisis Eksplanatif	39
3.10 Uji Hipotesis	41
BAB IV GAMBARAN UMUM INSTANSI PENELITIAN	43
4.1 Profil Zero Waste Indonesia	43
4.2 Visi, Misi, Tujuan dan Sasaran	43

4.3 Logo Zero Waste Indonesia	44
4.4 Struktur Organisasi	44
BAB V HASIL DAN ANALISIS	47
5.1 Gambaran Umum Responden	47
5.2 Analisis Deskriptif Kuantitatif	49
5.2.1 <i>Structure Message</i>	51
5.2.2 <i>Content Message</i>	52
5.2.3 <i>Framing</i>	55
5.2.4 <i>Language</i>	56
5.2.5 <i>Green Action</i>	58
5.2.3 <i>Green Food</i>	60
5.2.4 <i>Green Donation</i>	61
5.3 Analisis Data Deskriptif Eksplanatif	63
5.3.1 Uji Normalitas Data	64
5.3.2 Uji Linearitas	64
5.3.3 Uji Regresi Linear Sederhana	65
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	71
6.1 Kesimpulan	71
6.2 Saran	72
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN	80

DAFTAR TABEL

TABEL 1.1 Akun instagram yang berbasis kampanye lingkungan	5
TABEL 2.1 Penelitian terdahulu	12
TABEL 3.1 Definisi operasional	31
TABEL 3.2 Skor Skala Likert	39
TABEL 3.3 Kategori koefisien korelasi	40
TABEL 5.1 Kriteria penilaian variabel X	50
TABEL 5.2 Distribusi frekuensi dimensi <i>Structure message</i>	51
TABEL 5.3 Distribusi frekuensi dimensi <i>content message</i>	52
TABEL 5.4 Distribusi frekuensi dimensi <i>framing</i>	55
TABEL 5.5 Distribusi frekuensi dimensi <i>language</i>	56
TABEL 5.6 Total jawaban responden variabel X	57
TABEL 5.7 Kriteria penilaian variabel Y	58
TABEL 5.8 Distribusi frekuensi dimensi <i>green action</i>	58
TABEL 5.9 Distribusi frekuensi dimensi <i>green food</i>	60
TABEL 5.10 Distribusi frekuensi dimensi <i>green donation</i>	62
TABEL 5.11 Total jawaban variabel Y	63
TABEL 5.12 Rekapitulasi analisis regresi linear sederhana	65

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1.1 Penggunaan internet di Indonesia	4
GAMBAR 1.2 Tingkat penggunaan media sosial di Indonesia	9
GAMBAR 2.1 Alur pemikiran	29
GAMBAR 4.1 Logo Zero Waste Indonesia	44
GAMBAR 5.1 Uji normalitas Kolmogorov Smirnov	64
GAMBAR 5.2 Uji linearitas	65
GAMBAR 5.3 Tampilan Instagram @zerowaste.id_official	69

DAFTAR GRAFIK

GRAFIK 1.1 Negara pencemar sampah plastik ke laut tahun 2010	2
GRAFIK 1.2 Jumlah sampah plastik sekali pakai di Asia Tenggara (2019)	3
GRAFIK 1.3 Pengaruh manusia terhadap temperatur Bumi	8
GRAFIK 5.1 Gambaran umum responden berdasarkan jenis kelamin	47
GRAFIK 5.2 Gambaran umum responden berdasarkan usia	48
GRAFIK 5.3 Gambaran umum responden berdasarkan pekerjaan	48

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Hasil uji validitas variabel X	81
LAMPIRAN 2 Hasil uji validitas variabel Y	82
LAMPIRAN 3 Uji Reliabilitas Variabel X	83
LAMPIRAN 4 Uji Reliabilitas Variabel Y	84
LAMPIRAN 5 Kuesioner	85
LAMPIRAN 6 hasil jawaban responden variabel X	88
LAMPIRAN 7 hasil jawaban responden variabel Y	91
LAMPIRAN 8 Regresi linear sederhana	94
LAMPIRAN 9 Kurva uji t	95

