

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada bagian ini penulis akan memaparkan beberapa alasan yang melatarbelakangi penelitian ini. Alasan-alasan tersebut, antara lain: (1) peran kesadaran memelihara lingkungan dalam mengurangi resiko krisis iklim; (2) permasalahan mitigasi krisis iklim; (3) dampak dan penyebab perubahan iklim; (4) urgensi pemberitaan krisis iklim di media; (5) media sosial sebagai medium publikasi isu krisis iklim; (6) peran isu krisis iklim di instagram terkait solusi meningkatkan partisipasi publik terhadap isu krisis iklim; (7) perkembangan studi komunikasi iklim di instagram; dan (8) alasan pemilihan tempat penelitian dan metode yang digunakan dalam penelitian.

*Kesatu*, kesadaran masyarakat untuk memelihara lingkungan menunjukkan aksi nyata dalam mengurangi resiko krisis iklim. Kesadaran lingkungan tumbuh dari keadaan lingkungan yang semakin hari semakin memburuk. Dari kerusakan lingkungan yang terjadi, diperlukan upaya untuk meminimalisir dampaknya. Kesadaran lingkungan dapat memunculkan kebiasaan konsumsi baru yang lebih bertanggung jawab. Kesadaran tersebut kemudian mendorong pelestarian sumber daya alam dan praktik lingkungan yang berkelanjutan (Moldan dkk, 2012, hal. 11). Dari perspektif kelestarian lingkungan, penting bagi individu untuk memiliki kesadaran lingkungan. Kesadaran individu terhadap lingkungan masih kurang (Chugh dkk, 2016, hal. 435)

Sebagai permasalahan yang kompleks, solusi seputar masalah krisis iklim tidak hanya dengan upaya tanggap terhadap bencana dan penyelamatan saja. Diperlukan juga kesadaran manusia untuk secara bersama-sama menjaga lingkungan. Oleh karena itu harus segera dilakukan upaya serius untuk meningkatkan kepedulian manusia terhadap lingkungan. Tujuannya agar tidak memperparah perubahan iklim yang berujung kerusakan dan penurunan kualitas lingkungan serta manusia di dalamnya. Dengan begitu, kesadaran memelihara lingkungan merupakan salah satu kunci mitigasi dan penanganan bencana terkait perubahan iklim. Kesadaran lingkungan menjadi pendorong yang memungkinkan

orang untuk bertindak mengatasi masalah lingkungan di masa kini dan masa depan (Harrison, 2017, hal. 121).

*Kedua*, isu perubahan iklim tidak hanya disebarkan tetapi juga perlu mengajak publik dalam aksi mitigasi. Kompleksitas isu perubahan iklim membuat cenderung terpaku pada tahap edukasi dan diseminasi informasi. Gerakan lingkungan perlu membujuk publik supaya terlibat dalam aksi kolektif dalam berbagai bentuk untuk menghadapi perubahan iklim. Dalam sepuluh tahun terakhir, Indonesia telah secara konsisten menjadi salah satu dari negara-negara produsen gas rumah kaca terbesar di dunia (Pusparisa, 2021a). Maka upaya pengurangan emisi karbon di Indonesia akan berperan penting dalam advokasi isu iklim secara global.

