BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era digital saat ini, media sosial telah berkembang menjadi salah satu sarana utama dalam menyuarakan isu-isu khususnya tentang lingkungan. Pandangan masyarakat mengenai pengetahuan kesadaran terhadap masalah lingkungan mendorong beberapa perusahaan lokal berupaya memberikan edukasi melalui pesan-pesan komunikasi lingkungan hidup berkelanjutan untuk disebarluaskan. Kampanye melalui media digital telah menjangkau khalayak luas dengan cepat dan memungkinkan terjadinya interaksi antara pengirim pesan dan khalayak.

Salah satu media sosial yang aktif dalam mengkampanyekan isu-isu lingkungan hidup adalah akun Instagram @telobagindo. Dalam beberapa unggahannya Telobag sering menampilkan konten yang menggabungkan pesan-pesan lingkungan dengan visual, narasi, dan ajakan bertindak. Namun, beberapa komentar yang muncul pada setiap postingan tersebut terdapat beragam tanggapan atau respon dari para pengikutnya maupun khalayak. Tanggapan tersebut berupa menerima informasi yang disampaikan hingga mempertanyakan kembali ke efektifannya dengan prespektif yang berbeda. Perbedaan ini menunjukkan bahwa pesan-pesan yang disampaikan tidak selalu diterima secara beragam oleh khalayak.

Fenomena ini menunjukkan dalam proses komunikasi lingkungan yang tidak bersifat satu arah. Dalam lingkup kampanye lingkungan hidup, terutama yang menggunakan media sosial seperti Instagram, pesan dapat di maknai ulang oleh khalayak sesuai dengan latar belakang sosial, budaya, dan pengalaman pribadi masing-masing. Proses ini menjadikan komunikasi lingkungan lebih kompleks dan memiliki negosiasi makna didalamnya. Terutama ketika isu lingkungan berkaitan erat dengan aspek gaya hidup, ekonomi, dan kebijakan, maka interpretasi publik terhadap pesan yang disampaikan dapat menjadi sangat beragam.

Berkaitan dengan konsep keberlanjutan, beberapa tanggapan tersebut menggambarkan sejauh mana publik dalam memahami dan merespon informasi tersebut untuk terlibat dalam pembangunan berkelanjutan. Keberlanjutan bukan

Pemaknaan Followers.., Prastanti Septiana Wati, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

hanya tentang menjaga alam, melainkan juga membangun masyarakat untuk bisa memahami sistem sosial dan ekonomi yang tidak merusak lingkungan. Kampanye seperti yang dilakukan oleh Telobag Indonesia mencoba untuk mendorong perubahan perilaku konsumsi, maka komunikasi tersebut berada dalam ruang interaksi antara kesadaran individu dan publik yang lebih besar.

Dalam konteks ini, media sosial menjadi saran apenting untuk membentuk opini publik, membangun kesadaran, dan mendorong aksi nyata. Namun efektivitasnya tidak dapat ditentukan dari seberapa sering pesan disampaikan, namun juga dari bagaimana pesan tersebut diterima, dipahami, dan dimaknai oleh khalayak. Pemilihan bahasa dan tema penyampaian menjadi faktor utama dalam menentukan sejauh mana pesan mampu menyentuh emosi, kesadaran, dan untuk mendorong perubahan sikap serta tindakan nyata dari para khalayak.

Berdasarkan pengamatan peneliti, fenomena yang akan diangkat adalah proses mengetahui pemaknaan dari komentar-komentar para *followers* mengenai tanggapan mereka terhadap postingan terkait pesan-pesan komunikasi lingkungan hidup berkelanjutan. Observasi awal menunjukkan bahwa meskipun jumlah pengikut akun @telobagindo cukup besar, namun tingkat keterlibatan seperti komentar masih tergolong rendah dan kurang aktif dalam menanggapi postingan tersebut.

Fenomena pemanfaatan media sosial sebagai sumber informasi semakin terlihat dimasyarakat, terutama dalam konteks isu-isu lingkungan. Topik seperti perubahan iklim, polusi, peningkatan sampah plastik, penggunaan energi secara berlebihan, hingga kurangnya pelestarian keanekaragaman hayati sering kali menjadi perbincangan yang ramai dimedia sosial. Melalui platform seperti Instagram, beberapa akun dapat membagikan informasi dan kampanye lingkungannya untuk meningkatkan kesadaran masyarakat. Namun, jika melihat tanggapan masyarakat melalui kolom komentar disetiap unggahan terkait isu lingkungan, terdapat beragam respon yang menunjukkan perbedaan sudut pandang dalam menanggapi postingan, seperti respon antusias dengan mendukung hingga memiliki interpretasi pribadi terhadap isu yang sedang diamati.