BAB I

PENDAHULUAN

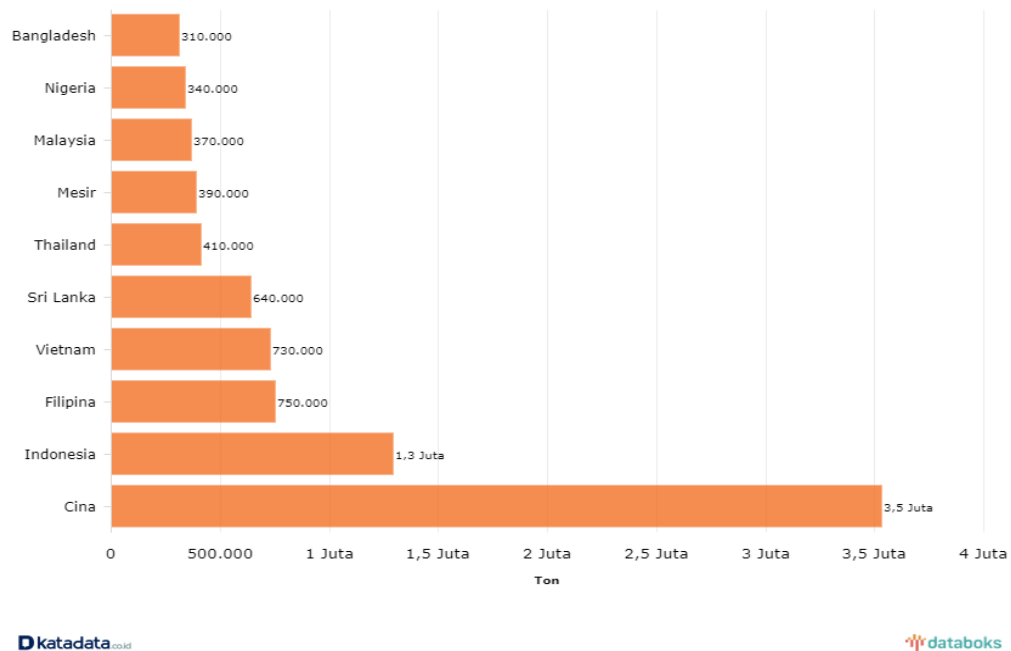
1.1 Latar Belakang

Dunia saat ini sedang menghadapi pandemi covid-19 yang telah berdampak bagi kehidupan manusia di bumi mulai dari segi ekonomi, kesehatan, pendidikan, lingkungan dan lainnya. Menyoroti dari sisi lingkungan terdapat beberapa dampak negatif yang terjadi seperti produksi sampah di perkotaan bertambah, limbah medis mengalami pertambahan khususnya masker, kegiatan daur ulang sampah berkurang namun sampah yang dihasilkan terus bertambah, dan banyak terjadi kesalahan dalam pembuangan alat pelindung diri (APD). Selain dari permasalahan covid-19 yang juga berdampak pada lingkungan, dunia juga saat ini sedang menghadapi krisis iklim atau *climate change* yang di prediksi akan terjadi pada tahun 2050 (BBC, 2021). Pada pelaksanaan *Conference of the Parties (COP)* ke 26 Presiden Indonesia menegaskan bahwa Indonesia akan berkomitmen dalam menjadi bagian sebuah solusi terkait perubahan iklim ini (Intan, 2021). Hal ini melihat Indonesia sebagai negara yang memiliki hutan tropis dan hutan mangrove terbesar.

Salah satu faktor pendukung yang dapat mempercepat laju *climate change* yaitu permasalahan sampah. Kehidupan manusia setiap harinya tidak akan pernah lepas dengan sampah. Setiap harinya satu individu dapat menghasilkan sampah kurang lebih 0,68 kilogram. Hal ini berdasarkan perhitungan di tahun 2020 yang mana Indonesia menghasilkan 67,8 juta ton sampah dengan jumlah penduduk 270 juta. Sejalan dengan itu mulai banyaknya kasus pencemaran lingkungan yang terus menjadi, mulai dari permasalahan polusi udara oleh industri pabrik, pencemaran DAS (Daerah Aliran Sungai), penebangan hutan secara liar, dan lainnya. Dilansir dari Antara News.com sudah 90.000 kilo meter persegi dan 70-80 persen wilayah tercemar ada di Indonesia.

Dampak dari adanya kerusakan lingkungan ini mempengaruhi berbagai aktivitas kehidupan manusia. Dari segi ekonomi bagi penduduk yang bermata pencaharian sebagai nelayan harus menerima hasil laut tidak akan banyak seperti dahulu karena banyak ikan-ikan yang mati akibat pencemaran. Pada segi Kesehatan pencemaran

lingkungan akan menimbulkan permasalahan seperti keracunan timbal, polio, diare, penyakit kulit atau bahkan menimbulkan penyakit baru lainnya. Selanjutnya dari segi sosial permasalahan lingkungan yang membuat menurunnya pendapatan akan menimbulkan tingkat kriminalitas.

