

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada kesehariannya setiap manusia melakukan proses komunikasi baik dengan komunikasi langsung maupun tidak langsung atau melalui media seperti media massa. Media massa merupakan salah satu media yang digunakan masyarakat untuk memperoleh segala informasi yang dibutuhkannya, di mana proses komunikasi akan mempengaruhi aspek-aspek yang ada di dalam diri manusia, contohnya yaitu motivasi.

Media massa juga dapat digunakan untuk memotivasi orang lain agar orang-orang tergerak untuk melakukan apa yang disampaikan oleh media massa itu sendiri.

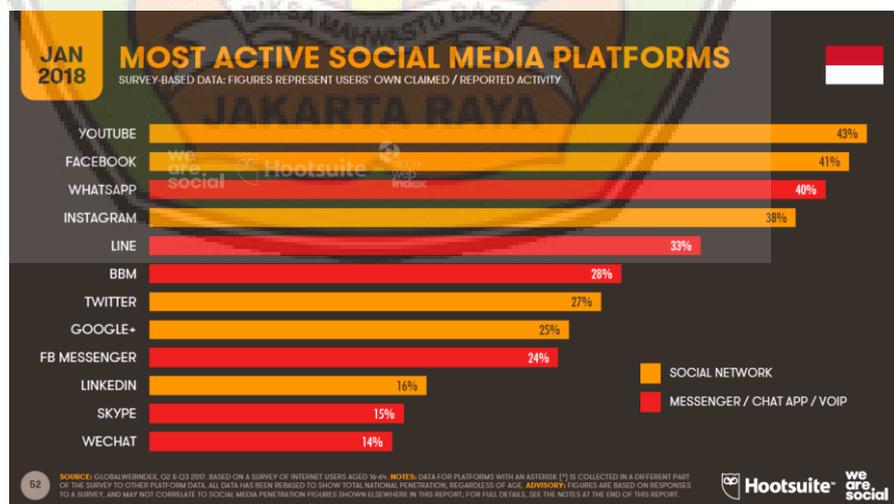
Sammy Stein (2009) menyatakan bahwa motivasi mempengaruhi persepsi, persepsi mempengaruhi perilaku konsumen dalam banyak cara. Motivasi yang pesannya berisi sebuah produk, pada awalnya bisa ditujukan kepada lingkungan keluarga, para tetangga, sahabat serta kenalan, atau tokoh yang berpengaruh sehingga dapat meneruskan pesan tersebut kepada para konsumen, baru kemudian memanfaatkan media massa kepada lebih banyak orang (Liliweri, 2017: 235).

Saat ini, manusia dapat memperoleh informasi dari berbagai sumber media, salah satunya ialah media baru. Menurut Vivian (dalam Panuju, 2018: 123)) media baru merupakan bagian dari media massa industri bersama dengan media cetak, media auditif, serta media gambar bergerak. Selain itu media baru memiliki berbagai macam jenis, salah satunya yaitu media sosial. Media sosial merupakan sebuah media yang banyak digunakan oleh masyarakat. Berdasarkan data yang dikeluarkan pada tahun 2018 oleh *We Are Social*, sekitar 130 juta orang Indonesia aktif dalam menggunakan media sosial. Lalu, dari data tersebut diketahui bahwa waktu yang dihabiskan dalam menggunakan media sosial lebih dari tiga jam 23 menit (Detik.com, 2018).

Banyak hal yang dapat dilakukan ketika seseorang menggunakan media sosial, seperti *chatting* atau obrolan teks, berbagi foto maupun video. Selain itu media sosial juga dapat digunakan untuk mencari berbagai macam informasi, mulai dari mengenai politik, sosial, budaya, ekonomi, bisnis dan hal-hal lainnya.

Liliweri (2017: 289-290) menyatakan bahwa kehadiran media sosial dapat membuat seseorang dengan orang lainnya berbagi perspektif, wawasan, pengalaman, serta opini melalui *Blog*, *Wiki*, papan pesan, juga video. Lalu, ia menambahkan bahwa saat ini hampir semua orang berpartisipasi dalam menggunakan media sosial, baik itu hanya bertukar surat elektronik atau *e-mail*, menggunakan fitur obrolan atau mengunggah foto, serta bertukar musik.

