

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Permasalahan lingkungan hidup telah menjadi isu global yang semakin mendesak akibat berbagai aktivitas manusia yang tidak ramah lingkungan. Krisis lingkungan yang terjadi saat ini, seperti deforestasi, pemanasan global, pencemaran udara dan air, serta peningkatan limbah plastik, telah memberikan dampak serius terhadap ekosistem dan kehidupan manusia. Indonesia, sebagai salah satu negara dengan kekayaan alam yang melimpah, menghadapi tantangan besar dalam menjaga kelestarian lingkungan.

Salah satu contoh nyata adalah penggundulan hutan yang padat, yang mengakibatkan hilangnya habitat bagi banyak spesies dan meningkatkan emisi karbon dioksida. Data dari world bank menunjukkan bahwa sekitar 1,3 juta hektar hutan hilang setiap tahunnya di Indonesia, menyumbang lebih dari setengah emisi gas rumah kaca nasional (Ahdiat, 2024). Lahan kritis terus bertambah akibat eksploitasi berlebihan dan perubahan iklim, sementara penipisan lapisan ozon semakin mengancam kesehatan manusia dan makhluk hidup lainnya.

Selain itu, pemanasan global dan pencemaran air oleh limbah industri telah menjadi isu utama yang menyebabkan perubahan iklim ekstrem, seperti gelombang panas, badai, dan banjir besar di berbagai wilayah. Tumpahan minyak di laut merusak ekosistem laut, menghancurkan terumbu karang, dan menyebabkan kematian massal ikan serta hewan laut lainnya. Kematian ikan di sungai-sungai kecil juga sering dikaitkan dengan pencemaran air oleh zat kimia berbahaya dari limbah industri.



Sumber : website

<https://infografis.sindonews.com/photo/3236/5-fakta-mengerikan-keadaan-bumi-yang-sedang-kritis-1605463343>

Gambar 1.1 Infografis Keadaan Bumi

Pada gambar di atas menunjukkan bumi saat ini sedang dihadapkan pada krisis lingkungan signifikan. Hal ini dimulai dengan dampak pemanasan global yang menyebabkan peristiwa cuaca ekstrem seperti badai hebat dan ancaman akibat naiknya permukaan laut keberadaan pulau kecil setem. Tingkat karbon dioksida (CO₂) di atmosfer sedang meningkat secara cepat karena polusi yang dihasilkan dari kendaraan dan industri, yang semakin memperparah dampak pemanasan global. Proses deforestasi juga tengah berlangsung dengan cepat, dimana setiap detik 1-1,5 hektar hutan hilang, menyebabkan kehilangan habitat serta penurunan keanekaragaman hayati, dengan 137 spesies flora dan fauna punah setiap harinya (Masyhudi, 2024).

Masalah lainnya juga terjadi seperti perubahan struktur tanah dan penurunan kualitas tanah, yang menyebabkan dampak serius seperti erosi tanah dan banjir yang sering terjadi di berbagai kota besar, termasuk Jakarta. Pencemaran plastik juga menjadi ancaman besar, dengan tingkat pencemaran global yang mencapai skala darurat, yang menuntut aksi kolektif yang serius

dan kerja sama internasional untuk mengatasinya.



Sumber : website

https://www.kompasiana.com/nissaseptia3894/63b442047767e451ba0e13b2/fakta-sampah-plastik-di-negara-indonesia?page=1&page_images=1

Gambar 1.2 Infografis Sampah Plastik

Pada gambar di atas menunjukkan dampak serius dari peningkatan penggunaan plastik sejalan dengan kemajuan teknologi, sementara proses daur ulang tetap kurang efektif. Saat ini, lautan mengandung lebih dari 150 juta ton plastik, dengan tambahan 8 juta ton setiap tahunnya. Indonesia berada di posisi kedua sebagai penyumbang limbah plastik terbesar di dunia, setelah China. Sekitar 57% dari limbah di perairan Indonesia terdiri dari plastik, yang memerlukan waktu ratusan tahun untuk hancur., sehingga mengancam kehidupan laut serta kesehatan manusia. Pengelolaan sampah di Indonesia belum berjalan dengan baik, di mana sebagian besar limbah hanya ditimbun di tempat pembuangan akhir (Septia, 2024).



