

**PENGARUH MENGAKSES MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
@GREENPEACEID TERHADAP KESADARAN *FOLLOWERS* DALAM
MENJAGA LINGKUNGAN**

Skripsi

**Oleh
Kelvin Gabriza Neldi
2116031040**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2025**

**PENGARUH MENGAKSES MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
@GREENPEACEID TERHADAP KESADARAN *FOLLOWERS* DALAM
MENJAGA LINGKUNGAN**

Oleh

Kelvin Gabriza Neldi

Skripsi

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA ILMU KOMUNIKASI

Pada

**Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG**

2025

ABSTRAK

PENGARUH MENGAKSES MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @GREENPEACEID TERHADAP KESADARAN *FOLLOWERS* DALAM MENJAGA LINGKUNGAN

Oleh

KELVIN GABRIZA NELDI

Mengakses akun @greenpeaceid pada media sosial Instagram merupakan suatu pemanfaatan media komunikasi yang bersifat mengunjungi untuk mendapatkan informasi mengenai isu lingkungan. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui besaran pengaruh mengakses media sosial Instagram @greenpeaceid terhadap kesadaran *followers* dalam menjaga lingkungan. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *uses and effect* menurut Sven Windahl, dimana pesan pada media baru dapat memberikan sebuah efek, baik kognitif, afektif, dan konatif. Pendekatan kuantitatif adalah metode yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu melakukan survei dengan 100 responden yang merupakan *followers* akun Instagram @greenpeaceid dan dipilih dengan menggunakan *simple random sampling*. Adapun hasil penelitian menunjukkan bahwasanya terdapat pengaruh signifikan dalam mengakses media sosial Instagram @greenpeaceid terhadap kesadaran *followers* dalam menjaga lingkungan yang dibuktikan berdasarkan nilai $t_{hitung} 4,686 > t_{tabel} 1,984$ yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima dengan nilai konstanta (a) sebesar 37,438 dan koefisien regresi (b) sebesar 0,331. Nilai R^2 pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel X berpengaruh sebesar 18,3% terhadap variabel Y, sedangkan sebesar 81,7% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Kata kunci: Greenpeace Indonesia, Mengakses Instagram, Kesadaran

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF ACCESSING @GREENPEACEID INSTAGRAM ON FOLLOWERS' AWARENESS IN PROTECTING THE ENVIRONMENT

By

KELVIN GABRIZA NELDI

Accessing the @greenpeaceid Instagram account represents the use of communication media to obtain information related to environmental issues. This study aims to determine the extent to which accessing the @greenpeaceid Instagram account influences followers' awareness of environmental protection. The theory used in this study is the uses and effects theory by Sven Windahl, which states that messages in new media can have cognitive, affective, and conative effects. The method used is a quantitative approach by conducting a survey on 100 respondents who are followers of the @greenpeaceid Instagram account and is selected using simple random sampling. The result of this study indicates that there is a significant influence in accessing @greenpeaceid Instagram on followers' awareness in protecting the environment as evidenced by the t_{count} value of $4,686 > t_{\text{table}} 1,984$ which means H_0 is rejected and H_a is accepted with a constant value (a) of 37,438 and a regression coefficient (b) of 0,331. The R^2 value in this study shows that variable X has an effect of 18,3% on variable Y, while the remaining 81,7% is influenced by other factors outside the study.

Key words: Greenpeace Indonesia, Accessing Instagram, Awareness

Judul Skripsi : **PENGARUH MENGAKSES MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM @GREENPEACEID
TERHADAP KESADARAN FOLLOWERS
DALAM MENJAGA LINGKUNGAN**

Nama Mahasiswa : **Kelvin Gabriza Neldi**

Nomor Pokok Mahasiswa : 2116031040

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



1. Komisi Pembimbing

Ahmad Riza Faizal, S.Sos., IMDLL.
NIP 198009292005011002

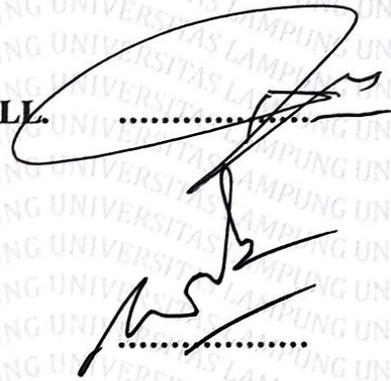
2. Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

Agung Wibawa, S.Sos.I., M.Si.
NIP 198109262009121004

MENGESAHKAN

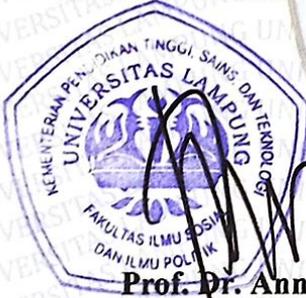
1. Tim Penguji

Ketua : **Ahmad Riza Faizal, S.Sos., IMDLL.**



Penguji Utama : **Wulan Suciska, S.I.Kom., M.Si.**

2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Prof. Dr. Anna Gustina Zainal, S.Sos., M.Si.
NIP 197608212000032001



Tanggal Lulus Ujian Skripsi: **23 Mei 2025**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Kelvin Gabriza Neldi
NPM : 2116031040
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Alamat : Tanjung Senang, Bandar Lampung
No. Handphone : 085367503859

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul **“PENGARUH MENGAKSES MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @GREENPEACEID TERHADAP KESADARAN FOLLOWERS DALAM MENJAGA LINGKUNGAN”** adalah benar-benar hasil karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat (milik orang lain) atau pun dibuat oleh orang lain.

Apabila dikemudian hari hasil penelitian atau tugas akhir saya ada pihak-pihak yang merasa keberatan, maka saya akan bertanggung jawab dengan peraturan yang berlaku dan siap untuk dicabut gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dalam keadaan tekanan dari pihak manapun.

Bandar Lampung, 22 Mei 2025
Yang membuat pernyataan,



Kelvin Gabriza Neldi
NPM 2116031040

RIWAYAT HIDUP



Penulis memiliki nama lengkap Kelvin Gabriza Neldi, lahir di Kota Bandar Lampung pada tanggal 10 Mei 2003. Penulis merupakan anak kedua dari dua bersaudara, putra dari Bapak Darmadi dan Ibu Darnela. Penulis menempuh pendidikan Sekolah Dasar di SDN 1 Perumnas Way Halim dan lulus pada tahun 2015, pendidikan Sekolah Menengah Pertama di SMPN 4 Bandar Lampung dan lulus pada tahun 2018, lalu pendidikan Sekolah Menengah Atas di SMAN 5 Bandar Lampung dan lulus pada tahun 2021. Setelah itu, penulis melanjutkan pendidikan di perguruan tinggi Universitas Lampung, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Jurusan Ilmu Komunikasi dengan melalui jalur Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SBMPTN) pada tahun 2021.

Selama menempuh pendidikan sebagai mahasiswa di Universitas Lampung, penulis aktif pada Himpunan Mahasiswa Jurusan (HMJ) Ilmu Komunikasi bidang *Research and Development* pada periode 2022-2023. Pada masa perkuliahan, penulis mengikuti program Magang Mandiri Mitra FISIP Universitas Lampung di Komisi Pemilihan Umum Provinsi Lampung khususnya bagian Partisipasi dan Hubungan Masyarakat (Parmas) pada tahun 2023. Lalu, penulis juga mengikuti program Magang dan Studi Independen Bersertifikat (MSIB) di Bank BTPN Syariah sebagai Fasilitator Pendamping pada tahun 2024.

PERSEMBAHAN

Dengan penuh kerendahan hati dan ketulusan cinta,
karya ini penulis persembahkan sebagai tanda bakti dan ungkapan terima kasih,
kepada kedua orang tua tercinta:

DARMADI (Alm) & DARNELA

Yang selalu menjadi alasan utama penulis untuk terus berjuang.