Dalam penelitian ini, proses pemaknaan pesan yang dilakukan oleh *followers* dapat dianalisis melalui teori resepsi Stuart Hall. Menurut Hall, khalayak tidak pasif menerima pesan, melainkan aktif dalam menginterpretasikannya melalui tiga posisi, yaitu posisi dominan, posisi negosiasi, dan posisi oposisi. Melalui analisis ini, komentar-komentar pengikut akun Telobag Indonesia dapat ditafsirkan sebagai bentuk resepsi yang menunjukkan keberagaman pemaknaan terhadap pesan kampanye lingkungan tersebut. Hal ini penting untuk dipahami agar strategi komunikasi yang digunakan dapat lebih efektif dalam mendorong partisipasi masyarakat untuk menuju keberlajutan lingkungan hidup.

Analisis resepsi adalah suatu proses pemaknaan dan pemahaman khalayak terhadap suatu pesan lingkungan yang disampaikan. Resepsi dilakukan untuk mengetahui sejauh mana *followers* menginterpretasikan makna terhadap pesan lingkungan tersebut, serta untuk mengevaluasi apakah pesan lingkungan yang disampaikan berhasil atau tidak. Dalam analisis resepsi ini, akan diketahui tentang tingkat pemahaman para *followers* dan respon mereka terhadap pesan yang disampaikan, serta faktor-faktor yang mempengaruhi cara mereka dalam menafsirkan informasi tersebut.

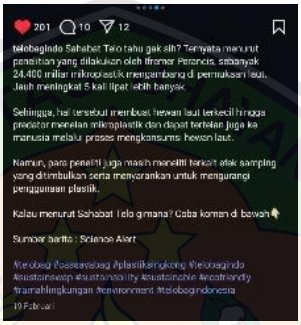
Hal ini menunjukkan bahwa meskipun media sosial efektif dalam menjangkau khalayak luas, tantangan dalam menyampaikan pesan secara tetap masih dapat dilakukan. Oleh karena itu, akun-akun yang bergerak dibidang peningkatan lingkungan seperti @telobagindo memiliki peran penting untuk menyampaikan konten yang berbasis data dan mencantumkan sumber yang jelas. Dengan begitu, masyarakat dapat menerima informasi akurat dan lebih termotivasi untuk berpartisipasi dalam menjaga kelestarian lingkungan.


telobagindo
SEKITAR 24.400 MILIAR MIKROPLASTIK MENGAMBANG DI PERMUKAAN LAUT
READ MORE


telobagindo
Menurut sebuah studi, sekitar 24.400 miliar mikroplastik mengambang di permukaan laut dan menyerap masuk pada organisme laut, mulai dari mikroalga hingga predator teratas seperti ikan dan beliut.
Sehingga fenomena ini tidak hanya mengancam ekosistem laut, tetapi juga menimbulkan kekhawatiran tentang potensi risiko terhadap kesehatan manusia. Dan prosesnya dikenal sebagai bioakumulasi.
Mikroplastik yang tertelan tersebut dapat memberikan efek toksik pada hewan laut yang tercemar.


telobagindo
Misalnya pada kerang yang dapat memblokir sistem pencernaan, mengaktifkan respon kekebalan tubuh, menyebabkan kerusakan DNA, dan berbagai fungsi organ tubuh kerang. Namun, tingkat keparahan efek ini tergantung ukuran, komposisi, tingkat pengaplikasian, dan bahan kimia berbahaya yang mungkin dikandungnya.
Plastik yang tertelan oleh hewan laut pasti akan masuk ke dalam pencernaan manusia kita. Peneliti menunjukkan bahwa mikroplastik dan nanoplastik dapat mengganggu fungsi sel manusia dengan cara yang mirip dengan efek yang terlihat pada organisme laut.


telobagindo
Peneliti juga prihatin terhadap dampak yang ditimbulkan karena partikel plastik dapat berlindas sebagai pembawa patogen atau bakteri yang berpotensi meningkatkan risiko penyakit menular.
Meskipun demikian, penelitian masih terus dilakukan untuk mempelajari efek dari mikroplastik yang masuk ke dalam tubuh manusia yang berasal dari hewan laut.
Peneliti menyarankan untuk mengurangi penggunaan plastik untuk meminimalkan kelanjutannya yang berpengaruh terhadap kesehatan manusia.


201 10 12
telobagindo Sahabat Telo tahu gak sih? Ternyata menurut penelitian yang dilakukan oleh ilmuwan Perancis, sebanyak 24.400 miliar mikroplastik mengambang di permukaan laut. Jauh meningkat 5 kali lipat lebih banyak.
Sehingga, hal tersebut membuat hewan laut terkecil hingga predator menelan mikroplastik dan dapat tertelan juga ke manusia melalui proses mengkonsumsi hewan laut.
Namun, para peneliti juga masih meneliti terkait efek samping yang ditimbulkan serta menyarankan untuk mengurangi penggunaan plastik.
Kalau menurut Sahabat Telo gimana? Coba komen di bawah
Sumber berita : Science Alert
#telobag #cassavabag #plastiksingkong #telobagindo #sustainswap #sustainability #sustainable #ecofriendly #ramahlingkungan #environment #telobagindonesia
19 Februari