Bencana alam yang terjadi di Indonesia belakangan ini tidak dapat dilepaskan dari pemerintah yang gagal menegakkan hukum dan menciptakan kebijakan yang ramah lingkungan (Wahana Lingkungan Hidup Indonesia, 2020). Berdasarkan laporan berbagai lembaga, pemerintah dan dunia usaha di Indonesia belum menunjukkan inisiatif yang cukup signifikan dalam membantu menghambat krisis iklim (Jalal, 2021). Oleh karena itu, diperlukan inisiatif dari masyarakat sipil untuk mendorong kelestarian lingkungan sebagai agenda mitigasi perubahan iklim yang mendesak. Namun, riset yang dilakukan Development Dialogue Asia (DDA) dan Communication for Change (C4C) pada 2022 menunjukkan sebaliknya. Riset menyebutkan bahwa hanya 1 dari 5 orang Indonesia yang pernah mengikuti aksi kolektif untuk lingkungan (DDA & C4C, 2022). Riset ini juga sejalan dengan survei Remotivi pada 2021 dan 2023 bahwa partisipasi dalam mitigasi krisis iklim jauh lebih tinggi dalam bentuk kegiatan-kegiatan konsumsi ramah lingkungan secara individual. Maka hal ini menjadi kontradiktif dengan fakta bahwa aksi kolektif juga diperlukan untuk menghasilkan dampak perubahan yang lebih efektif (Nastiti, 2023; Nastiti & Riyanto, 2021)

*Ketiga*, dampak perubahan iklim saat ini telah terlihat di berbagai wilayah. Sepanjang tahun 2021, bencana lingkungan hidup terjadi di banyak negara. Amerika Serikat mengalami kebakaran besar, hingga Jerman, Belanda, Belgia, dan Tiongkok yang mengalami banjir parah (Jalal, 2021). Dampak krisis iklim di Indonesia juga semakin mengkhawatirkan. Hingga November 2021, sebanyak

Yuni Lestari, 2023

**PENGARUH KONTEN KRISIS IKLIM DI INSTAGRAM TERHADAP KESADARAN MEMELIHARA LINGKUNGAN**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

2.431 bencana terjadi di Indonesia, dimana 98% diantaranya merupakan bencana hidrometeorologi atau bencana alam yang berhubungan dengan iklim. Krisis iklim juga mengancam tenggelamnya 115 pulau di Indonesia (Mufarida, 2021). Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC) juga memprediksi bahwa suhu bumi akan naik 1,5°C dalam dua dekade mendatang. Jika hal tersebut terjadi akan berakibat pada kehidupan manusia seperti terjadinya bencana yang lebih parah (Levin dkk, 2021).

Sebenarnya iklim sendiri telah berubah-ubah di sepanjang sejarah panjang bumi, namun aktivitas manusia menyebabkan suhu di seluruh dunia naik pesat dan lebih cepat. Krisis iklim terjadi ketika ada peningkatan gas rumah kaca Karbon Dioksida (CO<sub>2</sub>), Nitrogen Monoksida (NO), dan Klorofluorokarbon (CFC). Gas tersebut banyak dihasilkan dari aktivitas manusia. Gas karbondioksida yang dihasilkan dari kendaraan bermotor dan batubara (CO<sub>2</sub>), residu pupuk pertanian yang menghasilkan nitrogen monoksida, dan pendingin ruangan atau AC yang menghasilkan gas CFC. Penggunaan produk tersebut berbanding lurus dengan gas rumah kaca yang dihasilkan dari produk tadi. Gas rumah kaca sebenarnya tidak berbahaya bagi alam jika komposisinya tidak berlebihan. Gas-gas tersebutlah yang mengontrol suhu bumi agar tetap hangat dan aman untuk ditempati manusia. Namun gas rumah kaca akan menjadi masalah jika komposisinya melebihi batas normal karena dapat menyebabkan kenaikan suhu bumi (Achmad, 2004, hal. 7).

*Keempat*, meski kontribusi manusia pada krisis iklim sangat tinggi, tapi liputan media yang fokus tentang masalah lingkungan dan bencana masih jarang membahasnya. Pada 2010, sebanyak 97% ilmuwan di seluruh dunia setuju bahwa krisis iklim terjadi dan disebabkan oleh aktivitas manusia (Turton, 2021). Tetapi hanya 28% media yang mengangkat isu ini. Sedangkan 72% sisanya justru menonjolkan pandangan skeptis dan berlawanan terhadap isu krisis iklim. Tak ayal, survei menemukan bahwa hanya 26-50% publik yang percaya manusia adalah penyebab utama perubahan iklim. Meski media memiliki banyak *resource* (sumber) untuk membuat banyak liputan lingkungan, tapi liputan lingkungan tidak menguntungkan bisnis mereka. Hal tersebut salah satunya disebabkan oleh kecilnya *traffic* pada isu ini (DDA & C4C, 2022). Artinya, isu lingkungan tidak laku padahal isu ini sangat penting bagi masyarakat nantinya.

