ANALISIS KONTEN KOMUNIKASI LINGKUNGAN PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA KAMPANYE UNTUK MENJAGA LINGKUNGAN KEBERLANJUTAN

(Studi Kasus Pada Akun Instagram X)

SKRIPSI

Oleh :

Keko Aiku

202110415311

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2025

ANALISIS KONTEN KOMUNIKASI LINGKUNGAN PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA KAMPANYE UNTUK MENJAGA LINGKUNGAN KEBERLANJUTAN

(Studi Kasus Pada Akun Instagram X)

SKRIPSI

Oleh :

Keko Aiku

202110415311

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2025

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi	: Analisis Konten Komunikasi Lingkungan pada Media Sosial Instagram sebagai Media Kampanye untuk Menjaga Lingkungan Keberlanjutan (Studi Kasus Pada Akun Instagram X.)
Nama Mahasiswa	: Keko Aiku
Nomor Pokok Mahasiswa	: 202110415311
Program Studi/Fakultas	: Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi	: 04 Februari 2025

Jakarta, 14 Februari 2025

MENYETUJUI,

Pembimbing

Dr. Yessi Sri Utami, S.Sos., M.I.Kom

NIDN. 042908102

Analisis Konten.., Keko Aiku, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi	: Analisis Konten Komunikasi Lingkungan pada Media Sosial Instagram sebagai Media Kampanye untuk Menjaga Lingkungan Keberlanjutan (Studi Kasus Pada Akun Instagram X).
Nama Mahasiswa	: Keko Aiku
Nomor Pokok Mahasiswa	: 202110415311
Program Studi/Fakultas	: Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi	: 04 Februari 2025

Jakarta, 14 Februari 2025

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji	: Asima Oktavia Sitanggang, S.Ds., M.Si NIDN. 0307108503	.....
Penguji	: Dr. Yessi Sri Utami, S.Sos., M.I.Kom NIDN. 0429068102	.....
Sekretaris Penguji	: Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si NIDN. 0319059501	.....

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi	Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si	Dra. Truly Wangsalegawa, M.A., M.Ed., Ph.D
NIP.2203551	NIP. 1908425

Analisis Konten.., Keko Aiku, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul Analisis Konten Komunikasi Lingkungan pada media sosial Instagram sebagai Media Kampanye untuk Menjaga Lingkungan Keberlanjutan (Studi Kasus Pada Akun Insagram X), skripsi ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas dengan kaidah penulisan ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui porta Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Bekasi, 14 Februari 2025

Yang membuat pernyataan,



Keko Aiku

20211041531

Analisis Konten.., Keko Aiku, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

ABSTRAK

Keko Aiku, 202110415311. Analisis Konten Komunikasi Lingkungan pada media sosial Instagram sebagai Media Kampanye untuk Menjaga Lingkungan Keberlanjutan (Studi Kasus Pada Akun Insagram X).

Penelitian ini menganalisis konten komunikasi lingkungan pada media sosial Instagram sebagai media kampanye untuk menjaga lingkungan keberlanjutan, dengan fokus pada akun Instagram perusahaan X. Penelitian ini menggunakan pendekatan komunikasi lingkungan pragmatis dan konstitusi, di mana komunikasi lingkungan tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk menyampaikan informasi (pragmatis) tetapi juga membentuk pemahaman dan kesadaran kolektif masyarakat terhadap isu lingkungan (konstitusi). Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan pendekatan analisis konten. Data dikumpulkan melalui observasi terhadap unggahan akun Instagram X, wawancara dengan pengelola akun, serta dokumentasi berbagai kampanye yang telah dijalankan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan X secara efektif menerapkan komunikasi lingkungan dengan pendekatan pragmatis melalui penyajian informasi yang jelas, edukasi berbasis data, serta ajakan langsung untuk berpartisipasi dalam aksi lingkungan. Sementara itu, dari sisi konstitusi, kampanye perusahaan X berhasil membentuk narasi dan pemahaman kolektif mengenai pentingnya keberlanjutan melalui simbol, pesan visual, dan keterlibatan audiens dalam diskusi interaktif. Komunikasi yang digunakan mencakup konten edukatif, kampanye partisipatif, serta kolaborasi dengan komunitas dan influencer guna memperkuat pesan kampanye. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pendekatan komunikasi lingkungan pragmatis dan konstitusi berperan penting dalam meningkatkan efektivitas kampanye lingkungan di media sosial. Dengan memanfaatkan media sosial, khususnya Instagram, perusahaan dan organisasi dapat membangun kesadaran, menggerakkan aksi kolektif, serta menciptakan perubahan sosial yang berkelanjutan dalam upaya menjaga lingkungan.