MOTTO

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(Q.S. Al-Baqarah: 286)

SANWACANA

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Mengakses Media Sosial Instagram @greenpeaceid Terhadap Kesadaran *Followers* Dalam Menjaga Lingkungan” sebagai salah satu persyaratan meraih gelar Sarjana Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung.

Penulis sadar bahwasanya skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan tidak luput dari berbagai kekurangan serta kelemahan. Akan tetapi, penulis selalu berusaha dengan maksimal dalam menyusun skripsi ini berdasarkan kemampuan maupun pengetahuan yang dimiliki oleh penulis. Skripsi ini juga dapat terselesaikan berkat bantuan dari berbagai pihak kepada penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ungkapan terima kasih dari lubuk hati yang paling dalam kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Ir. Lusmeilia Afriani, D.E.A., I.P.M., Asean Eng., selaku Rektor Universitas Lampung.
2. Ibu Prof. Dr. Anna Gustina Zainal, S.Sos., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
3. Bapak Agung Wibawa, S.Sos.I., M.Si., selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Lampung.
4. Bapak Ahmad Rudy Fardiyani S.Sos., M.Si., selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Lampung.
5. Bapak Ahmad Riza Faizal, S.Sos., IMDLL., selaku dosen pembimbing akademik sekaligus dosen pembimbing skripsi, yang senantiasa memberikan waktu, arahan, ilmu, dan pengetahuan yang sangat bermanfaat sehingga penulis dapat mencapai titik akhir perkuliahan serta menyelesaikan skripsi ini.

6. Ibu Wulan Suciska, S.I.Kom., M.Si., selaku dosen pembahas skripsi yang selalu memberikan kritik, saran, maupun masukan membangun untuk kesempurnaan skripsi ini.
7. Seluruh dosen, staff administrasi, karyawan, dan seluruh keluarga besar Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Lampung yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu, terima kasih untuk pengetahuan, dukungan, serta bantuan yang telah diberikan selama ini.
8. Kedua orang tua penulis, Darmadi (Alm) dan Darnela. Terima kasih atas segala doa yang dipanjatkan untuk penulis, baik tersirat maupun tersurat. Terima kasih untuk semua kasih sayang yang abadi dan tidak akan pernah padam. Terima kasih untuk seluruh nasihat yang disampaikan. Terima kasih karena telah menjadi contoh yang baik untuk penulis agar menjadi manusia yang utuh dan pantang menyerah. Untuk Papah, walaupun Papah sudah berpulang beberapa tahun yang lalu, Papah akan selamanya hidup di hati dan pikiranku. Untuk Mamah, tempat dimana aku pulang, aku akan selalu berusaha memberikan yang terbaik untukmu. Terima kasih banyak untuk semuanya.
9. Kakak satu-satunya penulis, Ogi Afria Neldi. Terima kasih telah menjadi kakak yang selalu mengajarkan bagaimana selayaknya menjadi seorang laki-laki yang bertanggung jawab dan selalu kuat saat menghadapi suatu masalah.
10. Keluarga besar penulis, terima kasih karena senantiasa memberikan bantuan dan dukungan baik berupa moril ataupun materiil.
11. Alya Nirwana, terima kasih untuk segala ucap yang membangun rasa semangat, terima kasih karena selalu siap mendengar berbagai keluh kesah, dan terima kasih karena selalu memberikan berbagai macam bentuk dukungan yang tidak pernah berakhir.
12. Teman seperjuangan penulis, Alya, Ardy, Diah, Ernisa, Natasha, Rayhan, Refanda, dan Syakilah, terima kasih karena sudah menjadi teman untuk belajar mengenai skripsi dan menjadi tempat untuk berbagi canda maupun tawa.
13. Teman Himpunan Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi bidang *Research and Development*, terima kasih atas dukungan dan bantuan serta pengalaman menakjubkan yang sangat berharga.

14. Teman satu jurusan Ilmu Komunikasi, terima kasih sudah banyak membantu penulis selama proses perkuliahan.
15. Penulis, terima kasih banyak karena sudah bertahan sejauh ini. Teruslah bertahan dalam kondisi apapun, dan teruslah berusaha untuk semua hal yang ingin diwujudkan
16. Seluruh pihak yang terlibat dalam proses pendidikan penulis yang tidak bisa disebutkan satu-persatu, tanpa mengurangi rasa hormat, penulis ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya untuk semua hal yang sudah diberikan.

Bandar Lampung, Mei 2025

Penulis,

Kelvin Gabriza Neldi

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR TABEL.....	iv
DAFTAR GAMBAR	vi
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	8
1.4.1. Secara Teoritis	8
1.4.2. Secara Praktis	9
1.5. Kerangka Pikir	9
1.6. Hipotesis.....	11
II. TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1. Penelitian Terdahulu	12
2.2. Media Baru.....	16
2.3. Media Sosial.....	17
2.4. Instagram.....	19
2.5. Instagram Sebagai Media Komunikasi, Informasi, dan Edukasi	21
2.6. Greenpeace Indonesia Sebagai Organisasi Lingkungan	22
2.7. Instagram Dalam Membangun Kesadaran Menjaga Lingkungan.....	24
2.8. Mengakses Akun Instagram @greenpeaceid	25

2.9. Kesadaran Menjaga Lingkungan.....	27
2.10. Teori <i>Uses and Effect</i>	30
III. METODE PENELITIAN	33
3.1. Tipe Penelitian	33
3.2. Variabel Penelitian	34
3.3. Definisi Konseptual.....	35
3.4. Definisi Operasional.....	36
3.5. Populasi dan Sampel	40
3.5.1. Populasi	40
3.5.2. Sampel	40
3.6. Sumber Data.....	42
3.7. Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.8. Teknik Pengolahan Data	43
3.9. Teknik Pengujian Instrumen	44
3.9.1. Uji Validitas.....	44
3.9.2. Uji Reliabilitas.....	45
3.10. Teknik Analisis Data.....	46
3.11. Uji Hipotesis	47
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	49
4.1. Gambaran Umum Akun Instagram @greenpeaceid	49
4.2. Hasil Pengujian Instrumen	52
4.2.1. Hasil Uji Validitas	52
4.2.2. Hasil Uji Reliabilitas	54
4.3. Hasil Uji Data.....	55
4.3.1. Karakteristik Responden.....	56

4.3.2. Statistik Deskriptif Variabel Mengakses Media Sosial Instagram @greenpeaceid (Variabel X)	58
4.3.3. Statistik Deskriptif Variabel Kesadaran <i>Followers</i> Dalam Menjaga Lingkungan (Variabel Y).....	69
4.3.4. Rekapitulasi Kecenderungan Jawaban Responden.....	80
4.3.5. Kategori Persentase Nilai Kumulatif Variabel X dan Y	83
4.4. Hasil Analisis Data.....	86
4.4.1. Uji Normalitas	86
4.4.2. Uji Linearitas	87
4.4.3. Uji Korelasi	88
4.4.4. Uji Regresi Linear Sederhana.....	90
4.4.5. Uji Koefisien Determinasi	93
4.5. Uji Hipotesis	94
4.6. Pembahasan Hasil Penelitian	95
4.6.1. Pembahasan Variabel Mengakses Media Sosial Instagram @greenpeaceid (X).....	96
4.6.2. Pembahasan Variabel Kesadaran <i>Followers</i> Dalam Menjaga Lingkungan (Y)	102
4.6.3. Pengaruh Mengakses Media Sosial Instagram @greenpeaceid Terhadap Kesadaran <i>Followers</i> Dalam Menjaga Lingkungan	107
4.6.4. Pengaruh Mengakses Media Sosial Instagram @greenpeaceid Terhadap Kesadaran <i>Followers</i> Dalam Menjaga Lingkungan Menurut Teori <i>Uses and Effect</i>	110
V. SIMPULAN DAN SARAN.....	114
5.1. Simpulan	114
5.2. Saran.....	115
DAFTAR PUSTAKA	116