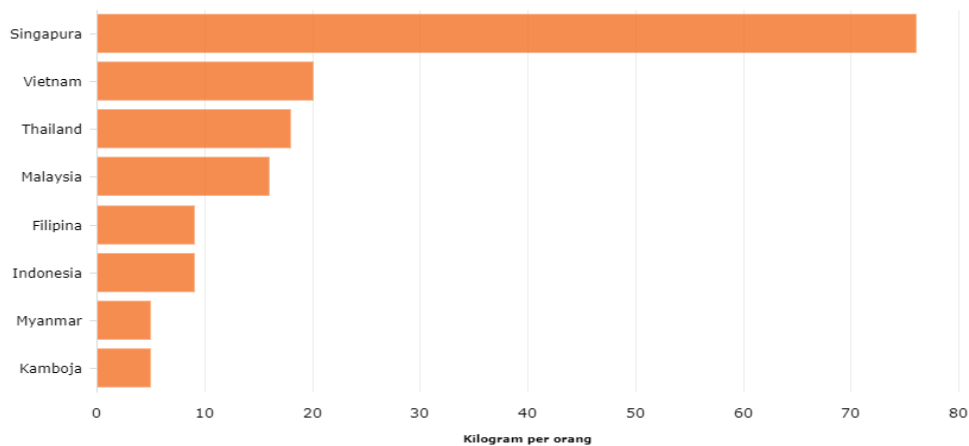


Grafik 1. 1

Grafik negara pencemar sampah plastik ke laut tahun 2010

Sumber: databoks

Dari grafik diatas dapat dilihat bahwa di tahun 2010 Indonesia menjadi penyumbang sampah ke laut terbanyak kedua setelah Cina dengan total 1,3 juta ton. Jumlah ini tentunya akan terus bertambah mengingat jumlah populasi manusia di Indonesia juga bertambah. sampah yang dibuang dilautan tidak sebatas sampah plastik tetapi juga sampah organik dari tumbuhan, limbah medis, dan sampah anorganik lainnya.



katadata.co.id

databoks

Grafik 1. 2
Jumlah Sampah Plastik Sekali Pakai di Asia Tenggara (2019)

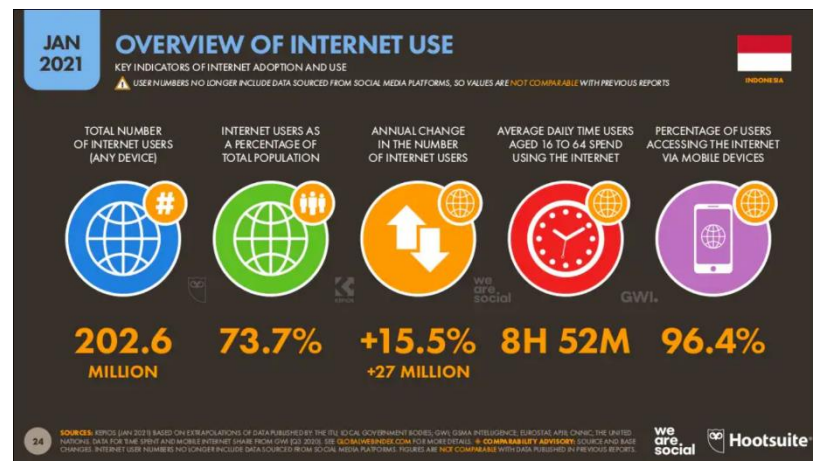
Sumber: databoks

Berdasarkan data dari BPS (Badan Pusat Statistik) di tahun 2010 jumlah populasi di Indonesia 238,5 juta sedangkan di tahun 2019 jumlah populasi di Indonesia berada pada angka 270,6 juta. Jumlah ini bila dikalikan dengan penghasilan sampah sehari yang mencapai 9 kilogram per orang berdasarkan grafik di atas maka Indonesia menghasilkan sampah 2,4 juta ton perhari.

New media atau media baru adalah media yang memiliki kemampuan yang dapat digunakan oleh penggunanya untuk memilih informasi yang akan dikonsumsi, mengedalikan keluaran informasi yang dihasilkan, dan melakukan pilihan yang diinginkan (Watie, 2011). Media baru menawarkan *digitization*, *convergence*, *interactivity*, dan *development of network* dalam hal pembuatan pesan dan penyampaian pesan (Flew, 2002: 25). Ardianto dalam buku komunikasi 2.0 mengatakan bahwa media online disebut juga sebagai jejaring sosial online bukan sebagai media massa online. Hal ini dikarenakan media sosial memiliki kekuatan dalam hal mempengaruhi opini publik yang berkembang dalam masyarakat (Ardianto, 2011: 21).