Selain banyak pengguna media sosial, serta tersedianya berbagai fitur yang ada, media sosial memiliki beberapa platform, diantaranya yaitu Instagram, Facebook, Twitter, Whatsapp, Youtube, dan sebagainya. Pada beberapa platform tersebut masing-masing memiliki karakteristik tersendiri yang membuat sebuah platform memiliki banyak peminatnya. Berikut hasil penelitian dari We Are Social bersama dengan Hootsuite mengenai data terkait dengan banyaknya media sosial yang digunakan oleh masyarakat Indonesia



Gambar 1.1 Data Banyaknya Pengguna Platform Sosial Media

Sumber: wearesocial.com

Pada penelitian ini penulis memfokuskan penelitian dari salah satu *platform*, yaitu Instagram. Menurut data dari situs katadata pengguna Instagram di Indonesia

berjumlah sekitar 53 juta orang (katadata.co.id, 2019). Pada 53 juta orang tersebut banyak informasi yang diberikan serta diterima oleh orang lain, mulai dari informasi mengenai, gaya hidup, lingkungan, sosial, politik, budaya, dan sebagainya. penulis memilih Instagram dalam penelitian ini, karena pada beberapa media sosial seperti facebook, youtube, twitter, dan lainnya tidak ada akun yang aktif memberikan informasi serta wadah diskusi mengenai permasalahan yang penulis angkat dalam penelitian ini.

Lalu, penulis menemukan beberapa akun Instagram, diantaranya yaitu @pulauplastik, @sustaination, @trashheroindonesia, @sayapilihbumi, @zerowaste.id_official, dan sebagainya yang mengajak para pengikutnya agar mengurangi sampah, khususnya penggunaan plastik di setiap aktivitasnya. Salah satu akun Instagram yaitu @zerowaste.id_official ialah akun yang berisi tentang gaya hidup tanpa limbah ini memiliki pengikut lebih dari 40 ribu orang. Gaya hidup yang disebarkan oleh akun ini diantaranya, yaitu mengurangi penggunaan plastik serta memberikan alternatif lain agar tidak menggunakan plastik, seperti pengganti dari kantong plastik yaitu kantong yang berbahan talas atau *telobag*, tas kain atau *goodie bag*, tas berbentuk jaring-jaring, serta tas yang dibuat dari baju atau kaos bekas.

Kelebihan dari tas tersebut ialah untuk *telobag* lebih ramah lingkungan dan mudah terurai oleh tanah, serta alternatif yang lain dapat digunakan secara terus menerus dengan cara mencucinya kembali jika tas dirasa kotor. Lalu, pengikut akun instagram @zerowaste.id_official diharapkan dapat termotivasi untuk menggunakan *telobag*, tas kain maupun tas berjaring. Hal tersebut tentunya berguna untuk mengurangi penggunaan kantong plastik sekali pakai. Alasan penulis memilih akun Instagram zerowaste.id_official adalah karena akun ini aktif dalam memberikan tips-tips untuk mengurangi sampah hingga mengajak pengikutnya untuk tidak menghasilkan sampah satupun, termasuk sampah kantong plastik, serta akun ini juga aktif berdiskusi dengan para pengikutnya.

Menurut *World Health Organization* (WHO) sampah adalah sesuatu yang tidak digunakan, tidak dipakai, tidak disenangi atau sesuatu yang dibuang berasal dari kegiatan manusia dan tidak terjadi dengan sendirinya (Fadhilah, Hadi, dkk,

2011). Sampah pada umumnya terbagi menjadi dua, yaitu sampah organik dan sampah anorganik. Sampah organik ialah sampah yang mudah terurai oleh tanah, contohnya yaitu kotoran hewan, daun, sisa makanan dan sebagainya. Sedangkan sampah anorganik adalah sampah yang sulit terurai oleh tanah, salah satunya yaitu sampah berbahan plastik. Walaupun sampah plastik sulit terurai oleh tanah, masyarakat pada umumnya sudah bergantung pada penggunaan plastik. Plastik yang banyak digunakan masyarakat yaitu mulai dari kantong kresek, sedotan, gelas, hingga kemasan-kemasan produk yang menggunakan bahan plastik.