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	12
Tabel 3.1. Definisi Operasional	36
Tabel 3.2. Skor Skala Likert	43
Tabel 4.1. Hasil Uji Validitas Variabel X	53
Tabel 4.2. Hasil Uji Validitas Variabel Y	54
Tabel 4.3. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X	55
Tabel 4.4. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y	55
Tabel 4.5. Statistik Deskriptif Variabel X.....	58
Tabel 4.6. Rekapitulasi Jawaban Dimensi Frekuensi	60
Tabel 4.7. Rekapitulasi Jawaban Dimensi Durasi.....	64
Tabel 4.8. Rekapitulasi Jawaban Dimensi Atensi.....	68
Tabel 4.9. Statistik Deskriptif Variabel Y	69
Tabel 4.10. Rekapitulasi Jawaban Dimensi Kognitif.....	72
Tabel 4.11. Rekapitulasi Jawaban Dimensi Afektif.....	76
Tabel 4.12. Rekapitulasi Jawaban Dimensi Konatif	79
Tabel 4.13. Rekapitulasi Kecenderungan Jawaban Responden (X)	80
Tabel 4.14. Rekapitulasi Kecenderungan Jawaban Responden (Y)	81
Tabel 4.15. Rekapitulasi Kecenderungan Jawaban Responden (XY).....	81
Tabel 4.16. Kategori Persentase Nilai Kumulatif Variabel X dan Y	84
Tabel 4.17. Persentase Nilai Kumulatif Variabel X.....	84
Tabel 4.18. Persentase Nilai Kumulatif Variabel Y.....	85
Tabel 4.19. Hasil Uji Normalitas	87
Tabel 4.20. Hasil Uji Linearitas	88
Tabel 4.21. Hasil Uji Korelasi.....	89
Tabel 4.22. Interpretasi Koefisien Korelasi	90

Tabel 4.23. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	90
Tabel 4.24. Hasil Uji Koefisien Determinasi	93
Tabel 4.25. Hasil Uji T.....	95

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Data Capaian Timbulan Sampah di Indonesia Tahun 2024.....	2
Gambar 1.2. Media Sosial dengan Pengguna Terbanyak di Indonesia.....	4
Gambar 1.3. Hasil Survei Online Tujuan Penggunaan Media Sosial 2024	5
Gambar 1.4. Kerangka Pikir.....	10
Gambar 2.1. Elemen Praksis Dalam Komunikasi Lingkungan.....	25
Gambar 4.1. Profil Akun Instagram @greenpeaceid	50
Gambar 4.2. Unggahan Akun @greenpeaceid Mengenai Sampah.....	51
Gambar 4.3. Contoh Deskripsi Unggahan Akun @greenpeaceid.....	51
Gambar 4.4. Contoh Isi Kolom Komentar Akun @greenpeaceid	52
Gambar 4.5. Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
Gambar 4.6. Data Responden Berdasarkan Usia	56
Gambar 4.7. Data Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	57
Gambar 4.8. Dimensi Frekuensi 1.....	59
Gambar 4.9. Dimensi Frekuensi 2.....	59
Gambar 4.10. Dimensi Frekuensi 3	60
Gambar 4.11. Dimensi Durasi 1	61
Gambar 4.12. Dimensi Durasi 2.....	62
Gambar 4.13. Dimensi Durasi 3.....	63
Gambar 4.14. Dimensi Durasi 4.....	64
Gambar 4.15. Dimensi Atensi 1	65
Gambar 4.16. Dimensi Atensi 2	65
Gambar 4.17. Dimensi Atensi 3	66
Gambar 4.18. Dimensi Atensi 4	67
Gambar 4.19. Dimensi Atensi 5	68
Gambar 4.20. Dimensi Kognitif 1	70

Gambar 4.21. Dimensi Kognitif 2.....	70
Gambar 4.22. Dimensi Kognitif 3.....	71
Gambar 4.23. Dimensi Kognitif 4.....	72
Gambar 4.24. Dimensi Afektif 1.....	73
Gambar 4.25. Dimensi Afektif 2.....	74
Gambar 4.26. Dimensi Afektif 3.....	75
Gambar 4.27. Dimensi Afektif 4.....	75
Gambar 4.28. Dimensi Konatif 1.....	77
Gambar 4.29. Dimensi Konatif 2.....	77
Gambar 4.30. Dimensi Konatif 3.....	78
Gambar 4.31. Dimensi Konatif 4.....	79

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Isu mengenai lingkungan terus mendapat perhatian luas oleh dunia internasional. Hal ini dikarenakan isu lingkungan merupakan salah satu hal yang sangat penting dan dapat memengaruhi kualitas hidup secara langsung maupun kualitas hidup di masa yang akan datang. Isu lingkungan yang ada di Indonesia tidak hanya terbatas pada permasalahan rusaknya terumbu karang, deforestasi hutan, ataupun berbagai macam polusi, akan tetapi terdapat suatu permasalahan besar yang belum terselesaikan dan akan semakin parah jika tidak ada langkah dalam menanganinya. Isu lingkungan tersebut merupakan permasalahan sampah yang semakin meningkat hingga saat ini. Salah satu faktor utama penyebab timbulnya sampah-sampah tersebut adalah karena tingginya jumlah penduduk. Hal ini dikarenakan semakin tinggi jumlah penduduk dan aktivitasnya, maka akan semakin banyak pula sampah yang ditimbulkan dan menumpuk.

Pada tahun 2024, Indonesia menghasilkan 31.326.952,27 ton timbulan sampah pertahunnya yang terdiri dari berbagai macam sampah termasuk sampah yang membutuhkan waktu cukup lama untuk dapat terurai secara alami. Adapun sampah yang tidak terkelola setiap tahunnya mencapai berat 12.596.865,12 ton pertahun (Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional, Mar. 2025). Berdasarkan data tersebut, jumlah sampah yang dihasilkan di Indonesia sangatlah besar dan berdampak buruk bagi lingkungan hidup. Sampah tersebut dapat menimbulkan berbagai macam penyakit dan masalah lingkungan seperti pencemaran air, polusi udara, hingga bencana alam banjir yang dapat disebabkan oleh penumpukan sampah plastik. Hal ini disebabkan

karena sampah plastik merupakan sampah yang sangat sulit dan membutuhkan waktu yang sangat lama agar dapat terurai secara alami.