Sumber : website <https://sumsel.antaranews.com/berita/672669/mengurangi-paparan-polusi-udara-di-indonesia>

Gambar 1.3 Infografis Polusi Udara

Pada gambar diatas menunjukkan dampak serius dari peningkatan polusi udara akibat emisi kendaraan, yang tidak hanya menurunkan kualitas udara tetapi juga berpengaruh buruk pada kesehatan manusia. Situasi ini menimbulkan kekhawatiran mendalam mengingat konsekuensi jangka panjang yang dapat mengancam kelestarian lingkungan dan kesejahteraan generasi mendatang. Dengan meningkatnya jumlah kendaraan bermotor, emisi berbahaya semakin mencemari udara dan mengakibatkan masalah kesehatan seperti penyakit pernapasan dan kardiovaskular (Antara, 2024).

Kondisi-kondisi ini yang telah menjadi bencana setiap tahun selalu hadir dan menyebabkan kerugian di masyarakat, terutama dari segi material. Fenomena tersebut menjadi latar belakang terbentuknya kampanye dalam mengurangi penggunaan plastik sekali pakai dan kendaraan pribadi. Penting untuk mengembangkan sikap dan perilaku yang dapat meningkatkan kesadaran masyarakat peduli terhadap lingkungan.

Dalam konteks ini, kemajuan teknologi, terutama di bidang media sosial, telah mengubah cara orang berinteraksi, di mana media sosial menjadi platform utama untuk berbagi informasi. Dengan kemampuannya menyebarkan pesan dengan cepat dan luas, media sosial memainkan peran vital dalam meningkatkan kesadaran akan lingkungan. Konten inspiratif dan

edukatif yang dibagikan dapat membantu membentuk persepsi positif masyarakat. Kendati ada tantangan seperti penyebaran misinformasi, kampanye media sosial yang tepat dapat memobilisasi publik, menyebarkan informasi akurat, dan memotivasi tindakan nyata untuk pelestarian lingkungan (Aiku, 2024)

Urgensi penanganan masalah lingkungan semakin meningkat karena dampak negatifnya yang terus berkembang. Tanpa tindakan nyata, bencana ekologis dapat terjadi lebih sering dan lebih besar. Oleh karena itu, edukasi dan kampanye tentang kesadaran lingkungan sangat penting untuk mengubah pola pikir dan perilaku masyarakat. Salah satu cara efektif untuk menyebarkan pesan lingkungan adalah melalui media sosial, yang kini sudah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari.

Selain itu, media sosial telah menjadi platform penting bagi organisasi non-profit untuk menyampaikan pesan dan kampanye mereka secara efektif. Instagram, ialah salah satu jenis platform social media paling populer, memberi kesempatan organisasi untuk menyebarluaskan informasi, gambar, dan rekaman dengan cara yang menarik bagi pengikut mereka. Human Initiative, sebuah lembaga non-profit yang berorientasi pada isu kemanusiaan dan lingkungan, aktif memanfaatkan akun Instagram mereka, @humaninitiative_id, untuk menyebarkan pesan-pesan kesadaran akan lingkungan dan keberlanjutan kepada masyarakat.



Sumber : website <https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/>

Gambar 1.4 Overview Advertising Melalui Media Sosial Instagram

Menurut riset pada *we are social* dan *meltwater* menunjukkan bahwa pada Januari 2024, jumlah pengguna media sosial di berbagai belahan dunia sudah mencapai lebih dari 5 miliar, sebanyak 266 juta pengguna baru telah tercatat dibandingkan tahun lalu, dengan masing-masing pengguna rata-rata menghabiskan waktu 2 jam 23 menit setiap hari di media sosial untuk berbagai aktivitas, termasuk berbelanja, berkomunikasi, hiburan, dan mencari informasi tentang merek. Sebanyak 56,1% pengguna internet global diketahui melakukan belanja online secara mingguan, sedangkan di Indonesia, angkanya mencapai 59,3%, menempatkan negara ini di peringkat kesembilan dunia (Simon, 2024).

Oleh karena itu, muncul kebutuhan mendesak guna menumbuhkan kesadaran publik serta mendorong perubahan perilaku yang mendukung penggunaan plastik secara bijak dan kendaraan pribadi. Kampanye yang bertujuan untuk menekan pemakaian plastik sekali pakai dan emisi kendaraan pribadi menjadi krusial dalam menghadapi tantangan ini dan melindungi lingkungan demi kesejahteraan generasi mendatang.

Berbagai kampanye lingkungan telah dilakukan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya pelestarian bumi. Kampanye seperti *LindungiHutan* menitik beratkan pada penghijauan dan restorasi hutan melalui aksi kolektif berbasis komunitas. Di sisi lain, kampanye seperti *Gajalah Kebersihan* berfokus pada pengelolaan sampah di daerah perkotaan, sedangkan *Demi Bumi* menargetkan pengurangan plastik sekali pakai melalui edukasi dan penyediaan produk ramah lingkungan. Perbedaan fokus dan metode ini mencerminkan pendekatan beragam untuk menangani isu lingkungan yang semakin mendesak. Sementara itu, kampanye *#JagaBumiJagaMasaDepan* berfokus pada pelestarian lingkungan secara menyeluruh, melibatkan masyarakat luas melalui media sosial dan partisipasi aktif.