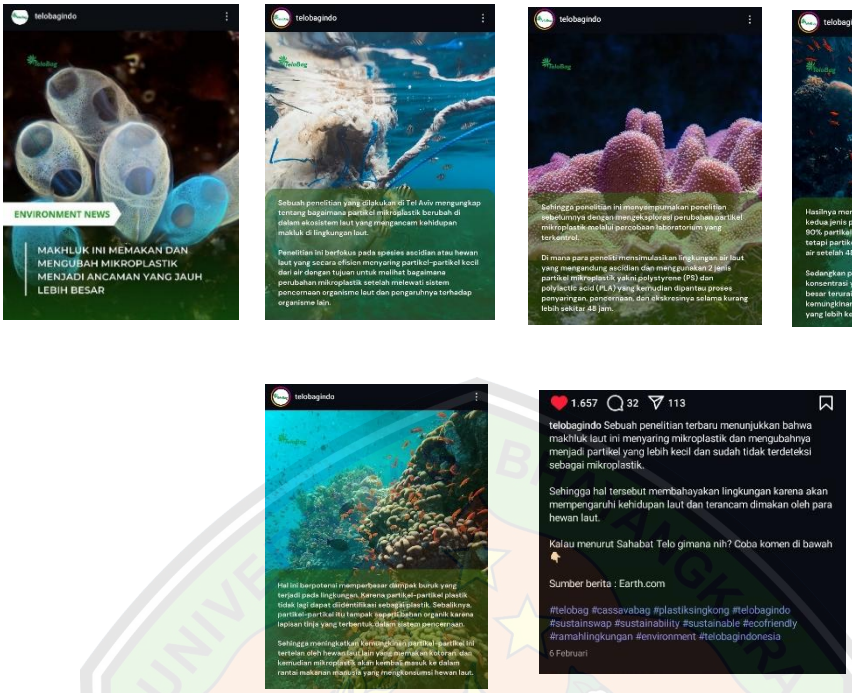

telobagindo
ENVIRONMENT NEWS
MIRIS! HANYA 39% SAMPAH DI INDONESIA YANG SUDAH DIKELOLA DENGAN BAIK
READ MORE >>


telobagindo
Menteri Lingkungan Hidup mengatakan bahwa pada tahun 2024, masih ada sekitar 38% sampah global yang belum terkelola dengan baik, sehingga mengakibatkan perubahan iklim, hilangnya keanekaragaman hayati, dan pencemaran sampah.
Sedangkan di Indonesia sendiri, baru sebanyak 39% persen atau 56,63 juta sampah yang terkelola dengan baik. Sehingga masih sekitar 60% sampah belum terkelola dengan baik di Indonesia.


telobagindo
Data juga menunjukkan, dari 550 TPA di Indonesia, lebih dari 306 lebih TPA masih dioperasionalkan secara open dumping yang sebelumnya tidak diperkenankan UU No 18 Tahun 2008 atau sekitar 54,40% TPA belum memenuhi standar.
Persoalan sampah di Indonesia semakin kompleks akibat lonjakan jumlah penduduk dan aktivitas manusia yang tidak ramah sampah, sehingga menimbulkan timbunan sampah yang semakin meningkat.


telobagindo
Akibatnya pencemaran lingkungan semakin merajalela, mulai dari pencemaran air, tanah, udara, dan menimbulkan permasalahan kesehatan yang cukup serius di masyarakat.
Sehingga diperlukan kebijakan yang serius dalam menangani sampah, khususnya yang akan dikelola di tempat pembuangan akhir agar tidak menimbulkan kerusakan yang semakin parah. Dan diperlukan peningkatan kesadaran di masyarakat sendiri untuk mengelola sampah di rumah dengan baik dan benar.


779 13 58
telobagindo Sahabat Telo tau gak? Ternyata sampah di Indonesia baru 39% yang terkelola dengan baik. Hal ini berarti, hanya sekitar 56,63 juta ton sampah yang sudah terkelola.
Jumlah tersebut tentu belum maksimal karena semakin banyaknya sampah yang menumpuk akibat kepadatan penduduk dan aktivitas manusia.
Menurut Sahabat Telo gimana nih? Kira-kira apa langkah efektif yang bisa dilakukan untuk mengelola sampah? Coba komen di bawah yuk
Sumber berita : CNN Indonesia
#telobag #cassavabag #plastiksingkong #telobagindo #sustainswap #sustainability #sustainable #ecofriendly #ramahlingkungan #environment #telobagindonesia
7 Januari



Gambar 1. 1 Postingan Informasi Tentang Komunikasi Lingkungan

(Sumber gambar: Instagram @telobagindo)

Telobag Indonesia aktif memberikan edukasi kepada pengikutnya tentang isu-isu lingkungan melalui postingan yang berisi informasi dan edukasi. Materi edukasi disampaikan dalam bentuk postingan yang terdiri dari 2 hingga 5 foto yang saling melengkapi, sehingga memberikan pemahaman yang lebih komprehensif. Dengan memberikan informasi mengenai dampak negatif dari penggunaan plastik konvensional dalam kehidupan sehari-hari, Telobag Indonesia berupaya untuk meningkatkan kesadaran tentang pentingnya beralih ke produk yang lebih ramah lingkungan. Selain itu, Telobag Indonesia juga mengedukasi pengikutnya dengan berbagi tips seputar daur ulang sampah plastik dan pengelolaan limbah, guna menjadikan Instagram sebagai media yang efektif untuk meningkatkan pengetahuan. Melalui langkah ini, Telobag Indonesia berharap dapat memberikan dampak positif yang berkelanjutan bagi lingkungan dan masyarakat.