Kehadiran internet sudah tidak asing di telinga kita dan hampir seluruh masyarakat yang ada di Indonesia sudah menggunakan internet dalam kehidupan. Saat ini internet sudah menjadi bagian hidup manusia. Hampir segala hal tersedia dan dapat dilakukan melalui dunia virtual ini, seperti berbelanja, berkomunikasi, berjualan,

kegiatan promosi, belajar, dan lainnya. Berdasarkan data dari Hootsuite pengguna internet di Indonesia pada tahun 2021 dari jumlah populasi sebanyak 274,9 juta sudah 202,6 juta orang menggunakan internet serta menghabiskan waktu 8 jam 52 menit perharinya untuk menggunakan internet. Berikut gambar presentase penggunaan internet berdasarkan hasil survei dari hootsuite:



Gambar 1.1
Penggunaan internet di Indonesia

Sumber: Hootsuite

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa penggunaan internet di Indonesia sudah menjadi konsumsi sehari-hari. Kehadiran internet ini juga membuat beragamnya informasi yang tersaji untuk masyarakat. Masyarakat dapat dengan mudah terpapar ataupun mendapatkan informasi melalui internet, baik dari koran *online*, *website*, maupun media sosial. Hal ini sejalan dengan teori integrasi informasi dari Martin Fishbein dimana informasi yang didapatkan akan melalui tahap pengorganisasian dan akan berdampak pada perubahn sikap terhadap diri seseorang. Penggunaan internet tidak terlepas juga dengan pemanfaatan media sosial. Menurut Brogan (2010) *Social Media* diartikan sebagai: “*Social media is a new set of communication and collaboration tools that enable many types of interactions that were previously not available to the common person*”. (Sosial media adalah set media baru komunikasi dan alat kolaborasi yang bisa digunakan dalam berbagai jenis interaksi yang sebelumnya tidak tersedia untuk orang biasa) (Fitriani, 2017). Media sosial yang

berkembang saat ini cukup beragam dan sangat mudah digunakan mulai dari Facebook, Instagram, Line, Youtube, Telegram dan lainnya.

Pemanfaatan media sosial sebagai penyebaran informasi dipergunakan juga oleh akun instagram @zerowaste.id_official yang bergerak untuk menyebarkan informasi dan mengkampanyekan aksi-aksi lingkungan. Zerowaste.id_official atau Zero Waste Indonesia (ZWID) adalah sebuah komunitas yang berbasis online didirikan pada tahun 2018 yang bertujuan mengajak masyarakat yang ada di Indonesia untuk mulai menjalani gaya hidup nol sampah (Zero Waste Lifestyle). Zero Waste Indonesia ini bergerak dalam bidang kampanye gaya hidup nol sampah melalui platform website, Instagram dan menjalin relasi dengan beberapa komunitas lainnya. Pada penelitian ini peneliti akan focus membahas kampanye aksi lingkungan yang ada di Instagram dari @zerowaste.id_official.

Ada banyak akun instagram yang bergerak dalam bidang lingkungan, seperti Greenpeace, Waste4change, Sobat Bumi Indonesia, Zero Waste Indonesia dan lainnya. Berikut tabel penjelasan dari beberapa akun instagram yang berbasis kampanye lingkungan:

Tabel 1. 1
Akun instagram yang berbasis kampanye lingkungan

Akun Instagram	Jumlah Followers (Februari)	Persamaan dan Perbedaan
@greenpeaceid	633.000 followers	<p>Persamaan: Greenpeace bergerak untuk upaya pelestarian dan perlindungan Bumi dari kerusakan.</p> <p>Perbedaan: Postingan pada akun instagram @greenpeaceid mayoritas berisikan pemberitaan dan aksi menolak</p>

		peraturan atau kebijakan pemerintah yang berpotensi merusak lingkungan, seperti pada postingan 24 Januari 2022 “Menteri BUMN Gasifikasi Batubara”.
@waste4change	178.000 followers	<p>Persamaan:</p> <p>Berusah mengajak masyarakat untuk bijak dalam mengelola sampah</p> <p>Perbedaan:</p> <p>Karena ini sebuah perusahaan pengelolaan sampah maka pada konten instagram banyak mempromosikan dan mengajarkan cara pengiriman sampah rumah tangga ke perusahaan tersebut.</p>
@demibumi.id	65.500 followers	<p>Persamaan:</p> <p>Berupaya mengurangi masalah untuk pelestarian Bumi.</p> <p>Perbedaan:</p> <p>Fokus utama pada permasalahan sampah rumah tangga dan demi bumi ini menjual produk-produk ramah lingkungan.</p>
@zerowaste.id_official	163.000 followers	<p>Persamaan:</p> <p>Bergerak dalam kampanye untuk mengajak gaya hidup yang minim sampah.</p> <p>Perbedaan:</p> <p>Zero waste Indonesia merupakan komunitas yang berbasis online.</p>

Berdasarkan uraian di atas pemilihan akun instagram @zerowaste.id_official sebagai objek penelitian dikarenakan akun @zerowaste.id_official sudah mendapatkan verifikasi dari Instagram sehingga akun ini sudah menjadi akun resmi dengan jumlah pengikut sebanyak 163.000. Selain itu postingan yang ada di akun instagram memiliki variasi yang menarik mulai dari tone warna yang digunakan, menggunakan desain visual animasi yang menarik, dan postingannya tidak hanya dalam berupa foto tetapi juga postingan video singkat yang mengikuti trend saat ini. Variasi yang ada dalam postingan di instagram @zerowaste.id_official antara lain terdapat informasi mengenai pengelolaan sampah rumah tangga, peringatan hari-hari besar yang terkait dengan lingkungan (contoh: hari bumi, hari ozon, hari pohon dll), mengajak mengkampanyekan hal yang terkait dengan lingkungan, dan melakukan *live* instagram maupun webinar untuk membahas isu seputar permasalahan sampah dan lingkungan.