Yuni Lestari, 2023

**PENGARUH KONTEN KRISIS IKLIM DI INSTAGRAM TERHADAP KESADARAN MEMELIHARA LINGKUNGAN**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Media sosial memiliki posisi yang signifikan sebagai medium percakapan isu krisis iklim. Penelitian menunjukkan bahwa dengan mengikuti media sosial organisasi lingkungan dapat memberikan informasi yang lebih banyak tentang isu lingkungan. Mengikuti media sosial semacam itu juga meningkatkan rasa konektivitas dengan orang lain yang memiliki perhatian terhadap isu yang sama (Boulianne & Ohme, 2022). Oleh karena itu, paparan informasi di media sosial memudahkan seseorang untuk berpartisipasi dalam aktivisme lingkungan. Tingginya konsekuensi dari perubahan iklim yang harus ditanggung manusia juga seharusnya menjadi fokus perhatian agar pemberitaan dan percakapan yang berkonsentrasi pada upaya mitigasi krisis iklim ditingkatkan.

*Kelima*, media sosial berpotensi menjadi solusi meningkatkan partisipasi publik dalam memelihara lingkungan, dimana hal itu merupakan aksi nyata mitigasi krisis iklim. Sebelumnya kampanye tentang krisis iklim atau isu-isu lingkungan lainnya dilakukan dengan turun ke jalan atau menyebarkan poster di sudut-sudut kota. Namun kini upaya untuk mengomunikasikan isu tersebut beralih ke medium digital. Sejumlah organisasi yang bergerak dalam isu lingkungan memanfaatkan media sosial mereka untuk mengedukasi dan mengajak pengikut mereka untuk mendukung gerakan-gerakan peduli lingkungan. Berbeda dengan aksi turun langsung ke jalan, dengan media sosial mereka tidak perlu mengandalkan liputan media agar pesan yang ingin mereka sampaikan bisa terdengar luas. Mereka dapat langsung menyampaikan pesan itu kepada orang banyak yang terdistribusi secara digital. Selain itu media sosial memiliki ekosistem yang interaktif antara penggunanya dan terdesentralisasi. Media sosial juga memberikan alternatif cara yang lebih murah sekaligus efisien bagi gerakan sosial untuk memobilisasi pendukung, mendorong interaksi dialogis dengan khalayak luas, dan menekankan perhatian pada isu-isu yang jarang diberitakan oleh media tradisional (Lovejoy dkk, 2012, hal. 313).

Media sosial juga dapat digunakan untuk meningkatkan kesadaran lingkungan sebagai upaya mitigasi risiko krisis iklim. Hal tersebut berkaitan dengan kemampuannya untuk menyebarkan pengaruh di masyarakat secara lebih luas, cepat, dan mudah. Hal ini sebagaimana hasil penelitian oleh Aydin dan Hossain bahwa media sosial dapat digunakan untuk menyebarkan informasi tentang

kesadaran kelestarian lingkungan (2012, hal. 342). Media sosial dapat membawa masalah krisis iklim menjadi lebih dekat secara psikologis kepada masyarakat. Hal ini dikarenakan informasi tentang krisis iklim dipertukarkan di berbagai *platform*. Media sosial kemudian dapat membantu mempersonalisasi dan mengkonkretkan masalah krisis iklim yang dianggap abstrak dan jauh (Anderson, 2017). Penelitian lain pun menunjukkan bahwa media sosial memungkinkan interaksi antara penggunanya, pertukaran informasi, serta penyatuan ide seputar nilai dan minat bersama (Rauniar dkk., 2014, hal. 6). Temuan ini menguatkan premis Kamaruddin dkk (2016, hal. 730) dan Ghali dkk (2016, hal. 23), bahwa media sosial dapat mempromosikan informasi untuk meningkatkan kesadaran lingkungan serta berbagai masalah sosial. Schafer dan Mike (2012, hal. 530) juga menemukan bahwa komunikasi *online* dan berita yang dibagikan secara *online* dapat meningkatkan kesadaran dan pengetahuan audiens.