Disamping itu, alasan peneliti mengambil tiga postingan tersebut karena postingan diatas menyoroti isu-isu lingkungan yang berkaitan dengan pencemaran

ekosistem yang disebabkan oleh sampah plastik. Masalah tersebut mengingatkan individu bahwa mikroplastik sangat mengancam kesehatan manusia dan makhluk hidup lainnya. Dengan menyajikan ketiga postingan ini, diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya mengurangi penggunaan plastik konvensional untuk memberikan dampak positif bagi sebuah lingkungan.



Gambar 1. 2 Komentar dari Postingan Tentang Komunikasi Lingkungan

(Sumber gambar: Instagram @telobagindo)

Dari unggahan postingan terkait kampanye isu-isu lingkungan, terdapat tanggapan pada kolom komentar dari para khalayak untuk menanggapi postingan tersebut. Terlihat bahwa khalayak memberikan berbagai tanggapan yang beragam

sesuai dengan pandangan dan kepedulian mereka terhadap isu lingkungan. Komentar-komentar tersebut muncul menunjukkan bahwa konten yang dibagikan berhasil menarik diskusi dan pertukaran ide yang membangun diantara para khalayak, hal ini menunjukkan kesadaran yang tumbuh mengenai pentingnya gaya hidup yang lebih berkelanjutan.

Telobag hadir sebagai bentuk inisiatif untuk menjawab tantangan terkait isu-isu lingkungan yang semakin memprihatinkan. Penggunaan plastik konvensional yang sulit terurai telah memberikan dampak buruk bagi ekosistem. Telobag memberikan solusi melalui produk ramah lingkungan yang mudah terurai secara alami serta praktis digunakan dalam sehari-hari. Melalui platform Instagram, Telobag tidak hanya berfokus pada promosi produk mereka, tetapi juga secara aktif mengedukasi dan mengajak masyarakat untuk lebih peduli terhadap alam.

Selain akun Instagram Telobag Indonesia, terdapat beberapa akun Instagram lainnya yang juga menyediakan informasi komunikasi lingkungan. Akun-akun ini memiliki peran yang signifikan dalam meningkatkan kesadaran masyarakat tentang isu lingkungan, seperti pengelolaan sampah, perubahan iklim, dan praktik hidup berkelanjutan. Beberapa akun tersebut anatara lain, @sustainableindonesia, @waste4change, dan @siapdarling. Akun tersebut memiliki pendekatan yang berbeda dalam menyampaikan pesan dan mengedukasi masyarakat tentang pentingnya menjaga lingkungan.

Pertama, akun @sustainableindonesia, membahas mengenai lingkungan hidup berkelanjutan, isu-isu lingkungan yang disebabkan oleh kerusakan lingkungan, dan aktif mengadakan kegiatan seperti webinar, seminar, edutrip, dan workshop. Sustainableindonesia bermanfaat sebagai sumber belajar dan berbagi informasi mengenai gaya hidup berkelanjutan. Jika dibandingkan dengan akun @telobagindo, akun ini berfokus untuk memberikan edukasi kampanye dengan beberapa informasi terkait isu-isu lingkungan yang memiliki sumber jelas dan juga memperkenalkan produk plastik yang terbuat dari singkong.

Kedua, akun @waste4change yang membahas tentang edukasi dan kampanye sosial yang berkaitan dengan pengelolaan sampah plastik dan memfasilitasi program-program masyarakat dan industri. Dibandingkan dengan

akun Instagram @telobagindo, meskipun keduanya membahas isu-isu lingkungan, naum @waste4change lebih pada aspek-aspek edukasi dan kampanye, sementara @telobagindo lebih menekankan pada informasi isu-isu lingkungan terkini dan produk yang dapat digunakan oleh masyarakat dan sehari-hari.

Terakhir, akun @siapdarling membahas pentingnya kesadaran dalam membangun hubungan yang lebih baik dengan bumi dan mengajak masyarakat khususnya generasi z untuk peduli dan melestarikan lingkungan. Jika dibandingkan dengan akun Instagram @telobagindo lebih menekankan pada informasi isu-isu lingkungan.