Akun instagram @zerowaste.id_official juga selalu memberikan edukasi melalui postingannya cara dalam mengelola sampah rumah tangga, pengelolaan barang-barang bekas yang kerap kali tidak diurai dengan baik, dan Langkah-langkah untuk terus menjaga kelestarian lingkungan. Zero Waste Indonesia juga kerap kali melakukan kolaborasi dengan komunitas lingkungan yang ada di Indonesia. salah satu kegiatan yang paling ditunggu-ditunggu yaitu tukar baju. Dimana masyarakat dapat menukarkan baju yang dibawa dengan baju yang disediakan di bazar.

Seperti yang dijelaskan sebelumnya bawah ZWID memiliki tujuan untuk mengajak masyarakat Indonesia untuk berperilaku bebas sampah melalui kampanye yang dihadirkan lewat konten instagram mereka. Menurut Hoslanda, et al (1953) dalam McQuail (2010) bahwa proses perubahan perilaku sama halnya dengan proses belajar. Proses perubahan perilaku menggambarkan proses belajar yang terdiri dari:

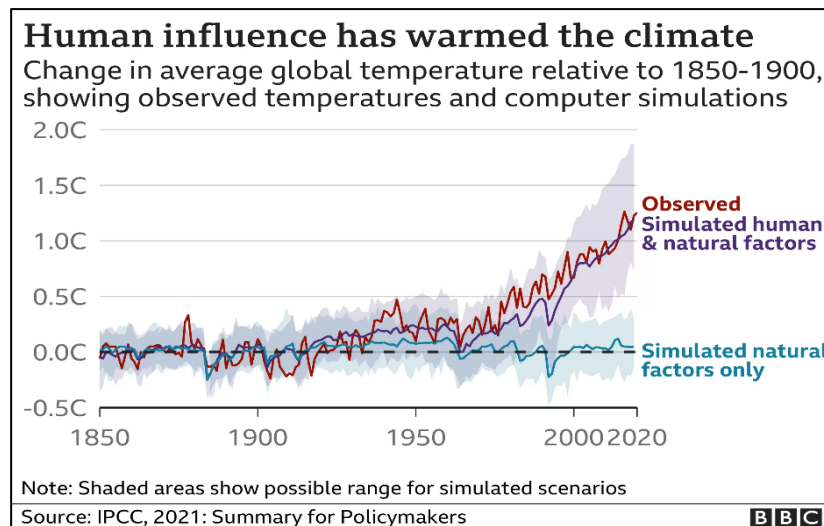
1. Stimulus (rangsang) yang didapatkan oleh organism untuk diputuskan apakah diterima atau ditolak. Jika stimulus tersebut diterima maka stimulus itu efektif mempengaruhi perhatian masyarakat. sebaliknya jika stimulus tersebut ditolak maka stimulus ini tidak efektif atau gagal dalam mempengaruhi masyarakat.
2. Stimulus yang telah mendapat perhatian (diterima) dari organism maka akan dilanjutkan ke proses berikutnya.

3. Organism akan mengelola stimulus tersebut yang mengakibatkan organism bersedia bertindak sesuai stimulus yang telah ia terima.
4. Adanya dorongan lingkungan akan berdampak pada stimulus tersebut dan memberikan efek berupa Tindakan dari masyarakat (perubahan perilaku).

Berdasarkan uraian di atas ada tiga alasan yang melatarbelakangi peneliti untuk melakukan penelitian ini, yaitu:

1. Pemanasan global yang memicu *climate change*

Kerusakan lingkungan sudah tidak dapat dihindari lagi dan dampak dari kerusakan lingkungan ini perlahan sudah mulai dirasakan mulai dari polusi udara yang meningkat, kerusakan hutan, banjir dimana-mana, sampah, pemanasan global dan lainnya. pemicu terjadinya krisis iklim ini diakibatkan pemanasan global dimana suhu permukaan air laut meningkat, cuaca ekstrim, pola dan curah hujan yang berubah. Berdasarkan hasil penelusuran dari database bencana alam international ada banyak bencana yang masuk dalam kategori bencana global sebanyak 345 bencana (Nurhayati, 2020).