Sumber : Instagram @humaninitiative_id

Gambar 1.5 Flayer kampanye #JagaBumiJagaMasaDepan

Salah satu program penting yang diusung oleh Human Initiative adalah kampanye #JagaBumiJagaMasaDepan. Kampanye #JagaBumiJagaMasaDepan bertujuan untuk mengedukasi masyarakat mengenai pentingnya upaya menjaga bumi dan mengurangi dampak negatif aktivitas manusia terhadap lingkungan. Kegiatan ini dilakukan oleh organisasi bernama Human Initiative.

Human Initiative adalah organisasi nirlaba Indonesia dengan reputasi internasional yang aktif melakukan kampanye lingkungan melalui platform media sosial. Transformasi digital yang cepat di Indonesia memberikan peluang bagi organisasi ini untuk meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai sikap ramah lingkungan, sekaligus menyampaikan pesan-pesan yang relevan dan mendesak tentang perlunya pelestarian lingkungan (Initiative, 2024).

Kampanye ini menargetkan tindakan sederhana yang dapat dilakukan sehari-hari, seperti mengurangi penggunaan plastik sekali pakai dan memanfaatkan transportasi umum. Dengan pendekatan kreatif dan konten interaktif, termasuk video edukasi dan tantangan ramah lingkungan, kampanye ini berhasil menarik perhatian dan keterlibatan masyarakat. Dengan cara ini, #JagaBumiJagaMasaDepan berupaya membangun kebiasaan ramah lingkungan yang dapat diterapkan dengan mudah.

Human Initiative menggunakan Instagram sebagai sarana utama untuk menyebarkan pesan kampanye dan menginspirasi audiens mereka. Berbagai fitur di Instagram, seperti gambar, video, dan tagar interaktif, dimanfaatkan untuk meningkatkan interaksi dan mendorong partisipasi aktif dalam aksi lingkungan. Melalui konten yang menarik, kampanye ini memiliki dampak positif pada kesadaran masyarakat tentang isu-isu lingkungan.

Dengan mengajak masyarakat untuk berpartisipasi dalam tantangan atau kegiatan lingkungan, kampanye ini mendorong individu untuk berbagi pengalaman mereka, seperti mengurangi sampah plastik atau menghemat energi. Dengan demikian, #JagaBumiJagaMasaDepan tidak hanya menyebarkan pesan lingkungan, tetapi juga menciptakan komunitas yang peduli dan berkomitmen untuk menjaga kelestarian bumi.



Sumber : Instagram @humaninitiative_id

Gambar 1.6 Kampanye # JagaBumiJagaMasaDepan

Pada gambar diatas salah satu kegiatan Human Initiative di-upload pada platform media sosial *instagram* yang dikemas dalam bentuk template kampanye seperti gambar di atas *add yours*, video singkat dan gambar berisi informasi. Video yang berisikan mengenai situasi lingkungan saat ini, edukasi menjaga lingkungan dan poster berisikan informasi tentang menjaga bumi dengan bersepeda, menghitung carbon dan oksigen yang ada di diri kita, serta *challenge* setiap hari jaga bumi.

Setelah konten diunggah di platform sosial media *instagram*, warganet mulai memberikan tanggapan positif dengan mengikuti *challenge* setiap hari

jaga bumi dengan mengurangi penggunaan tas plastik dan menggunakan transportasi umum.

Penelitian ini memiliki signifikansi penting dalam memahami dampak kampanye digital terhadap sikap dan perilaku masyarakat terhadap lingkungan. Dengan menganalisis kampanye #JagaBumiJagaMasaDepan, studi ini bertujuan untuk memberikan wawasan tentang efektivitas media sosial dalam meningkatkan kesadaran lingkungan serta cara mengemas pesan kampanye agar dapat mendorong tindakan nyata. Hasil dari penelitian ini diharapkan menjadi acuan bagi organisasi lingkungan, pemerintah, dan komunitas dalam merancang strategi komunikasi yang lebih efektif untuk menghadapi krisis lingkungan yang semakin mendesak.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjabaran permasalahan penelitian yang sudah diberikan sebelumnya, dapat dirumuskan “Seberapa besar pengaruh kampanye #JagaBumiJagaMasaDepan pada akun *instagram* Human Initiative terhadap sikap ramah lingkungan?”