Tabel 1. 1 Akun Instagram Yang Fokus Pada Isu-Isu Lingkungan dan Keberlanjutan

No.	Akun Instagram	Pengikut	Jumlah Postingan	Fokus
1.	@sustainableindonesia	58,7 ribu	1.278	Kegiatan webinar, seminar, edutrip, dan *workshop*
2.	@waste4change	239 ribu	2.336	Edukasi, kampanye, dan kerjasama mitra daur ulang
3.	@siapdarling	57,4 ribu	1.543	Kesadaran dalam peduli dengan bumi
4.	@telobagindo	51,3 ribu	725	Kampanye Isu-isu lingkungan Hidup Berkelanjutan

Sehubungan dengan generasi yang peduli pada konsep keberlanjutan, mayoritas pengikut Instagram Telobag terdiri dari Generasi Y, dan Generasi Z. Generasi Z, yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, berusia antara 08 hingga 23 tahun. Mereka sangat terhubung dengan teknologi dan merupakan pelopor dalam kesadaran lingkungan, mulai dari mengurangi jejak karbon hingga mendukung produk berkelanjutan. Sementara itu, Generasi Milenial atau Y, yang lahir pada

tahun 1981 hingga 1996, saat ini berusia antara 24 hingga 39 tahun, juga telah mendukung gaya hidup berkelanjutan, dengan banyak dari mereka yang memilih untuk membeli produk dari merek yang berkomitmen terhadap keberlanjutan. Dengan demikian, ketiga generasi ini memiliki peran penting dalam mendorong kesadaran dan tindakan yang mendukung keberlanjutan lingkungan.

Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pemaknaan *followers* dari tanggapan mereka yang terdapat pada kampanye yang disampaikan melalui postingan Instagram Telobag Indonesia. Reaksi para pengikut dapat dilihat melalui interaksi seperti komentar yang mereka lakukan pada postingan yang telah peneliti pilih berkaitan dengan informasi tentang komunikasi lingkungan hidup berkelanjutan. Dengan adanya komunikasi yang aktif, para pengikut dapat memberikan tanggapan, berbagi pendapat, dan menyebarkan informasi yang dianggap penting. Respon ini dapat memberikan gambaran tentang keberhasilan konten yang disajikan, apakah mampu menarik perhatian dan meningkatkan kesadaran akan pentingnya menjaga lingkungan.

Komunikasi lingkungan adalah strategi dan teknik komunikasi untuk pengelolaan dan perlindungan lingkungan. Komunikasi lingkungan adalah pertukaran informasi yang disengaja, baik dalam bentuk penegetahuan maupun dalam bentuk kebijakan tentang lingkungan (Alexander & Cangara, 2018). Menurut Meisner 2015 dalam (Kadarisman, 2019) komunikasi lingkungan merupakan komunikasi tentang persoalan lingkungan lingkungan yang mencakup semua bentuk ragam komunikasi antarpribadi, kelompok, publik, organisasi, dan komunikasi yang termediasi membentuk debat sosial tentang isu-isu dan masalah lingkungan, serta hubungan kita dengan alam.

Komunikasi pembangunan adalah proses penyampaian informasi dan pesan yang bertujuan untuk mendorong perubahan perilaku sosial menuju lebih baik, khususnya dalam konteks peningkatan kesadaran terhadap isu-isu lingkungan. Menurut Servaes dan Malikhao (2008) dalam Kartika 2024 tujuan komunikasi pembangunan adalah mendorong pertisipasi aktif masyarakat dalam upaya pembangunan yang berkelanjutan serta mendukung tercapainya tujuan pembangunan berkelanjutan atau *Sustainable Development Goals*/SDGs. Dengan

memanfaatkan media sosial seperti Instagram, kampanye komunikasi pembangunan dapat menjangkau khalayak yang lebih luas dan beragam secara efektif (Kartika, 2024).

Kelestarian lingkungan dan pembangunan keberlanjutan merupakan hal penting yang dapat menjadi tanggung jawab bagi semua lapisan masyarakat. Pada era saat ini, partisipasi kaum muda dan individu yang peduli lingkungan sangat dibutuhkan (GUMANTI, 2025). Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2018, diperkirakan bahwa pada tahun 2024 jumlah penduduk di Indonesia akan mencapai 281,6 juta jiwa. Peningkatan jumlah penduduk ini berpotensi memengaruhi produksi limbah sampah yang tinggi. Selain itu, pertumbuhan sektor industri juga berdampak pada pendapatan rumah tangga, yang berkaitan dengan daya beli dan pola konsumsi masyarakat. Akibatnya, jenis dan jumlah sampah yang dihasilkan akan semakin meningkat, sehingga memerlukan perhatian dan tindakan yang lebih serius dari semua pihak (Apriyani et al., 2020).

Konsep pembangunan berkelanjutan mulai dikenal setelah diterbitkannya laporan oleh Komisi Bruntland, yang dipimpin oleh Perdana Menteri Norwegia, Gro Harlem Brundtland, yang bekerja dari Oktober 1984 hingga Maret 1987. Laporan tersebut menghasilkan sebuah buku "*Our Common Future*" yang diterbitkan oleh *World Commission on Environment and Development* (WECD) pada tahun 1987. Konsep pembangunan berkelanjutan yang diartikan sebagai pembangunan berkelanjutan yang memenuhi kebutuhan akan datang muncul dalam pertemuan bangsa-bangsa di Norwegia yang dipimpin oleh Perdana Menteri Norwegia Gro Harlem Brundtland pada tahun 1987 (Suparmoko, 2020).