**Keenam**, konten seputar krisis iklim di media sosial khususnya instagram menjadi alternatif solusi dalam meningkatkan partisipasi publik untuk memelihara lingkungan. Kebanyakan studi tentang krisis iklim menganalisis isu ini di Twitter atau media tradisional, sementara hanya sedikit yang meneliti *platform* gambar seperti Instagram (Pearce dkk, 2019, hal. 2). Pengguna media sosial berbasis teks dan visual seperti Instagram semakin meningkat. Hal ini seperti yang dilaporkan We Are Social (2021) bahwa Instagram adalah salah satu dari tiga media sosial yang paling sering digunakan oleh masyarakat Indonesia. Sementara itu, sebagaimana yang dikutip dari statistica.com pada 2021 bahwa Indonesia merupakan negara dengan pengguna Instagram terbesar keempat di dunia. Pengguna Instagram di Indonesia juga terus mengalami peningkatan (Statistica, 2023). Pada 2021 sebanyak 86,6% dari jumlah populasi Indonesia merupakan pengguna Instagram (We Are Social, 2021). Maka dari itu penelitian ini dapat di berkontribusi pada kebutuhan kritis terkait studi mengenai komunikasi iklim di media sosial khususnya Instagram.

Di ranah gerakan sosial, menyiarkan pergerakan sosial bukanlah hal baru, karena teknik visual telah terbukti memengaruhi opini publik (Mattoni & Teune, 2014, hal. 888). Perkembangan media sosial saat ini, representasi visual dari gerakan sosial menjadi semakin umum, mengubah seberapa cepat dan dekat

paparan gerakan sosial tersebut kepada masyarakat. Media sosial juga telah memungkinkan lebih banyak individu untuk memotret, mempublikasikan, dan membingkai citra gerakan sosial. Ketika seorang individu menghasilkan gambar, mereka membingkai realitas dengan memutuskan apa yang akan dimasukkan dan dikecualikan melalui proses aktif dan disengaja. Penelitian di bidang sosiologi, media, dan komunikasi telah menunjukkan bahwa konstruksi dan penyebaran gerakan sosial melalui gambar dapat meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap suatu gerakan sosial (Philipps, 2012, hal. 5). Oleh karena itu Instagram sebagai media sosial berbasis visual dan teks dapat dipertimbangkan sebagai objek penelitian terkait pemberitaan krisis iklim di media sosial.

Sebagai media sosial dengan jumlah pengguna yang tinggi, apa yang ada dalam Instagram akan memberikan efek yang besar pada khalayaknya. Mengenai dampaknya, media sosial dapat memengaruhi pemikiran, sikap, dan tindakan penggunanya (Ardianto dkk, 2014, hal. 58). Hal ini berkaitan pengaruh terpaan informasi di media sosial kepada khalayaknya. Terpaan itu sendiri meliputi aktivitas mendengar, melihat, dan membaca informasi di media (Ardianto dkk, 2014, hal. 168). Media yang menerpa khalayak akan mempermudah khalayak untuk menyadari isu tertentu dengan asumsi bahwa semakin sering khalayak terpapar pesan atau informasi, khalayak akan semakin tahu dan terbiasa dengan isu tersebut. Selain itu penting untuk memiliki pengetahuan seputar krisis iklim meskipun bukan ilmuwan atau pemangku kebijakan. Hal ini dikarenakan dengan pengetahuan kolektif yang tepat bisa membuat percakapan atau diskusi isu perubahan iklim yang lebih bermutu. Melalui percakapan inilah sebuah informasi cepat menyebar. Jika yang disebar hanya desas desus tidak jelas atau justru pemahaman yang keliru, maka akan sulit merancang sebuah solusi terkait permasalahan krisis iklim.