Data capaian dibawah ini adalah hasil dari penginputan data yang dilakukan oleh 287 Kabupaten/kota se-Indonesia pada tahun 2024



Gambar 1.1. Data Capaian Timbulan Sampah di Indonesia Tahun 2024

(Sumber: SIPSN, 2025)

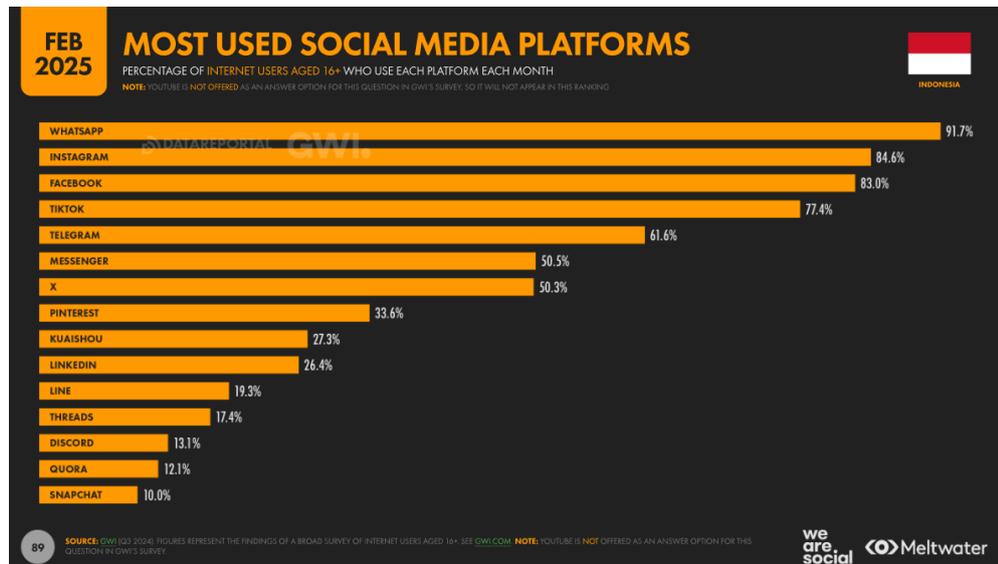
Walaupun sampah menjadi permasalahan serius di Indonesia, implikasi masyarakat tergolong sangat rendah. Dari data yang didapat berdasarkan Badan Pusat Statistik (dalam Laporan Indeks Perilaku Ketidakpedulian Lingkungan Hidup Indonesia, 2018), sebanyak 72% masyarakat Indonesia tidak melakukan pengelolaan sampah, dan hanya 28% masyarakat yang mengelola sampah di rumahnya. Hal ini menunjukkan bahwasanya masyarakat Indonesia memiliki kesadaran terhadap pengelolaan sampah yang masih tergolong sangat rendah.

Penelitian lain mengatakan bahwasanya masyarakat Indonesia memiliki kesadaran yang cukup rendah tentang bahaya yang timbul dari membuang sampah sembarangan. Masih sangat banyak masyarakat yang tidak dapat mengelola sampah dengan baik, bahkan masih banyak yang membuang sampah sembarangan, terutama di tempat-tempat umum seperti jalan raya atau bahkan sungai. Berdasarkan observasi lapangan, Hannandito & Aryanto (2020) mengatakan sebuah fenomena yang terjadi yaitu membuang sampah sembarangan, masih sering terjadi dan dapat dilihat secara langsung di Indonesia. Banyak sampah yang dibuang sembarangan seperti di tanah

kosong tidak terpakai, sungai, aliran air, ataupun di tepi jalan. Beberapa tempat di Surabaya Barat, tepatnya di Jalan Mayjen Yono Swoyo, Jalan Darmo Permai Selatan, Jalan Dukuh Kupang Utara I, dan Jalan Unesa banyak sampah yang menumpuk. Tidak hanya itu, pada kegiatan *Car Free Day*, yaitu hari bebas kendaraan yang rutin dilaksanakan setiap hari minggu khususnya di Ibukota Jakarta juga memperlihatkan kurangnya kesadaran masyarakat terhadap kebersihan lingkungan. Wahyudi et al. (2020) mengatakan kegiatan *Car Free Day* yang seharusnya digunakan untuk berolahraga maupun bersantai ini justru menuai banyak permasalahan, salah satunya adalah masalah sampah. Saat *Car Free Day* berlangsung terlihat begitu banyak sampah yang berserakan di sepanjang jalan. Dari penelitian-penelitian tersebut, hal yang terjadi di beberapa titik Kota Surabaya Barat dan kondisi saat *Car Free Day* di Ibukota Jakarta dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa masyarakat Indonesia masih banyak yang membuang sampah sembarangan dan kurang sadar akan pentingnya menjaga lingkungan terutama dalam hal pengelolaan sampah.

Media baru merupakan suatu bentuk dari teknologi baru yang mampu memperluas penyebaran informasi bagi masyarakat. Dalam media baru juga terdapat interaksi timbal balik dikarenakan komunikasi dapat merespon informasi yang disebar sebagai bentuk pertukaran informasi (Habibah & Irwansyah, 2021). Media sosial merupakan bentuk dari media baru yang ada pada saat ini. Media sosial memungkinkan pengguna untuk merepresentasikan diri atau berkomunikasi dengan pengguna lain secara virtual (Nasrullah, 2015). Instagram merupakan salah satu media sosial yang sangat populer di Indonesia hingga saat ini. Media sosial Instagram menjadi salah satu media yang memiliki pengaruh besar kepada publik sebagai penyebar informasi. Hal ini dikarenakan Instagram sangat mudah untuk diakses, bersifat menarik dan interaktif, serta dapat menjangkau audiens yang beragam dan sangat luas.

Berdasarkan data yang diperoleh dari We Are Social (2025), media sosial yang diluncurkan pada tahun 2010 lalu ini menduduki posisi kedua sebagai media sosial yang paling sering digunakan di Indonesia setelah media sosial WhatsApp. Hal ini membuktikan bahwasanya Instagram memiliki pengguna yang sangat banyak dan sangat luas di Indonesia sehingga menjadikan Instagram sebagai salah satu media sosial yang berpengaruh besar dalam penyebaran informasi di masyarakat. Pada media sosial Instagram, pengguna dapat membagikan suatu informasi ataupun kegiatan sehari-hari yang mereka lakukan kepada publik, baik berupa foto ataupun video. Pengguna juga dapat menuliskan keterangan pada foto ataupun video tersebut sehingga informasi yang dibagikan dapat dilihat secara rinci oleh pengguna lain.

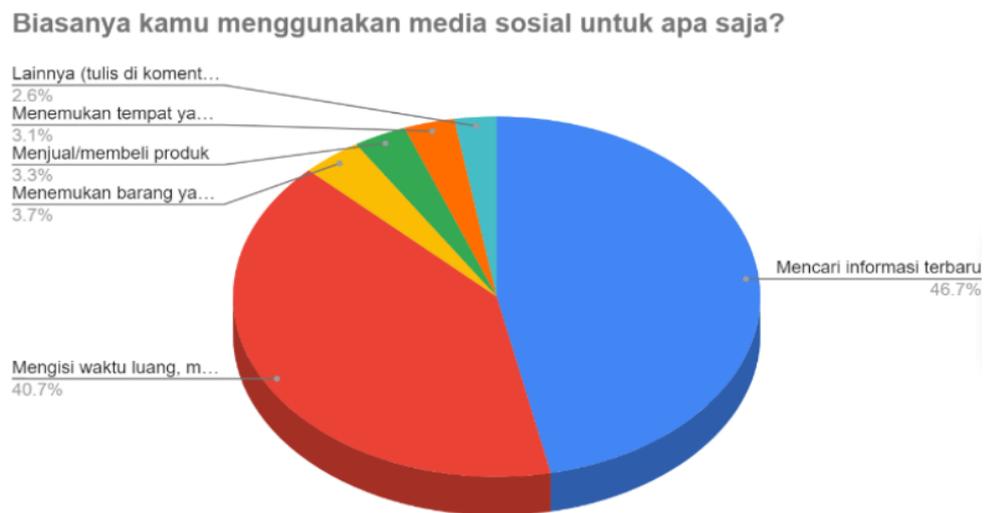


Gambar 1.2. Media Sosial dengan Pengguna Terbanyak di Indonesia

(Sumber: We Are Social, 2025)

Media sosial Instagram menjadi salah satu media komunikasi digital yang sering dimanfaatkan oleh penggunanya untuk menyebarkan dan memperoleh informasi serta edukasi melalui unggahan-unggahan yang terdapat di Instagram. Hal ini selaras dan diperkuat oleh data yang didapat berdasarkan survei secara *online* oleh Populix (2024), bahwasanya tujuan penggunaan media sosial yang paling besar adalah untuk mencari informasi terbaru. Dalam media sosial, informasi-informasi yang diberikan biasanya berupa

konten, baik berupa foto ataupun video. Konten informasi edukasi inilah yang dapat menambah pengetahuan dan wawasan bagi pengguna media sosial, dalam hal ini pengguna Instagram. Konten berupa informasi dan edukasi yang diunggah melalui media sosial Instagram dapat menjadi media rujukan dalam memenuhi kebutuhan informasi, sehingga dapat menambah ilmu pengetahuan, wawasan, dan dapat diterapkan pada kehidupan sehari-hari (Sari & Basit, 2020). Oleh karena itu, dengan adanya konten-konten informasi dan edukasi pada media sosial khususnya Instagram, maka dapat disimpulkan perilaku seseorang dapat berubah, contohnya seperti melakukan sebuah aksi atau tindakan tertentu.