Konsep berkelanjutan ini merujuk pada upaya memenuhi kebutuhan para setiap generasi untuk lebih sadar terhadap keberlanjutan. Hal ini mencakup berbagai aspek, mulai dari penggunaan sumber daya alam yang efisien, pengurangan dampak negatif terhadap lingkungan, hingga pengembangan produk yang ramah lingkungan yang dapat didaur ulang. Keberlanjutan juga berhubungan dengan pola konsumsi yang lebih bertanggung jawab dan mendukung kerusakan lingkungan, di mana produk dirancang untuk digunakan lebih lama dan mengurangi limbah. Metode berkelanjutan bertujuan untuk meminimalkan dampak lingkungan

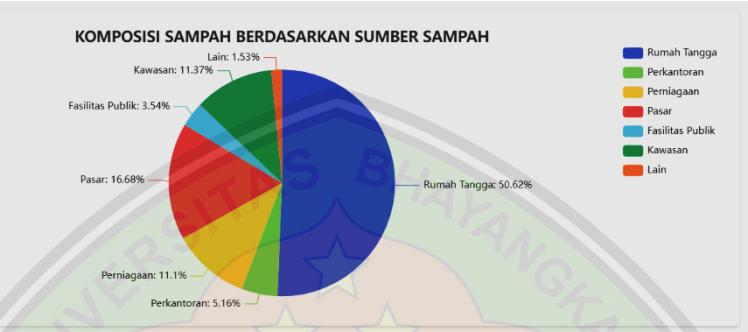
dengan memastikan bahwa sumber daya digunakan secara efisien. Saat ini, prinsip berkelanjutan perlu diterapkan dalam setiap aspek kehidupan, mulai dari penyusunan kebijakan hingga perilaku konsumen individu (Susilo, 2023). Seiring dengan meningkatnya kesadaran akan pentingnya keberlanjutan, perhatian khusus harus diberikan pada salah satu isu paling mendesak saat ini, yaitu pengelolaan sampah plastik.

Salah satu perhatian besar yang muncul adalah penggunaan plastik sekali pakai yang telah mencemari lingkungan, terutama di lautan. Sampah plastik di perairan Indonesia tidak hanya merusak ekosistem dan lingkungan disekitarnya, tetapi juga mengganggu mata pencaharian para nelayan. Keberadaan sampah yang sulit terurai secara alami dapat merusak alat tangkap para nelayan. Akibatnya, nelayan mengalami kerugian, baik dari segi waktu maupun hasil tangkapan. Selain itu, penelitian menunjukkan bahwa 199 spesies laut telah mengonsumsi mikroplastik dari 29 negara, yang terdeteksi dalam saluran pencernaan mereka. Mikroplastik juga ditemukan pada insang ikan, yang disebabkan oleh terperangkapnya partikel tersebut saat ikan bernapas. Situasi ini menyoroti pentingnya upaya untuk mengurangi plastik sekali pakai dan meningkatkan kesadaran akan dampak negatifnya terhadap lingkungan dan kehidupan laut (Fiona & Fitri, 2023).

Sampah plastik merupakan salah satu sumber masalah yang signifikan bagi masyarakat dan lingkungan, sehingga sangat penting untuk meningkatkan kesadaran akan dampak buruk yang ditimbulkan oleh sampah plastik. Langkah-langkah seperti penggunaan alternatif yang ramah lingkungan, edukasi tentang pengurangan sampah plastik, dan penerapan kebijakan pemerintah untuk membatasi produksi serta distribusi plastik sekali pakai harus semakin ditegakkan. (Nizar et al., 2025).

Pada tahun 2021, lima negara Asia yang menyediakan sampah plastik ke negara lain adalah Filipina, India, Malaysia, Cina, dan Indonesia. Laporan tersebut mencatat bahwa Indonesia telah menyumbang 56.333 ton sampah plastik. menurut data dari Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK), sekitar 1.772,7 gram sampah di perairan Indonesia tercemar pada tahun 2020. Sampah laut di

kepulauan nusantara mencapai 5,75 juta ton, dengan luas perairan Indonesia mencapai 3,25 juta km. Selain itu, Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) menemukan bahwa jumlah sampah di Indonesia sebanyak 67,8 ton. Pemerintah telah menetapkan target nasional untuk mengurangi jumlah sampah yang dibuang ke lingkungan sebesar 30 persen dan menangani sampah dengan baik sebesar 70 persen pada tahun 2025 (Fiona & Fitri, 2023).