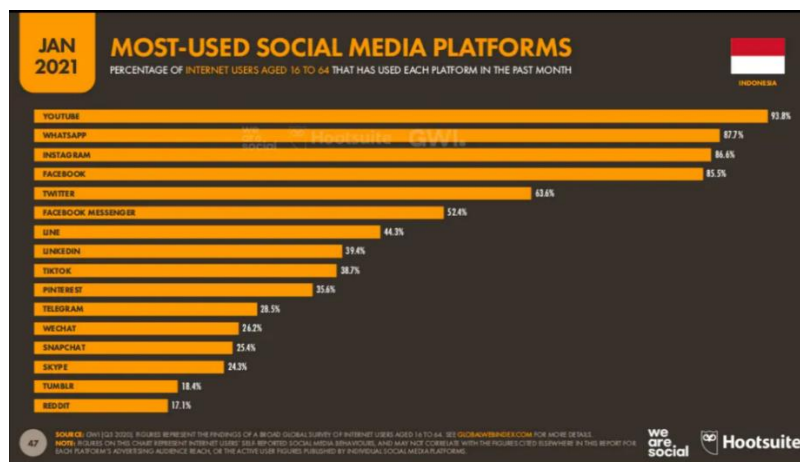
Grafik 1.3
Grafik Pengaruh Manusia Terhadap Temperatur Bumi
Sumber: BBC News Indonesia

Berdasarkan laporan dari *Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC)* bahwa ulah manusia telah meningkatkan suhu baik di atmosfer, lautan dan daratan. Pemanasan global ini berdampak pada perubahan iklim, mencairnya es di kutub, dan banjir (McGrath, 2021). Meningkatnya pemanasan global ini akan mengakibatkan perubahan iklim (*climate change*).

2. Platform *zero waste* pertama di Indonesia

Zero Waste Indonesia (ZWID) menjadi platform pertama di Indonesia yang memperkenalkan gaya hidup ramah lingkungan. ZWID berperan aktif untuk menyadarkan pentingnya pola pikir yang bijaksana dalam mengelola sampah dengan mengimplementasikan 6R (*Rethink, Refuse, Reduce, Reuse, Recycle, and Rot*). Selain itu ZWID mempunyai tiga tujuan sebagai sarana informasi, edukasi, dan kolaborasi. Selain aktif di media sosial instagram ZWID juga aktif di Youtube dan Website. ZWID selain menyediakan informasi mengenai gaya hidup ramah lingkungan, ZWID juga memiliki *tool online* yang menyediakan barang maupun perlengkapan yang ramah lingkungan.

3. Instagram sebagai media sosial yang terbanyak digunakan



Gambar 1. 2
Tingkat Penggunaan Media Sosial di Indonesia
Sumber: Hootsuite

Telah dijelaskan sebelumnya bahwa penggunaan media sosial khususnya instagram menjadi terbanyak ketiga di Indonesia. Berdasarkan data dari *hootsuite* peringkat pertama media sosial yang digunakan paling banyak yaitu Youtube, lalu Whatsapp, dan ketiga Instagram.

Penggunaan media sosial sangat dibutuhkan bagi seseorang untuk menjadi salah satu sumber informasi. Adapun kebutuhan yang dimaksud menurut Katz, Gurevitch dan Haas (Prihatiningsih, 2017), yaitu:

- 1) Kebutuhan kognitif, kebutuhan didasarkan pada kebutuhan untuk memperoleh atau menambah informasi.
- 2) Kebutuhan afektif, kebutuhan berdasarkan pemenuhan pengalaman-pengalaman emosional.
- 3) Kebutuhan integrasi personal, pemenuhan untuk stabilitas, status individu, dan kepercayaan.
- 4) Kebutuhan integrasi sosial, kebutuhan ini untuk memperkuat hubungan dengan seseorang atau kelompok lainnya.
- 5) Kebutuhan berkhayal, kebutuhan untuk pengalihan diri dengan mencari hiburan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pembahasan pada latar belakang, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini ialah bagaimana pengaruh konten instagram @zerowaste.id_official terhadap perilaku *green practice*?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui pengaruh kampanye lingkungan pada konten instagram @zerowaste.id_official terhadap perilaku *green practice*.

1.4 Manfaat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis dan praktis. Adapun manfaat tersebut sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

- 1) Penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu khususnya pada bidang komunikasi.
- 2) Menjadi sumber informasi bagi penelitian selanjutnya mengenai fenomena yang sama.