Gambar 1.3. Hasil Survei *Online* Tujuan Penggunaan Media Sosial 2024

(Sumber: Populix, 2024)

Instagram dipercaya sebagai media untuk menyebarkan informasi dan edukasi terkait komunikasi lingkungan. Menurut Oepen (dalam Wahyudin, 2017), komunikasi lingkungan merupakan suatu rencana atau strategi untuk mendukung efektivitas dalam pembuatan kebijakan, partisipasi publik, dan implementasinya pada lingkungan melalui proses komunikasi serta produk media. Dengan kata lain, komunikasi lingkungan juga dapat diartikan sebagai sarana untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai lingkungan. Pada saat ini, media sosial khususnya Instagram menjadi suatu

media yang sangat erat dan berpengaruh signifikan dalam kehidupan sehari-hari. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Natasari (2024), hasil analisis menunjukkan bahwa akun Instagram Pandawara sangat efektif untuk membangun kesadaran mengenai lingkungan dan menggerakkan suatu tindakan positif. Hal ini membuktikan bahwasanya media sosial Instagram dapat menjadi alat efektif untuk membuat perubahan yang positif dalam hal menangani isu lingkungan. Akun yang membahas mengenai isu lingkungan bukan hanya Pandawara saja, akan tetapi cukup banyak akun Instagram pada saat ini yang menerapkan komunikasi lingkungan melalui konten-konten berupa foto ataupun video, salah satu yang terbesar di Indonesia adalah akun Instagram @greenpeaceid.

Greenpeace merupakan suatu organisasi kampanye independen yang mengungkap masalah-masalah lingkungan global dengan menggunakan aksi konfrontatif, kreatif, dan tanpa kekerasan. Selain itu, Greenpeace mendukung solusi-solusi yang memungkinkan terwujudnya masa depan yang ramah lingkungan dan damai. Greenpeace juga termasuk Lembaga Swadaya Masyarakat yang memiliki kebijakan tidak menerima donasi dari pemerintah dan Perusahaan. Hal ini dilakukan untuk menjaga independensi karena Greenpeace merupakan organisasi dengan independensi politik dan finansial. Greenpeace berusaha menghentikan dan menentang perusakan lingkungan yang sedang terjadi dan memberikan solusi terhadap praktek perusakan lingkungan tersebut salah satunya dengan kampanye melalui media sosial (Greenpeace Indonesia, 2025).

Greenpeace memiliki banyak cabang wilayah di berbagai belahan dunia, salah satunya di Indonesia. Greenpeace Indonesia juga memiliki beberapa akun media sosial, dan salah satunya adalah media sosial Instagram. Akun Instagram Greenpeace Indonesia yaitu @greenpeaceid memiliki jumlah pengikut sebanyak 764 ribu (per 2 Maret 2025) dan diperkirakan akan terus bertambah seiring berjalannya waktu. Hal ini membuktikan bahwa Greenpeace Indonesia mampu menarik banyak orang dan menjadikan akun

Instagram @greenpeaceid menjadi salah satu akun terbesar di Indonesia yang membahas mengenai isu lingkungan. Greenpeace Indonesia kerap kali mengunggah berbagai hal mengenai isu lingkungan yang terjadi, termasuk masalah sampah plastik di Indonesia. Unggahan-unggahan tersebut berisi informasi mengenai kerusakan lingkungan dan dampak yang dapat ditimbulkan dari kerusakan tersebut. Greenpeace Indonesia juga memberikan edukasi mengenai pentingnya menjaga lingkungan dengan beberapa cara yang dapat dilakukan, antara lain yaitu menggunakan produk ramah lingkungan dan mengurangi produk berbahan plastik terutama plastik sekali pakai. Oleh karena itu, informasi dan edukasi yang disampaikan dalam unggahan-unggahan media sosial Greenpeace Indonesia tersebut dinilai dapat menumbuhkan serta meningkatkan kesadaran dalam menjaga lingkungan.

Dalam penelitian ini, peneliti akan melihat pengaruh mengakses media sosial Instagram @greenpeaceid terhadap kesadaran *followers* dalam menjaga lingkungan yang meliputi tidak membuang sampah sembarangan, mengurangi penggunaan produk plastik sekali pakai, menggunakan barang yang *reusable*, dan mengikuti kegiatan-kegiatan sosial dalam membersihkan sampah. Media sosial Instagram khususnya akun @greenpeaceid diambil peneliti sebagai media informasi dan edukasi masyarakat Indonesia mengenai kesadaran menjaga lingkungan. Hal ini dilakukan karena Instagram dinilai dapat menjangkau audiens secara luas dibandingkan dengan media lama yang minim audiens. Tidak hanya itu, akun Instagram @greenpeaceid juga dipilih dikarenakan Greenpeace merupakan organisasi resmi berskala internasional yang melakukan pendekatan komunikasi dengan berbasis pada data ilmiah dan laporan riset. Pada penelitian ini, peneliti akan mengambil responden yang merupakan *followers* akun Instagram @greenpeaceid dikarenakan peneliti ingin melihat dampak yang dapat ditimbulkan dari mengakses akun Instagram @greenpeaceid sebagai media komunikasi lingkungan yang menyajikan informasi dan edukasi terutama mengenai sampah dapat memiliki dampak bagi *followers*-nya. Selanjutnya, sampel pada penelitian ini

memiliki karakteristik yaitu pengguna media sosial Instagram yang mengikuti akun Instagram @greenpeaceid.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan di atas, permasalahan yang hendak diteliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Adakah pengaruh mengakses media sosial Instagram @greenpeaceid terhadap kesadaran *followers* dalam menjaga lingkungan?
2. Seberapa besar pengaruh mengakses media sosial Instagram @greenpeaceid terhadap kesadaran *followers* dalam menjaga lingkungan?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Mengetahui pengaruh mengakses media sosial Instagram @greenpeaceid terhadap kesadaran *followers* dalam menjaga lingkungan.
2. Mengetahui besaran pengaruh mengakses media sosial Instagram @greenpeaceid terhadap kesadaran *followers* dalam menjaga lingkungan.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan baru yang bermanfaat dalam bidang ilmu komunikasi khususnya pada aspek Media Baru dan Komunikasi Lingkungan. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya dengan pokok permasalahan sejenis.