Situs Kompas.com menjelaskan bahwa Kota Bekasi menghasilkan sekitar 700 ton sampah plastik dari total 1890 ton perhari. Hal ini dinyatakan oleh Kepala Bidang Penataan dan Peningkatan Kapasitas Lingkungan Hidup Dinas Lingkungan Hidup Kota Bekasi, Ferdinan (Kompas.com, 2019). Lalu, banyaknya jumlah sampah plastik yang ada di daerah Bekasi tidak sejalan dengan Peraturan Walikota Bekasi No. 21 tahun 2016 mengenai pengurangan penggunaan kantong plastik Bekasi. Peraturan Walikota tersebut juga telah disempurnakan oleh Peraturan Walikota No. 61 Tahun 2018 tentang upaya pengurangan kantong plastik. Kedua Perwal tersebut berisi himbauan untuk masyarakat Kota Bekasi serta pelaku usaha yang ada di Kota Bekasi agar mengurangi penggunaan kantong plastik dalam kegiatan sehari-hari.

Jika dilihat lebih spesifik, salah satu sampah plastik terbanyak ialah kantong plastik. Susi Pudjiastuti, Menteri Kelautan dan Perikanan, menyampaikan data mengenai sampah plastik berdasarkan data yang didapatkan dari Asosiasi Industri Plastik Indonesia (INAPLAS) dan Badan Pusat Statistik (BPS), Indonesia menghasilkan sampah plastik sebanyak 64 juta ton pertahun, dimana 3,2 juta ton adalah sampah plastik yang dibuang ke laut. Lalu, sekitar 85 ribu ton atau 10 milyar lembar pertahun sampah kantong plastik terbuang ke lingkungan sekitar (Kompas.com, 2018).

Peneliti mengambil fokus pada sampah kantong plastik karena kantong plastik tersebut mudah ditemui sehingga mengkhawatirkan karena jumlahnya banyak dan juga termasuk ke dalam sampah yang sulit terurai. Selain itu, jika informasi mengenai pengurangan penggunaan kantong plastik hanya dihiraukan

saja, maka sampah kantong plastik akan memiliki kemungkinan untuk bertambah setiap tahunnya. Lalu, bahaya yang disebabkan oleh kantong plastik diantaranya yaitu pencemaran udara dan gangguan pernapasan bagi manusia, memicu perubahan iklim, dan lingkungan tercemar (GenPI.co, 2019)

Berdasarkan permasalahan tersebut, penulis ingin melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Akun Instagram @zerowaste.id_official Terhadap Motivasi Mengurangi Penggunaan Kantong Plastik (Studi Kuantitatif pada followers akun instagram @zerowaste.id_official di Kota Bekasi)”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, penulis memfokuskan penelitian pada seberapa besar pengaruh akun instagram @zerowaste.id_official terhadap motivasi mengurangi penggunaan kantong plastik.

1.3. Identifikasi Masalah

Peneliti mengidentifikasi permasalahan yang ada pada latar belakang di atas, yaitu:

1. Seberapa besar pengaruh akun Instagram @zerowaste.id_official terhadap motivasi mengurangi penggunaan kantong plastik

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian diatas, tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh akun instagram @zerowaste.id_official terhadap motivasi mengurangi penggunaan kantong plastik.

1.5. Kegunaan Penelitian

1.5.1. Kegunaan Teoritis

1. Untuk memberikan kontribusi bagi program studi komunikasi, khususnya pada kajian media sosial

2. Sebagai referensi bagi para peneliti yang akan melakukan penelitian sejenis

1.5.2. Kegunaan Praktis

1. Sebagai gambaran untuk menjelaskan tentang pengaruh akun Instagram @zerowaste.id_official terhadap pengikutnya
2. Memberikan informasi untuk mengganti penggunaan kantong plastik dengan alternatif lain