1.4.2 Manfaat Praktis

- 1) Peneliti berharap penelitian ini akan memberikan wawasan kepada pembaca mengenai komunikasi khususnya mengenai komunikasi yang dimanfaatkan untuk bidang lingkungan.
- 2) Penelitian ini bermanfaat sebagai referensi bagi mahasiswa/i jurusan ilmu komunikasi.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Bungin, Burhan. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Cangara, Hafied. (2013). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Creswell, John W. (2016). *Research Design*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Djaali. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bumi Aksara.
- Flor, A. G. dan H. C. (2018). *Komunikasi Lingkungan Penanganan Kasus-Kasus Lingkungan Melalui Strategi Komunikasi*. Prenadamedia Group.
- Jakaria, Yaya. (2015). *Mengolah Data Penelitian Kuantitatif Dengan SPSS*. Jakarta: Alfabeta.
- Kadarisman, A. (2019). *Komunikasi Lingkungan*. PT Remaja Rosdarya Offset.
- Krisyantono, Rachmat. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Liliweri, Alo. (2011). *Komunikasi: Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana.
- Littlejohn, S. W. dan K. A. F. (2012). *Teori komunikasi : Theories of Human Communication* (9th ed.). Salemba Humanika.
- Littlejohn, S. W. dan Karen A. Foss. (2016). *Ensiklopedia Teori Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- McQuali, Dennis. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba.

Perloff, R. M. (2017). *The Dynamics of Persuasion Communication And Attitudes In The 21st Century* (6th ed.).

Rakhmat, Jalaluddin, dan Idi Subandy Ibrahim. (2019). *Metode Penelitian Komunikasi*. Yogyakarta: Simbiosis Rekatama Media.

Ruliana, Poppy dan Puji Lestari. (2019). *Teori Komunikasi*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Bandung: Alfabeta.

Syahrum dan Salim. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Citapustaka Media.

Turner, Lynn H. (2017). *Pengantar Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.

Venus, Antar. (2012). *Manajemen Kampanye*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Yenrizal. (2017). *Lestarian Bumi Dengan Komunikasi Lingkungan*. Yogyakarta: Deepublish.

Jurnal:

Badan Pusat Statistik. (n.d.). *Proyeksi Penduduk menurut Provinsi, 2010-2035 (Ribuan)*. Retrieved October 25, 2021, from <https://www.bps.go.id/statictable/2014/02/18/1274/proyeksi-penduduk-menurut-provinsi-2010---2035.html>

BBC. (2021, October 11). Perubahan iklim: Apa itu COP26, mengapa ini pertemuan penting dan apa saja hasil yang diharapkan? *Bbc.Com*. <https://www.bbc.com/indonesia/dunia-58841496>

- databoks. (2016, September 7). *Indonesia Penghasil Sampah Laut Terbesar Kedua di Dunia*. Databoks.Katadata.Co.Id.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2016/09/07/negara-pencemar-sampah-plastik-ke-laut>
- Demi Bumi. (n.d.). *demibumi*. Retrieved February 26, 2022, from <https://demibumi.id/>
- Fitriani, Y. (2017). Analisis Pemanfaatan Berbagai Media Sosial Sebagai Sarana Penyebaran Informasi Bagi Masyarakat. *Komputer Dan Informatika*, 19.
<https://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/paradigma/article/view/2120>
- Greenpeace. (n.d.). *Greenpeace*. Retrieved February 26, 2022, from <https://www.greenpeace.org/indonesia/>
- Hootsuite. (2021, February 11). *Digital 2021 : Indonesia*. Hootsuite.Com.
- Intan, G. (2021, October 29). Jelang COP26, Jokowi Tegaskan Komitmen Indonesia Atasi Krisis Iklim. *Voaindonesia.Com*.
<https://www.voaindonesia.com/a/jelang-cop-26-jokowi-tegaskan-komitmen-indonesia-atasi-krisis-iklim/6290922.html>
- Juliana, Amelda Pramezwary, Arifin Djakasaputra, Jessica Novia Widjaja, & Jessica Virgiana Wijaya. (2021). Analisis Environmental Awareness Value dan Green Practice Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Sosiohumaniora Kodepena*, 2, 89–101.
<http://jsk.kodepena.org/index.php/jsk/article/view/50/49>
- Kaha, K. (2020, August 9). *YPTB:11 tahun kasus pencemaran Laut Timor belum ada tindak lanjut*.