Kata Kunci

Komunikasi Lingkungan, Media Sosial, Instagram, Kampanye Lingkungan,

Keberlanjutan, Analisis Konten.

ABSTRACT

Keko Aiku, 202110415311. Analysis of Environmental Communication Content on Instagram as a Campaign Medium to Promote Environmental Sustainability (Case Study on Instagram Account X).

This study analyzes environmental communication content on social media platform Instagram as a campaign medium to promote environmental sustainability, focusing on the Instagram account of company X. This research adopts a pragmatic and constitutive approach to environmental communication, where environmental communication not only serves as a tool for conveying information (pragmatic) but also shapes collective understanding and awareness of environmental issues (constitutive). The research method used is descriptive qualitative with a content analysis approach. Data were collected through observations of Instagram X posts, interviews with account managers, and documentation of various campaigns conducted. The results indicate that company X effectively applies environmental communication using a pragmatic approach by presenting clear information, data-driven education, and direct calls to participate in environmental actions. Meanwhile, from a constitutive perspective, company X's campaigns successfully build narratives and collective understanding of sustainability through symbols, visual messages, and audience engagement in interactive discussions. The communication strategies employed include educational content, participatory campaigns, and collaborations with communities and influencers to strengthen campaign messages. This study concludes that the pragmatic and constitutive approaches to environmental communication play a crucial role in enhancing the effectiveness of environmental campaigns on social media. By leveraging social media, particularly Instagram, companies and organizations can raise awareness, mobilize collective action, and drive sustainable social change in the effort to protect the environment.

Keywords

Environmental Communication, Social Media, Instagram, Environmental Campaign, Sustainability, Content Analysis.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat serta hidayah-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu. Maksud dan tujuan dari penulisan ini adalah untuk melihat bagaimana konten komunikasi lingkungan sebagai kampanye lingkungan keberlanjutan di akun Instagram X Sehingga tersusun penulisan ini yang berjudul "Analisis Konten Komunikasi Lingkungan pada media sosial Instagram sebagai Media Kampanye untuk Menjaga Lingkungan Keberlanjutan (Studi Kasus Pada Akun Instagram X)". Tentunya penulisan ini tidak akan tersusun dengan baik tanpa adanya dukungan dan doa dari pihak-pihak yang terlibat. Maka dari itu penulis ingin mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT., terima kasih kepada orang tua, dan juga kepada orang-orang yang telah memberikan bantuan, bimbingan, dan segala dukungan kepada penulis. Selanjutnya penulis juga ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Irjen Pol (Purn) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, SH., MM., Ph.D., D.Crim (HC) Selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dra. Truly Wangsalegawa, M.A., M.Ed., Ph.D, Selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si. Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu Dr. Yessi Sri Utami, S.Sos., M.I.Kom. Sebagai dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan, bimbingan dan evaluasi kepada penulis selama proses penyusunan proposal skripsi ini tanpa lelah. Terima kasih atas segala ilmu dan motivasi yang telah diberikan.
5. Bapak Yudhistira Ardi Poetra, S.I.Kom., M.I.Kom. Sebagai dosen pembibing akademik yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan dukungan yang luar biasa sejak awal masa perkuliahan hingga penulis menyelesaikan studi ini

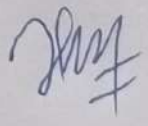
Analisis Konten.., Keko Aiku, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

6. Kedua orang tua yang sangat saya cintai, Ibu Penulis dan Bapak Penulis, serta seluruh keluarga yang senantiasa mendo'akan, mendukung, dan memberikan motivasi kepada penulis hingga saat ini
7. Bapak dan Ibu Narasumber. selaku pengelola akun Instagram X. Terima kasih atas waktu, keterbukaan, dan informasi yang sangat berharga yang telah Bapak berikan dalam mendukung penelitian ini.
8. Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dan seluruh staf akademik yang telah berperan penting dalam membantu penulis membuat skripsi ini.
9. Teman-teman Fikom yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu, terima kasih telah menjadi teman yang selalu memberi bantuan, saran, dan dukungan untuk penulis, sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik.

Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi diri saya dan orang lain. Tak lupa juga kritik dan saran yang membangun penulis butuhkan dalam skripsi ini. Penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Semoga tulisan ini bisa lebih bermanfaat dan mendorong kita semua untuk melakukan penulisan yang lebih baik dalam bidang Ilmu Komunikasi di masa yang akan datang.