1.3 Tujuan Masalah

Berdasarkan batasan masalah dan rumusan yang sudah dijelaskan sebelum, tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk penulis mengetahui seberapa besar pengaruh kampanye #JagaBumiJagaMasaDepan pada akun *instagram* human initiative terhadap sikap ramah lingkungan.

1.4 Manfaat Penelitian

Sesuai dengan sasaran penelitian, diharapkan hasil dari studi ini bisa memberi kontribusi positif terhadap pendidikan, baik secara langsung dan tidak langsung. Berikut adalah manfaat penelitiannya:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini ditargetkan bisa berguna sebagai sumber literasi dan mendukung perkembangan studi dalam bidang komunikasi, khususnya

komunikasi digital dan media sosial. Sementara itu, penelitian ini juga mampu dimanfaatkan sebagai acuan bagi peneliti mendatang yang meneliti topik yang mirip.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini kiranya mampu menyediakan masukan dan evaluasi yang berarti, sekaligus memberikan wawasan tentang efektivitas strategi komunikasi dalam membentuk sikap ramah lingkungan di kalangan masyarakat. Temuan ini dapat digunakan oleh human initiative dan organisasi serupa untuk merancang konten yang lebih menarik dan persuasif, sehingga dapat meningkatkan keterlibatan audiens dalam isu-isu lingkungan. Selain itu, hasil penelitian dapat membantu dalam mengidentifikasi elemen-elemen kognitif, afektif, dan konatif yang paling mempengaruhi respons audiens terhadap kampanye, sehingga memungkinkan penyempurnaan teknik komunikasi dan pengoptimalan penggunaan media sosial sebagai alat untuk mempromosikan kesadaran serta tindakan berkelanjutan di masyarakat.

1.5 Sistematika Penelitian

Pada umum, penelitian ini meliputi 3 bab yang terbagi dalam sub-bab, di mana setiap bab memiliki batasan yang berbeda namun timbal balik antara satu bersama yang lain, sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini dikemukakan penjabaran latar belakang masalah yang membahas masalah penelitian yaitu terkait pencemaran lingkungan adalah tantangan mendesak. Kampanye di media sosial, seperti #JagaBumiJagaMasaDepan oleh Human Initiative, membantu meningkatkan sikap ramah lingkungan, guna menanggulangi keadaan saat ini yakni kurangnya kesadaran masyarakat di saat ini. Latar belakang masalah tersebut pun membawa pada rumusan masalah dan tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui apakah ada pengaruh dari

kampanye #JagaBumiJagaMasaDepan pada akun *instagram* human initiative terhadap sikap ramah lingkungan.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan lima penelitian sebelumnya itu berkaitan sama topik penelitian serta teori komunikasi persuasif Carl Hovland yang diterapkan ke dalam penelitian ini. Tak hanya itu, penulis juga menerangkan kerangka konseptual yang mencakup kampanye, Instagram, dan sikap ramah lingkungan. Penulis juga menyusun kerangka pemikiran penelitian dan merumuskan hipotesis.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menerangkan pendekatan dan metode penelitian diterapkan, yaitu pendekatan kuantitatif dengan memanfaatkan metode *survei ekplanasi*. Populasi penelitiannya yaitu para pengikut akun *Instagram @humaninitiative_id*, dengan teknik pengumpulan sampel yang diterapkan adalah *purposive sampling*. Peneliti juga merumuskan operasionalisasi variabel, di mana variabel X mencakup 4 dimensi, sementara variabel Y terdiri dari 3 dimensi. Selain itu, bab ini mencakup penjelasan tentang instrumen penelitian dan skala yang digunakan, yaitu skala *Likert*, serta bagaimana kuesioner diterapkan dalam proses pengumpulan data. Diterangkan pula proses pengolahan data. Terakhir, bab ini juga menyajikan tabel jadwal penelitian untuk menunjukkan waktu pelaksanaan penelitian.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini mendiskusikan tentang profil perusahaan Human Initiative serta karakteristik responden, penulis akan menjelaskan temuan penelitian terkait tanggapan responden terhadap instrumen yang digunakan, beserta hasil uji. Hasil

uji yang disajikan merupakan *output* perhitungan yang dilakukan dan memakai program SPSS 26.

BAB IV : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menyajikan ringkasan hasil akhir dari hasil penelitian yang sudah dilaksanakan sebelumnya. Tak hanya itu, penulis akan menyampaikan saran-saran yang relevan sebagai tanggapan terhadap masalah-masalah yang teridentifikasi selama penelitian ini, dengan harapan dapat memberikan wawasan dan solusi yang bermanfaat.