Ada temuan yang menarik dalam riset yang dilakukan Development Dialogue Asia (DDA) dan Communication for Change (C4C) pada 2022. Dal riset tersebut disebutkan bahwa “semakin kita tahu tentang perubahan iklim, kita justru semakin merasa tak berdaya”. Oleh karenanya, aksi yang dilakukan kebanyakan hanya menanam pohon di rumah atau membuang sampah pada tempatnya. Menanam pohon atau membuang sampah tidak salah, namun aksi kecil tersebut dapat menimbulkan pesimisme dengan pertanyaan “aksi kecil ini mana bisa

mengatasi masalah yang besar?”. Sementara itu jika kita bicara tentang kerusakan lingkungan akibat penggunaan batu bara atau polusi pabrik, mereka akan merasa itu masalah yang terlalu besar dan jauh untuk dihadapi. Pada akhirnya, ketidakberdayaan membuat mereka enggan untuk terlibat pada aksi-aksi lingkungan. Melihat rendahnya aksi kolektif masyarakat dalam temuan riset tadi, kita perlu memperbanyak dialog untuk merancang strategi yang lebih tepat dalam mengkomunikasikan masalah lingkungan. Sebab, dengan menggunakan pesan yang tepat, kita bisa membangkitkan optimisme dan menggugah masyarakat untuk berkontribusi bagi lingkungan.

Media dan pesan adalah satu kesatuan yang saling terhubung. Pesan menurut Kotler, Philip, dan Amstrong (2006) adalah informasi yang meliputi isi pesan, struktur pesan, format pesan, dan sumber pesan. Semua komponen tersebutlah yang memengaruhi khalayak melalui proses paparan konten di media tadi. Pengaruh tersebut seperti kesadaran lingkungan yang disebabkan oleh pesan media bermuatan isu krisis iklim. Sejalan dengan Skala Kesadaran Ekologi yang awalnya dikembangkan oleh Maloney dan Edward (1973) dan diadopsi dalam riset komunikasi iklim terkini bahwa paparan media memiliki pengaruh pada afektif, kognitif, dan aktif masyarakat. Maka, keberadaan konten atau informasi mengenai isu krisis iklim di media akan berpengaruh pada afektif (emosi), kognitif (pengetahuan), dan aktif (perilaku) masyarakat. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya bahwa dalam hal kesadaran khalayak dalam memelihara lingkungan, media berpengaruh untuk membentuk kesadaran khalayak (Goldberg dkk, 2022).

**Ketujuh**, studi mengenai pengaruh konten krisis iklim di Instagram terhadap kesadaran lingkungan menjadi menarik. Penelitian ini menguji pengaruh terpaan informasi tentang krisis iklim di media sosial terhadap kesadaran memelihara lingkungan. Penelitian sebelumnya cenderung berfokus pada variabel individual seperti karakteristik demografi atau faktor kognitif-psikologis untuk menjelaskan keterlibatan individu dalam aksi lingkungan, namun kurang mengeksplorasi faktor sosial, termasuk peran media dan komunikasi (Zhang & Skoric, 2018). Untuk meneliti sejauh mana peran media, penelitian ini berfokus pada peran media sosial instagram.