1.4.2. Secara Praktis

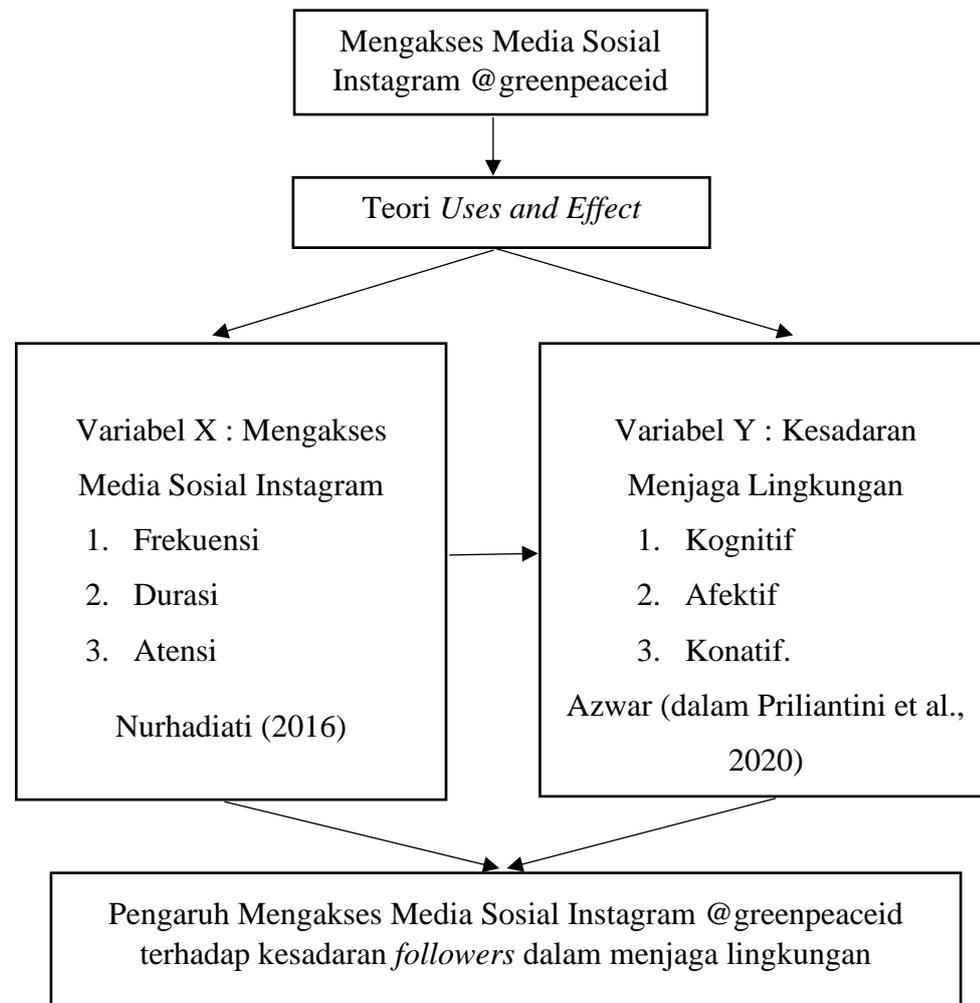
Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai acuan dan wawasan kepada peneliti selanjutnya serta bagi para pembaca mengenai pengaruh mengakses media sosial Instagram yang membahas isu lingkungan terhadap kesadaran *followers* dalam menjaga lingkungan. Selain itu, penelitian ini penting guna pembuatan skripsi yang merupakan salah satu syarat akademik untuk mendapatkan gelar sarjana Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.

1.5. Kerangka Pikir

Menurut Aulia (2024) kerangka pikir merupakan landasan pemikiran logis dalam penelitian dan menjadi pedoman dalam menyelesaikan permasalahan yang akan diteliti. Pada penelitian ini, yang menjadi variabel independen (X) adalah mengakses media sosial Instagram @greenpeaceid. Adapun dimensi variabel X adalah frekuensi, durasi, dan atensi. Sedangkan untuk variabel dependen (Y) adalah kesadaran *followers*-nya dalam menjaga lingkungan dengan cara tidak membuang sampah sembarangan, mengurangi penggunaan produk plastik sekali pakai, menggunakan barang yang *reusable*, dan mengikuti kegiatan-kegiatan sosial dalam membersihkan sampah. Adapun dimensi variabel Y adalah kognitif, afektif, dan konatif.

Penelitian ini menggunakan teori *uses and effect* yang pertama kali dikemukakan pada tahun 1979 oleh Sven Windahl. Teori ini bermula dari pendekatan teori *uses and gratification* dengan teori tradisional mengenai efek. Teori *uses and effect* mengungkapkan bahwasanya kebutuhan hanya merupakan salah satu faktor penyebab individu menggunakan suatu media. Penggunaan media juga dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti karakteristik individu, harapan yang diinginkan individu, persepsi individu terhadap media, dan tingkat akses individu terhadap suatu media.

Pada teori *uses and effect*, pengguna secara aktif dapat memilih suatu media yang dapat memberikan dan memenuhi harapannya. Akan tetapi, teori ini lebih menitikberatkan pada efek yang ditimbulkan media pada penggunanya, bukan apa yang individu lakukan pada mediana. Jika penelitian ini dikaitkan dengan teori *uses and effect*, mengakses media sosial Instagram @greenpeaceid yang merupakan akun mengenai isu lingkungan diasumsikan akan menimbulkan sebuah efek, baik positif maupun negatif terhadap *followers*-nya. Efek yang dapat ditimbulkan dari konten informasi dan edukasi oleh @greenpeaceid kepada *followers* dapat berbeda-beda sesuai dengan cara menyikapi konten tersebut dan juga sesuai dengan frekuensi, durasi, serta atensi masing-masing *followers*.



Gambar 1.4. Kerangka Pikir

(Sumber: Diolah oleh peneliti, 2025)

1.6. Hipotesis

Hipotesis dalam sebuah penelitian adalah dugaan atau pernyataan awal yang dibuat untuk memecahkan permasalahan pada penelitian. Hipotesis bersifat sementara dan akan diuji untuk membuktikan kebenarannya melalui penelitian serta pengumpulan data. Oleh karena itu, untuk menetapkan atau mengonfirmasi kebenaran terkait dengan suatu permasalahan diperlukan tahap pengujian. Hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

H_0 : Tidak terdapat pengaruh mengakses akun media sosial Instagram @greenpeaceid terhadap kesadaran *followers* dalam menjaga lingkungan.

H_a : Terdapat pengaruh mengakses akun media sosial Instagram @greenpeaceid terhadap kesadaran *followers* dalam menjaga lingkungan.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Peneliti menggunakan sumber literatur terdahulu yang relevan sebagai acuan untuk membantu dan mempermudah dalam menyusun penelitian ini. Penelitian terdahulu juga digunakan untuk menghindari duplikasi serta menghindari kemungkinan terulangnya kesalahan yang sudah terjadi.