Gambar 1. 3 Jumlah Komposisi Sampah Berdasarkan Sumber Sampah *(Sumber:Ditjen Pengelolaan Sampah, Limbah, dan Bahan Berbahaya dan Beracun/PSLB3)*

Komunikasi lingkungan berfungsi sebagai salah satu metode untuk mengatasi masalah isu pada lingkungan. Oleh karena itu, komunikasi lingkungan adalah upaya yang menyampaikan pesan keberlanjutan yang relevan dengan lingkungan hidup menggunakan pendekatan, prinsip, strategi, dan teknik komunikasi untuk pengelolaan dan perlindungan lingkungan yang lebih efektif. Komunikasi merupakan sebuah proses dimana pesan disampaikan antara manusia satu dengan yang lainnya (Chandrabuwono & Atika, 2019).

Komunikasi lingkungan tidak terlepas dari isu-isu permasalahan lingkungan yang perlu diketahui oleh khalayak luas. Oleh karena itu, pemahaman ini sangat bergantung pada makna yang ditafisrkan oleh pengikut, serta bahasa dan pesan yang disampaikan. Secara umum, teks media dibaca, diterima, dan dipahami hanya pada saat penerimaan atau resepsi sebuah teks. Dengan kata lain, pengikut tidak hanya dilihat sebagai konsumen pesan, tetapis juga sebagai konsumen konten media sosial. Dalam konteks ini, pengikut menafsirkan teks-teks media sesuai dengan latar belakang isu lingkungan dan pengalaman subjektif yang mereka alami dalam

kehidupan sehari-hari. Sehingga pesan media ini dapat menimbulkan berbagai pemaknaan meskipun berasal dari pesan yang sama. Pada dasarnya, setiap pesan mengandung ideologi yang menciptakan pentingnya kajian tentang resepsi, sehingga analisis ini menjadi penting untuk memahami bagaimana pesan-pesan tersebut dapat diinterpretasikan oleh khalayak.

Media baru (*new media*), bagaimanapun juga merupakan media informasi yang lebih personal dan lebih sosial daripada media lama (*old* media). Media baru adalah media apa pun, dari artikel surat kabar, blog, hingga musik dan *podcast* yang dikirimkan secara digital. Media baru tidak selalu mengacu pada mode komunikasi tertentu. Beberapa jenis media baru, seperti koran *online*, juga merupakan "media lama" berupa koran cetak tradisional. Secara sederhana media baru dapat dicontohkan seperti situs web, blog, surel (*e-mail*), jaringan media sosial, layanan streaming musik, televisi dan film, realitas virtual dan *augmented* (*virtual and augmented realita*). Munculnya media baru yang menempatkan masyarakat kolaboratif, partisipatif, dan demokratis ini telah ditentang dan juga dirangkul oleh media lama (media *mainstream*) (Kristiyono, 2022).

Van Dijk dalam Astari, dkk (2018) menyatakan bahwa media sosial adalah platform media yang berfokus pada keberadaan pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi. Oleh karena itu, media sosial dapat dipandang sebagai media fasilitator yang memperkuat hubungan antara pengguna dan ikatan sosial. Salah satu aplikasi media sosial yang populer dan umum digunakan adalah Instagram. Instagram adalah aplikasi yang berfungsi untuk berbagi foto, video, dan informasi ke jejaring sosial yang ada termasuk aplikasi Instagram itu sendiri (Permana, 2021). Instagram adalah salah satu platform media yang dapat dijangkau oleh khalayak luas baik dalam negeri maupun luar negeri. Instagram merupakan media sosial berbasis visual yang digunakan untuk membuat konten dengan aspek visual untuk menarik perhatian pengguna Instagram (Wulandari & Sholihin, 2019).

Dalam upaya untuk memahami proses pemaknaan para pengikut Instagram @telobagindo yang berperan penting dalam pemaknaan pesan dari sebuah informasi seputar kampanye komunikasi lingkungan hidup berkelanjutan, peneliti

menemukan tiga penelitian yang akan menjadi rujukan pada penelitian terdahulu. Ketiga penelitian tersebut memberikan wawasan yang mendalam mengenai bagaimana para pengikut berinteraksi dengan konten atau postingan mengenai lingkungan di media sosial dan respon terhadap pesan-pesan tersebut. Dengan merujuk pada penelitian-penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai pemaknaan pengikut Instagram dalam memaknai pesan komunikasi lingkungan hidup berkelanjutan.

Penelitian pertama oleh Rahman, Fathur 2019 menghasilkan bahwa semua narasumber pada penelitian ini merupakan pengikut akun Instagram @wwf_id. Keempat dari narasumber tersebut berada dalam kategori *Dominant Position*. Mereka sepakat bahwa kampanye yang dilakukan oleh akun @wwf_id di Instagram berhasil mengedukasi masyarakat tentang isu lingkungan. Selain itu, mereka juga menerima pesan yang disampaikan oleh *encoder*. Pesan yang disampaikan melalui akun tersebut dianggap positif, menarik, dan tidak terkesan memaksa namun tetap dapat menjangkau publik (Rahman, 2019).