Yuni Lestari, 2023

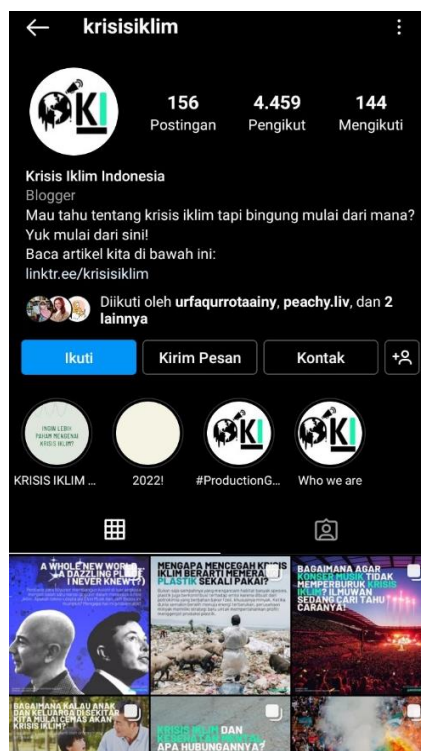
**PENGARUH KONTEN KRISIS IKLIM DI INSTAGRAM TERHADAP KESADARAN MEMELIHARA LINGKUNGAN**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Penelitian di Indonesia lebih berfokus pada bagaimana strategi kampanye dan manajemen komunikasi dalam penanganan isu krisis iklim di media (Fuzy Syukur, 2020; Mayangsari & Yasmin, 2021; Suryanah dkk, 2022). Hingga saat ini penulis melihat masih kurangnya penelitian yang memusatkan perhatiannya pada konten krisis iklim di Instagram dan pengaruhnya terhadap kesadaran lingkungan secara kuantitatif, baik di Indonesia maupun di luar negeri. Maka dari itu penelitian ini berfokus pada dampak atau efek dari konten tentang krisis iklim yang dapat memengaruhi khalayak, bukan tentang bagaimana caranya konten krisis iklim disampaikan kepada khalayak.

*Kedelapan*, beberapa alasan penulis memilih akun @krisisiklim yaitu akun ini kerap membagikan beragam konten tentang isu krisis iklim di dalamnya. Selain itu akun ini didirikan berdasarkan inisiasi sekelompok sukarelawan yang peduli dengan isu krisis iklim. Beberapa dari mereka bahkan bekerja di sektor lingkungan (Krisis Iklim, 2019). Oleh karena itu, latar belakang pendiri akun dan tujuan dibuatnya akun tersebut bersifat aplikatif. Hal tersebut berarti pendiri mengambil pelajaran dari pengalaman kerjanya untuk diaplikasikan pada publikasi isu krisis iklim. Selain itu, akun ini tidak dibiayai/berafiliasi dengan organisasi manapun yang mana hal ini akan mencegah potensi bias dalam pemberitaan (Krisis Iklim, 2019).





**Gambar 1.1 Tampilan Instagram @krisisiklim**

Terdapat beberapa akun besar yang juga menyampaikan isu lingkungan seperti krisis iklim seperti Greenpeace dan WWF, namun akun Instagram @krisisiklim lebih spesifik terhadap konten-konten krisis iklim. Greenpeace adalah organisasi independen yang mengungkap masalah lingkungan global. Greenpeace menawarkan solusi kepada masyarakat dan pemimpin dunia melalui metode konfrontasi kreatif tanpa kekerasan (Eden, 2004, hal. 595). Sementara World Wide Fund for Nature (WWF) merupakan organisasi yang berfokus pada bidang lingkungan hidup, konservasi, dan ekologi (Siriwat & Tiedt, 2019, hal. 1). Oleh karena itu akun Instagram @krisisiklim lebih dipilih karena berfokus meningkatkan diskusi dan aksi mitigasi masyarakat Indonesia tentang krisis iklim melalui konten-kontennya.