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu

No	Penelitian Terdahulu	Keterangan
1.	Peneliti	Putri Rahmadhani dan Ira Dwi Mayang Sari, Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom Bandung, Tahun 2022.
	Judul Penelitian	Pengaruh Media Sosial Twitter @Greenpeace.Id Terhadap Sikap Peduli Lingkungan.
	Metode dan Tipe Penelitian	Penelitian yang dilakukan oleh Putri Rahmadhani dan Ira Dwi Mayang Sari menggunakan metode deskriptif kuantitatif dan dilandasi dengan paradigma positivisme. Penelitian ini juga menggunakan angket sebagai instrumen penelitian yang disebar kepada 100 responden.
	Hasil Penelitian	Akun Twitter @GreenpeaceID berpengaruh signifikan terhadap sikap peduli lingkungan, seperti yang dibuktikan oleh hasil perhitungan koefisiensi determinasi sebesar 23,8%. Hal ini menunjukkan bahwa akun tersebut membawa

		pengaruh sebesar 23,8% sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.
	Perbandingan	Dalam penelitian Putri Rahmadhani dan Ira Dwi Mayang Sari meneliti mengenai pengaruh media sosial Twitter @Greenpeace.Id terhadap sikap peduli lingkungan. Sedangkan pada penelitian ini, meneliti mengenai pengaruh mengakses media sosial Instagram @greenpeaceid terhadap kesadaran menjaga lingkungan. Selanjutnya, penelitian Putri Rahmadhani dan Ira Dwi Mayang Sari menggunakan teori S-O-R, sedangkan penelitian ini menggunakan teori <i>Uses and Effect</i> .
	Persamaan	Penelitian ini memiliki kesamaan karena menggunakan metode kuantitatif serta membahas tentang menjaga lingkungan yang dipengaruhi oleh penggunaan media baru khususnya media sosial.
	Kontribusi Penelitian	Peneliti mendapatkan referensi dan gambaran mengenai kesadaran khalayak dalam menjaga lingkungan yang dipengaruhi oleh penggunaan media sosial.
2.	Peneliti	Septa Yuvela Utami, Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung, Tahun 2024.
	Judul Penelitian	Pengaruh Mengakses Media Sosial <i>Green Influencer</i> Terhadap Kesadaran <i>Followers</i> Dalam Menjaga Lingkungan (Studi pada Akun Instagram @pandawaragroup).
	Metode dan Tipe Penelitian	Penelitian yang dilakukan oleh Septa Yuvela Utami menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei dengan membagikan kuesioner kepada 100 orang responden.

	Hasil Penelitian	Terdapat pengaruh positif dalam mengakses media sosial Instagram @pandawaragroup terhadap kesadaran pengikutnya dalam menjaga lingkungan. Variabel X berpengaruh sebesar 73,7% dan 26,3% dipengaruhi oleh faktor lain.
	Perbandingan	Dalam penelitian yang dilakukan oleh Septa Yuvela Utami, objek yang diteliti merupakan <i>green influencer</i> . Sedangkan pada penelitian ini, objek yang diteliti merupakan sebuah organisasi atau Lembaga Swadaya Masyarakat yang membahas isu lingkungan pada saat ini.
	Persamaan	Penelitian ini memiliki kesamaan dalam menggunakan pendekatan kuantitatif serta membahas tentang menjaga lingkungan pada ruang lingkup pengguna media sosial khususnya <i>followers</i> akun Instagram tentang lingkungan.
	Kontribusi Penelitian	Peneliti menggunakan penelitian Septa Yuvela Utami sebagai referensi mengenai alur penelitian tentang mengakses media sosial terhadap efek yang dapat ditimbulkannya.
3.	Peneliti	Emmanuel Vinnesia Tulandi, Maulana Rifai, dan Fardiah Oktariani Lubis, Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Singaperbangsa Karawang, Tahun 2021.
	Judul Penelitian	Strategi Komunikasi Akun Instagram UbahStigma Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Mengenai Kesehatan Mental.
	Metode dan Tipe Penelitian	Penelitian yang dilakukan oleh Emmanuel Vinnesia Tulandi, Maulana Rifai, dan Fardiah Oktariani Lubis menggunakan metode kualitatif dengan paradigma konstruktivisme. Pendekatan

		yang digunakan adalah pendekatan studi kasus dengan mewawancarai anggota komunitas UbahStigma.
	Hasil Penelitian	Strategi komunikasi yang dilakukan oleh UbahStigma adalah dengan menggunakan media sosial Instagram dalam meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai kesehatan mental menghasilkan dua macam faktor yaitu pendukung dan penghambat. Faktor pendukung antara lain yaitu dukungan sesama komunitas, <i>followers</i> , <i>influencer</i> , praktisi kesehatan mental, dan psikolog. Sedangkan hasil yang menjadi faktor penghambat adalah kesalahan <i>followers</i> dalam memahami unggahan oleh UbahStigma serta isi pesan yang akan diberikan harus <i>detail</i> .
	Perbandingan	Dalam penelitian yang dilakukan oleh Emmanuel Vinnesia Tulandi, Maulana Rifai, dan Fardiah Oktariani Lubis teori yang digunakan, yaitu teori nilai harapan sedangkan pada penelitian ini menggunakan teori <i>uses and effect</i> . Selanjutnya metode yang digunakan yaitu kualitatif, sedangkan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif.
	Persamaan	Penelitian ini sama-sama meneliti media sosial Instagram sebagai objek dan membahas mengenai kesadaran individu.
	Kontribusi Penelitian	Peneliti menggunakan penelitian yang dilakukan oleh Emmanuel Vinnesia Tulandi, Maulana Rifai, dan Fardiah Oktariani Lubis sebagai gambaran mengenai faktor pendukung dan faktor penghambat pada penyampaian informasi serta edukasi di media sosial khususnya Instagram.

(Sumber: Diolah oleh peneliti dari berbagai sumber, 2025)

2.2. Media Baru

Seiring perkembangan teknologi pada saat ini, khususnya bidang informasi dan komunikasi, terjadi suatu perubahan di berbagai aspek pada kehidupan sehari-hari. Salah satu bentuk dari berkembangnya teknologi ditandai dengan munculnya media baru. Media baru merupakan suatu perangkat teknologi yang dapat memperluas penyebaran bagi masyarakat. McQuail (dalam Habibah & Irwansyah, 2021) menyatakan media baru merupakan seperangkat teknologi sistem transmisi yang terdiri dari kabel dan satelit, miniaturisasi, penyimpanan, pencarian informasi, penyajian dari kombinasi gambar dan grafik, serta sistem pengendalian komputer. Dengan kata lain, media baru dapat dikatakan sebagai perangkat teknologi komunikasi baru yang di dalamnya terdapat suatu visualisasi dan informasi. Media baru juga dapat mempermudah penggunaannya dalam mendapatkan informasi dan berkomunikasi karena dapat diakses kapanpun dan dimanapun dengan menggunakan internet.

Menurut Habibah & Irwansyah (2021) terdapat suatu perbedaan antara media lama dengan media baru, yaitu adanya desentralisasi. Hal ini berarti pemilihan informasi tidak bergantung pada komunikator. Media baru memiliki kelebihan untuk meminimalisir adanya hambatan dalam proses komunikasi yang biasanya diakibatkan oleh pemancar siaran lainnya. Media baru juga memungkinkan pengguna untuk saling berinteraksi karena komunikasi berkesempatan merespon informasi yang didapat sebagai bentuk pertukaran informasi. Hal ini yang menunjukkan bahwasanya media baru memiliki sifat yang fleksibel karena isi dan bentuk dari informasi yang diperoleh dapat berubah.

Terdapat beberapa macam jenis dari media baru, antara lain yaitu media sosial, aplikasi seluler, ataupun situs *online*. Rogers (dalam Habibah & Irwansyah, 2021) menyebutkan media baru memiliki tiga karakter utama, adapun karakter-karakter tersebut adalah sebagai berikut.

1) *Interactivity*

Karakter ini menjelaskan bahwasanya media baru memiliki fitur untuk saling respon terhadap komunikasi dari pengirim yang membuat semua pengguna dalam proses pertukaran informasi berperan aktif.

2) *Demassification*

Karakter ini mengungkapkan bahwa media baru bersifat massal. Hal ini berarti kendali dalam sistem komunikasi pada media baru bergeser dari produsen menjadi konsumen media.

3) *Asynchronous*

Sebuah karakter yang menjelaskan bahwa media baru dapat mengirimkan dan menerima pesan dalam waktu yang diinginkan oleh para pengguna.

Berbagai macam jenis media baru yang hadir hingga saat ini mampu membuka peluang bagi khalayak untuk mendapatkan dan menyebarkan informasi secara masif dengan berbagai cara seperti berkomunikasi antar pengguna, bertukar informasi, hingga membentuk suatu jaringan sosial secara *online*. Tidak hanya itu, media baru juga dapat digunakan sebagai sarana hiburan, pelarian, maupun kepentingan pribadi.