<https://www.antaraneews.com/berita/1658254/yptb11-tahun-kasus-pencemaran-laut-timor-belum-ada-tindak-lanjut>

Kurniawan, R. (2021, November 1). Transportasi Penyumbang Utama Polusi Udara di Jakarta. *Kompas.Com*.
<https://otomotif.kompas.com/read/2021/11/01/171200015/sektor-transportasi-penyumbang-utama-polusi-udara-di-jakarta>

Mardatila, A. (2020, November 9). Enam Manfaat Daur Ulang untuk Lingkungan dan Ekonomi, Kurangi Polusi Hingga Hemat Uang. *Merdeka.Com*. <https://www.merdeka.com/sumut/6-manfaat-daur-ulang-untuk-lingkungan-dan-ekonomi-kurangi-polusi-hingga-hemat-uang-kln.html>

McGrath, M. (2021, August 10). *Perubahan iklim: Suhu terpanas dalam sejarah, gelombang panas lebih intens, laporan IPCC berisi 'kode merah bagi umat manusia.'* BBC News Indonesia.
<https://www.bbc.com/indonesia/dunia-58146664>

Mubin, M. A. (2021). Pengaruh Pesan Kampanye Komunitas Earth Hour Surabaya Terhadap Perubahan Perilaku Ramah Lingkungan Anak Muda Di Kota Surabaya. *The Commecium*, 4, 155–164.

Nailufar, N. N. (2022, January 14). Mengapa Kita Memerlukan Energi Alternatif. *Kompas.Com*.
<https://www.kompas.com/skola/read/2020/05/18/100000569/mengapa-kita-memerlukan-energi-alternatif>

Nurhayati, D. Y. D. M. M. (2020). Persepsi dan Strategi Adaptasi Masyarakat Terhadap Perubahan Iklim di Kawasan Asia Tenggara. *Jurnal Proteksi : Jurnal Lingkungan Berkelanjutan*, 1.

- Pratiwi, I. S. (2021). Faktor Yang Memengaruhi Perilaku Peduli Lingkungan: Pengempangan Model Menggunakan Theory Of Planned Behaviour dan Norm Activation Model. *Indonesia Journal of Environmental Education and Management*, 6. <http://journal.unj.ac.id/unj/index.php/ijeem/article/view/16420/11071>
- Prihatiningsih, W. (2017). Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Remaja. *Jurnal Communication*, 8.
- Pusparisa, Y. (2021, May 21). *Tiap Warga Indonesia Hasilkan Sembilan Kilogram Sampah Plastik Sekali Pakai*. Databoks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/05/21/mayoritas-negara-asia-tenggara-penghasil-sampah-plastik-sekali-pakai-terbesar>
- PUSPENSOS. (2021, March 31). *Mengenal Perubahan Perilaku Manusia*. Puspensos.Kemensos.Go.Ig. <https://puspensos.kemensos.go.id/mengenal-perubahan-perilaku-manusia>
- Putra, D. F. (2017). Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Peduli Lingkungan Masyarakat Pesisir (Studi Kasus Desa Jenu Kabupaten Tuban). *Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Geografi*, 2. <https://ejournal.unikama.ac.id/index.php/JPIG/article/view/3501/2231>
- Ratnasari, E. (2020). Penggunaan Message Appeals dalam Strategi Pesan Kampanye Anti Kekerasan Berbasis Gender Online. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18, 352–370.
- Rohman, A. (2021, August 10). *Dampak Covid-19 terhadap Kualitas Lingkungan di Berbagai Penjuru Dunia*. <Http://Enviro.Teknik.Unej.Ac.Id/>.

<http://enviro.teknik.unej.ac.id/dampak-covid-19-terhadap-kualitas-lingkungan-di-berbagai-penjuru-dunia/>

Schubert, F. (2008). *Exploring And Predicting Consumers' Attitudes And Behaviours Towards Green Restaurants*.

Siregar, Z. (2018, April 18). *Efisiensi Energi dan Konservasi Energi*. Indonesia Environment & Energy Center (IEC). <https://environment-indonesia.com/efisiensi-energi/>

Syahdi, N. (2016). Pengaruh Terpaan Mobile Advertising Berupa SMS (Short Message Service) Operator Kartu AS Terhadap Sikap Pengguna Telepon Seluler Di Lingkungan Mahasiswa. *JOM FISIP*, 3.

Thendean, C. K., Meliana, & Agung Harianto. (2020). Pengaruh Persepsi Praktik Hijau (Perception Of Green Practice) Starbucks Coffee Terhadap Intensi Berperilaku Ekologis Pelanggan. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 8. <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-perhotelan/article/view/9904>

Umniyati, N., Purwanti Hadisiwi, & Jenny Ratna Suminar. (2017). Pengaruh Terpaan Informasi Riset Melalui Website www.ppet.lipi.go.id Terhadap Sikap Mahasiswa Mengenai Penelitian. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 5, 111–120. <http://jurnal.unpad.ac.id/jkk/article/view/9076>

Waste4change. (n.d.). *Waste4change*. Retrieved February 26, 2022, from <https://waste4change.com/?lang=id>

Watie, E. D. S. (2011). Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media). *Jurnal The Messenger*, 3. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.26623/themessenger.v3i2.270>

Zero Waste Indonesia. (n.d.). *Zero Waste Indonesia*. Retrieved February 26, 2022, from Zero Waste Indonesia