Dalam penelitian ini akan digunakan pendekatan kuantitatif dan metode regresi. Metode ini dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel independen (X) yang terdiri dari konten krisis iklim di Instagram, seperti isi pesan (X1), struktur pesan (X2), format pesan (X3), dan sumber pesan (X4), terhadap variabel dependen (Y) yaitu kesadaran memelihara lingkungan. Chun Li menjelaskan bahwa analisis regresi

Yuni Lestari, 2023

**PENGARUH KONTEN KRISIS IKLIM DI INSTAGRAM TERHADAP KESADARAN MEMELIHARA LINGKUNGAN**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

multiple (ARM) adalah salah satu metode statistika multivariat yang digunakan untuk mengukur besar pengaruh variabel independen (X) dan beberapa sub-variabel yang terkait terhadap variabel dependen (Y) (dalam Darmawan, 2013, hal. 61). Penelitian ini menggunakan teori S-O-R (Stimulus – Organism – Response). Teori ini berasumsi bahwa manusia akan berperilaku tertentu jika ada stimulus khusus sehingga dapat memperkirakan reaksi komunikasi (Effendy, 2003, hal. 180). Teori S-O-R dinilai relevan dengan penelitian ini dengan asumsi jika penyebab terjadinya perubahan sikap atau perilaku khalayak tergantung pada kualitas stimulus yang diberikan. Adapun responden dalam penelitian ini adalah pengikut akun instagram @krisisiklim yang pernah melihat, membaca, atau menonton konten unggahan akun instagram @krisisiklim.

Berdasarkan pemaparan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Konten Krisis Iklim di Instagram terhadap Kesadaran Lingkungan (Studi Regresi pada Pengikut Akun Instagram @krisisiklim)”. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan metode analisis regresi. Hal tersebut dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara konten krisis iklim di instagram terhadap kesadaran memelihara lingkungan. Penelitian ini dilakukan pada pengikut akun instagram @krisisiklim.

## 1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Seberapa besar pengaruh isi pesan (*message content*) pada konten krisis iklim di instagram @krisisiklim terhadap kesadaran lingkungan?
2. Seberapa besar pengaruh struktur pesan (*message structure*) pada konten krisis iklim di instagram @krisisiklim terhadap kesadaran lingkungan?
3. Seberapa besar pengaruh format pesan (*message format*) pada konten krisis iklim di Instagram @krisisiklim terhadap kesadaran lingkungan?
4. Seberapa besar pengaruh sumber pesan (*message source*) pada konten krisis iklim di Instagram @krisisiklim terhadap kesadaran lingkungan?
5. Seberapa besar pengaruh konten krisis iklim di Instagram @krisisiklim terhadap kesadaran lingkungan?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Menganalisis besarnya pengaruh isi pesan pada konten tentang krisis iklim di instagram @*krisisiklim* terhadap kesadaran lingkungan.
2. Menganalisis besarnya pengaruh struktur pesan pada konten tentang krisis iklim di instagram @*krisisiklim* terhadap kesadaran lingkungan.
3. Menganalisis besarnya pengaruh format pesan pada konten tentang krisis iklim di instagram @*krisisiklim* terhadap kesadaran lingkungan.
4. Menganalisis besarnya pengaruh sumber pesan pada konten tentang krisis iklim di instagram @*krisisiklim* terhadap kesadaran lingkungan.
5. Menganalisis besarnya pengaruh konten krisis iklim di instagram @*krisisiklim* terhadap kesadaran lingkungan.

### 1.4 Manfaat Penelitian

#### 1.4.1 Manfaat Segi Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan Ilmu Komunikasi, terutama dalam bidang Komunikasi Massa dan studi komunikasi iklim. Adapun paparan media sosial yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pengaruh konten tentang krisis iklim di Instagram terhadap kesadaran memelihara lingkungan. Diharapkan bahwa penelitian ini akan membantu memperkuat dan mendukung teori-teori yang sudah ada, terutama teori S-O-R, teori media baru, dan teori dampak media.