Selain itu, penelitian kedua oleh Setyawardhani dan Wijaya, 2024 menghasilkan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan @zerowaste.id_official efektif untuk menyampaikan pesan, dimulai dengan penentuan khalayak yang peduli terhadap lingkungan, serta upaya untuk menjangkau masyarakat yang belum memahami pentingnya menjaga lingkungan melalui gerakan Zero Waste. Dari strategi penerima pesan, terdapat tiga penerima yang berada pada posisi *Dominant*, sementara dua penerima berada pada posisi *Negotiated* @zerowaste.id_official (Setyawardhani & Wijaya, 2024)

Sedangkan pada penelitian ketiga oleh Novanto, Alfian Yudho (2024) menghasilkan bahwa Kampanye kebersihan lingkungan dalam video di akun instagram @Pandawaragroup efektif dalam menumbuhkan kesadaran dan motivasi untuk menjaga kebersihan lingkungan. Penerimaan pesan disini bervariasi meliputi sebagian besar berada dalam posisi dominan sedangkan satu informan berada dalam posisi negosiasi.

Penelitian terdahulu menunjukkan adanya dua pemaknaan dalam konten, sehingga peneliti akan menganalisis menggunakan analisis resepsi Stuart Hall

dengan *Encoding – Decoding.* Proses *encoding* adalah pengirim untuk menerjemahkan gagasan dan ide-ide menjadi bentuk yang dapat diterima oleh pihak penerima. Sementara itu, *decoding* adalah kegiatan dimana penerima menginterpretasikan pesan yang diterima dalam bentuk yang memiliki makna bagi mereka. Dalam konteks teori ini, pihak penerima dapat menginterpretasikan hal yang sama tetapi dengan pemaknaan yang berbeda. Pemaknaan tersebut muncul dari para audiens yang bergantung pada pengetahuan, pemikiran serta latar belakang pengalaman dari masing-masing individu.

Dari ketiga penelitian terdahulu tersebut dapat membantu dalam merumuskan penulisan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Dengan mengacu pada hasil-hasil penelitian sebelumnya, peneliti dapat mengidentifikasi teori-teori yang relevan dan mengadaptasi metodologi yang telah terbukti efektif. Penelitian-penelitian tersebut juga memberikan wawasan mengenai dinamika interaksi audiens dengan konten di media sosial, sehingga peneliti dapat lebih tepat dalam menganalisis bagaimana pesan komunikasi lingkungan keberlanjutan diterima dan dipahami oleh masyarakat. Dengan demikian, penelitian terdahulu akan memperkuat analisis dalam penelitian yang sedang berlangsung.

Sehingga peneliti merasa tertarik untuk melihat bagaimana audiens dalam menerima suatu konten yang dipilih. Dalam penelitian ini, teori Decoding-Endoding Stuart Hall digunakan untuk menganalisis bagaimana audiens memaknai ke tiga konten Instagram @telobagindo mengenai informasi komunikasi lingkungan keberlanjutan. Peneliti ingin memahami sejauh mana komunikasi lingkungan yang diberikan Telobag Indonesia tersebut dapat diterima dan memberikan pengetahuan, sikap, dan tindakan bagi pengikutnya untuk diterapkan pada kehidupan sehari-hari.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang, yang menjadi fokus dalam penelitian ini yaitu menganalisis bagaimana pemaknaan *followers* akun Instagram @telobagindo sebagai media kampanye lingkungan hidup berkelanjutan.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian diatas, maka pertanyaan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

> "Bagaimana pemaknaan *followers* pada postingan akun Instagram @telobagindo sebagai media kampanye komunikasi lingkungan hidup berkelanjutan?"

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian diatas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu:

> "Untuk mengetahui pemaknaan *followers* pada postingan akun Instagram @telobagindo sebagai media kampanye komunikasi lingkungan hidup berkelanjutan".

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian diatas, maka manfaat pada penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan mengindentifikasi respon *followers* akun Instagram @telobagindo dalam memaknai pesan-pesan komunikasi lingkungan hidup berkelanjutan yang disampaikan melalui konten yang dipublikasikan.

1.5.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat yaitu:

1. Memberikan pengetahuan dan wawasan pada mahasiswa/i sebagai bahan referensi dalam Ilmu Komunikasi, khususnya di bidang hubungan masyarakat mengenai kampanye lingkungan hidup berkelanjutan pada postingan instagram @telobagindo.
2. Sebagai referensi pada penelitian-penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan pemaknaan publik pada penerimaan komunikasi lingkungan keberlanjutan serta menjadi bahan kajian lebih lanjut.

1.5.2 Manfaat Praktis

Secara praktik penelitian ini dapat bermanfaat sebagai berikut:

1. Bagi Praktisi Hubungan Masyarakat Digital

Diharapkan dapat menjadi referensi dalam merancang kampanye yang memanfaatkan media sosial, terutama dalam menyusun pesan kampanye terkait keberlanjutan lingkungan melalui Instagram. Penelitian ini juga diharapkan mampu pemahaman mengenai arti pesan dan partisipasi audiens yang dapat diterapkan dalam pengelolaan konten media sosial yang memberikan dampak yang baik.