Bekasi, 14 Februari 2025

Penulis,



Keko Aiku

Analisis Konten.., Keko Aiku, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING ii
LEMBAR PERNYATAAN iv
ABSTRAK v
ABSTRACT vi
KATA PENGANTAR vii
DAFTAR ISI ix
DAFTAR TABEL xii
DAFTAR GAMBAR xiii
DAFTAR BAGAN xiv
DAFTAR LAMPIRAN xv
BAB I PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 Fokus Penelitian 11
1.3 Pertanyaan Penelitian 11
1.4 Tujuan Penelitian 11
1.5 Manfaat Penelitian 11
1.5.1 Manfaat Teoritis 11
1.5.2 Manfaat Praktis 12

BAB II TINJAUAN PUSTAKA 13

2.1 Penelitian Terdahulu 13
2.2 Kerangka Konsep 19
2.2.1 Komunikasi Lingkungan 19
2.2.2 *Sustainability* 25
2.2.3 Kampanye 28
2.2.4 Media Sosial 31
2.2.5 Instagram 36

2.2.6 Analisis Konten 42
2.3 Tinjauan Teoritis 45
2.3.1 *New Media* 45
2.3.2 Ciri – ciri *New Media* 46
2.3.3 Karakteristik *New Media* 47
2.4 Kerangka Pemikiran 49
BAB III METODOLOGI PENELITIAN 51
3.1 Pendekatan Penelitian 51
3.2 Desain Penelitian 52
3.3 Subjek dan Objek Penelitian 54
3.3.1 Subjek Penelitian 54
3.3.2 Objek Penelitian 54
3.4 Informan Penelitian 55
3.5 Teknik Pengumpulan Data 56
3.5.1 Wawancara 56
3.5.2 Observasi 58
3.5.3 Dokumentasi 59
3.6 Teknik Analisis Data 60
3.6.1 Reduksi Data 60
3.6.2 Penyajian Data 61
3.6.3 Penarikan Kesimpulan 61
3.7 Keabsahan Data 61
3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian 63
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 64
4.1 Gambaran Umum Perusahaan 64
4.1.1 Visi dan Misi Perusahaan X 74
4.1.2 Profil Struktur Organisasi Perusahaan X 74
4.1.3 Profil Informan 75
4.1.4 Jenis-Jenis Konten di akun Instagram X 76

Analisis Konten.., Keko Aiku, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

4.2 Hasil Penelitian 80
4.2.1 Analisis Konten Komunikasi lingkungan dalam Konten Instagram 81
4.3 Pembahasan 91
4.3.1 Media Baru pada kampanye lingkungan di Instagram 91
4.3.2 Kampanye Lingkungan Perusahaan X di Instagram 96
BAB V PENUTUP 98
5.1 Kesimpulan 98
5.2 Saran 99
5.2.1 Saran Teoritis 99
5.2.2 Saran Praktis 99
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

Analisis Konten.., Keko Aiku, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Lembaga/Organisasi lingkungan keberlanjutan. 7
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu..... 13
Tabel 3. 1 Daftar Informan..... 56
Tabel 3. 2 Perencanaan Penelitian 63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data 10 Negara dengan Jumlah Pengguna Instagram Terbanyak di Dunia 5
Gambar 1. 2 Profil akun Instagram X 8
Gambar 1. 3 Postingan kampanye larangan Bakar Sampah 9
Gambar 2. 1 Segitiga Keberlanjutan 27
Gambar 4. 1 Dropbox Perusahaan X 65
Gambar 4. 2 Profil Akun Instagram X 67
Gambar 4. 3 Profil Akun Facebook X 68
Gambar 4. 4 Profil Akun Threads X 69
Gambar 4. 5 Profil Akun Youtube X 70
Gambar 4. 6 Profil Akun X/Twitter X 71
Gambar 4. 7 Profil Akun Tiktok X 72
Gambar 4. 8 Profil Akun Linked X 73
Gambar 4. 9 Konten Edukasi 77
Gambar 4. 10 Postingan Informatif 78
Gambar 4. 11 Konten Review 79
Gambar 4. 12 Konten Interaktif 80
Gambar 4. 13 Edukasi Pembuangan Tusuk Sate 82
Gambar 4. 14 Postingan *Giveaway* 84
Gambar 4. 15 Perbandingan Darat vs Laut 85
Gambar 4. 16 Menikah *Zero Waste* 87
Gambar 4. 17 Postingan *You see, you can judge* 88

DAFTAR BAGAN

Bagan 2. 1 Kerangka Pemikiran 49
Bagan 4. 1 Struktur Organisasi Perusahaan X 74

Analisis Konten.., Keko Aiku, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Biodata Penulis

Lampiran 2 : Surat Pengantar

Lampiran 3 : Panduan Wawancara

Lampiran 4 : Transkrip Wawancara

Lampiran 5 : Kartu Bimbingan

Lampiran 6 : Form Perbaikan