#### 1.4.2 Manfaat Segi Praktis

*Bagi masyarakat*, penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran dampak menggunakan media. Dampak yang dimaksud dalam hal ini yaitu paparan konten tentang krisis iklim terhadap kesadaran lingkungan. Dengan ini diharapkan masyarakat lebih peduli tentang perubahan iklim dan ikut memitigasi dampaknya. *Bagi pegiat atau komunitas peduli lingkungan*, penelitian ini diharapkan dapat menjadi pendorong untuk semakin giat meningkatkan kapasitas mereka dalam memanfaatkan media sosial. Penelitian ini juga mendorong mereka mengembangkan konten yang berkualitas dan mudah diakses publik, serta mendesain strategi membentuk koneksi. Dengan begitu pesan yang disampaikan bisa relevan bagi penerima sehingga gerakan yang didorong pun bisa terwujud.

Yuni Lestari, 2023

**PENGARUH KONTEN KRISIS IKLIM DI INSTAGRAM TERHADAP KESADARAN MEMELIHARA LINGKUNGAN**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

*Bagi penulis*, penelitian ini diharapkan menyadarkan untuk memanfaatkan media sosial dengan sebaik mungkin, seperti untuk mengakses informasi seputar isu lingkungan. Dari hal tersebut diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai dampak paparan konten krisis iklim pada kesadaran memelihara lingkungan, sehingga menimbulkan kepedulian terhadap isu dan upaya mitigasinya.

### **1.4.3 Manfaat Segi Kebijakan**

Penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi pemerintah (Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan, serta Kominfo) dalam perumusan kebijakan pengendalian isu krisis iklim khususnya di media sosial. Kebijakan yang dimaksud dapat berupa kewenangan untuk melakukan pemantauan pemberitaan isu krisis iklim di media. Tujuannya agar masyarakat memahami urgensi isu tanpa kendala misinformasi. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi pertimbangan bagi pemodal atau pelaku industri atas keputusan mereka dengan menyadari dampak keputusan mereka terhadap lingkungan dan manusia.

### **1.4.4 Manfaat Segi Isu dan Aksi Sosial**

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan ketertarikan masyarakat terhadap diskusi mengenai isu krisis iklim. Melalui penelitian ini juga diharapkan mendorong aksi nyata masyarakat. Aksi tersebut yaitu membantu memitigasi dampak perubahan iklim sebagai upaya menjaga dan merawat bumi untuk kelangsungan hidup manusia.

## **1.5 Struktur Organisasi Skripsi**

Struktur organisasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

### **1. BAB I PENDAHULUAN**

BAB PENDAHULUAN berisi latar belakang penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat/signifikansi penelitian, serta struktur organisasi skripsi. Bagian ini memaparkan bagaimana kondisi terkini terkait paparan media dengan muatan krisis iklim dapat memengaruhi kesadaran lingkungan, permasalahan dan pentingnya penelitian, hingga tujuan serta manfaat penelitian.

## 2. BAB II KAJIAN PUSTAKA

BAB KAJIAN PUSTAKA berisi kajian terkait konsep dan teori yang digunakan dalam penelitian ini. Selain itu terdapat penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian ini, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

## 3. BAB III METODE PENELITIAN

BAB METODE PENELITIAN berisi beberapa informasi yang memudahkan penulis melakukan proses penelitian seperti desain penelitian, waktu dan tempat penelitian, populasi dan sampel, instrumen penelitian, variabel operasional, pengujian instrumen, prosedur penelitian, teknik analisis data, uji asumsi, dan uji hipotesis.

## 4. BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

BAB HASIL DAN PEMBAHASAN berisi hasil olah data menggunakan teori dan teknik pengujian yang telah ditentukan guna menjawab rumusan masalah penelitian. Hasil tersebut kemudian dijelaskan pada bagian pembahasan berdasarkan uji hipotesis dan teknik analisis data, temuan penelitian dan pembahasannya.

## 5. BAB V PENUTUP

BAB PENUTUP berisi simpulan hasil penelitian, implikasi serta rekomendasi dari hasil penelitian yang telah dilakukan penulis untuk penelitian selanjutnya.