2.3. Media Sosial

Media sosial merupakan salah satu bentuk media baru yang berkembang pesat pada saat ini. Media sosial menjadi medium yang memungkinkan penggunaannya turut serta dalam menyebarkan dan menerima informasi dari pengguna lain dengan saling terhubung di dunia virtual tanpa adanya pembatas. Rafiq (2020) menyimpulkan media sosial merupakan sebuah media *online* dimana orang-orang khususnya penggunaannya dapat dengan mudah bergabung, membuat konten, dan berbagi konten yang meliputi jejaring sosial, dunia virtual, forum, blog, dan wiki. Dengan demikian, media sosial dapat diartikan sebagai media yang mampu membantu penggunaannya saling bertukar informasi, baik dalam bentuk visual, audiovisual, ataupun tulisan yang berlangsung secara *online*.

Media sosial memiliki karakternya tersendiri, Nasrullah (dalam Kartini et al. 2022) menyebutkan terdapat beberapa karakter media sosial sebagai berikut.

1) *Network*

Media sosial dibangun dengan sistem sosial berbentuk jaringan yang memungkinkan penggunanya dapat membentuk suatu komunitas.

2) *Information*

Media sosial memiliki bagian penting berupa informasi, penggunanya dapat membuat konten serta melakukan interaksi yang berisi informasi.

3) *Archive*

Media sosial dapat menyimpan informasi yang telah disebar dalam bentuk arsip sehingga dapat diakses setiap saat dengan berbagai perangkat.

4) *Interactivity*

Media sosial memungkinkan penggunanya saling respon terhadap komunikasi yang terjalin antara satu sama lain.

5) *Simulation of Society*

Media sosial dapat dijadikan sebuah tatanan masyarakat secara virtual atau dunia maya dengan keunikan tertentu oleh penggunanya.

6) *User-Generated Content*

Media sosial memberikan hak kepada penggunanya dalam kebebasan berpartisipasi membuat konten dan mengonsumsi konten.

7) *Dissemination*

Media sosial tidak hanya terbatas membuat dan mengonsumsi suatu konten, akan tetapi pengguna juga dapat menyebarkan konten.

Karakteristik ini membuat informasi dapat dengan mudah menyebar secara luas dan memungkinkan penggunanya untuk saling berkomunikasi serta saling memengaruhi satu sama lain. Pengguna media sosial tidak hanya dapat mengonsumsi konten, akan tetapi dapat membuat dan menyebarkan konten juga. Namun, tidak semua pengguna media sosial berperan aktif dalam memproduksi, mengunggah, ataupun menyebarkan suatu konten. Terdapat juga pengguna media sosial pasif yang tidak terlibat dalam menyebarkan informasi dan hanya menikmati konten yang ada di media sosial saja.

2.4. Instagram

Instagram merupakan sebuah media sosial yang sangat populer di berbagai negara termasuk Indonesia. Pada saat ini, Instagram menjadi salah satu bagian penting bagi kehidupan digital banyak orang. Berdasarkan data yang diperoleh dari We Are Social (2025), media sosial yang diluncurkan pada tahun 2010 lalu ini menduduki posisi kedua sebagai media sosial dengan tingkat paling sering digunakan di Indonesia. Instagram juga dapat disebut sebagai situs jejaring sosial dikarenakan tidak adanya batasan bagi penggunanya untuk saling berkomunikasi dan dapat digunakan dengan berbagai macam perangkat digital. Pada awalnya, Instagram hanya berfungsi untuk berbagi foto, akan tetapi seiring berjalannya waktu, Instagram kini menjadi sebuah wadah untuk berbagi berbagai macam konten berupa foto ataupun video (Sikumbang et al. 2024).

Instagram menyediakan berbagai macam fitur untuk memudahkan penggunanya dalam berkomunikasi, adapun fitur-fitur tersebut antara lain sebagai berikut.

1) *Follow*

Pengguna Instagram dapat saling mengikuti satu sama lain untuk membangun komunikasi dan jaringan pertemanan.

2) *Posts*

Pengguna Instagram dapat berbagi foto ataupun video dan menambahkan keterangan lokasi ataupun menandai teman pada konten yang diunggah.

3) *Reels*

Pengguna Instagram dapat merekam, menyunting, dan membagikan video serta menambahkan efek ataupun musik di dalamnya.

4) *Live*

Pengguna Instagram dapat melakukan siaran langsung atau membagikan kegiatannya secara langsung (*realtime*).

5) *Instagram Story*

Pengguna Instagram dapat membagikan foto atau video singkat dalam format *slideshow* dan akan terhapus setelah 24 jam.

6) *Direct Message*

Pengguna Instagram dapat saling mengirim pesan secara pribadi yang berupa teks, foto, video, ataupun suara.

7) *Explore*

Pengguna Instagram dapat menemukan konten-konten yang sesuai atau relevan dengan minat berdasarkan akun yang diikuti ataupun disukai.

8) *Hashtag*

Pengguna Instagram dapat dengan mudah mencari konten yang diminati dengan sebuah kata kunci yang berisi informasi singkat terkait konten.

9) *Like*

Pengguna Instagram dapat menyukai sebuah unggahan dengan melakukan *double tap* atau menekan ikon *love*.

10) *Comment*

Pengguna Instagram dapat saling menyampaikan dan membalas suatu tanggapan melalui kolom komentar pada sebuah unggahan.

11) *Share*

Pengguna Instagram dapat menyebarluaskan sebuah unggahan kepada pengguna lain secara langsung di Instagram ataupun aplikasi lain.

12) *Mention*

Pengguna Instagram dapat menandai atau menyebut pengguna lainnya dalam sebuah unggahan dengan menggunakan tanda *arroba* (@).

Media sosial khususnya Instagram menjadi salah satu media yang memiliki pengaruh besar kepada publik sebagai penyebar informasi. Hal ini dikarenakan Instagram sangat mudah untuk diakses, bersifat menarik dan interaktif, serta dapat menjangkau audiens yang beragam dan sangat luas. Adanya akun-akun Instagram ataupun konten-konten yang menarik mampu mengundang perhatian banyak orang dan berkemungkinan dapat menimbulkan sebuah fenomena sosial ataupun pengaruh yang besar pada masyarakat, khususnya pengguna Instagram.

2.5. Instagram Sebagai Media Komunikasi, Informasi, dan Edukasi

Pada saat ini, media sosial khususnya Instagram menjadi media yang sangat banyak digunakan oleh masyarakat untuk berkomunikasi secara digital dengan sesama pengguna. Selain menjadi medium untuk berkomunikasi, media sosial Instagram juga dapat dimanfaatkan sebagai media untuk menyajikan dan menyebarkan informasi maupun edukasi secara digital yang dapat membantu penggunaannya dalam memahami suatu hal tertentu. Hal ini didukung oleh salah satu fungsi media sosial yaitu “*to inform*” atau memberikan informasi kepada khalayak (Fitriani, 2021).

Media sosial khususnya Instagram memiliki dampak yang signifikan terhadap pola pikir dan perilaku masyarakat. Media sosial berperan penting membentuk cara masyarakat dalam berkomunikasi, mengakses informasi edukasi, beropini, dan bertindak pada kehidupan sehari-hari. Hal ini disebabkan karena pada media sosial termasuk Instagram, pengguna diberikan kebebasan untuk terlibat langsung dalam diskusi-diskusi, berbagi berbagai macam informasi dan edukasi, serta saling memengaruhi pandangan orang lain (Malinda, 2024).

Karena tidak terbatasnya kebebasan dalam menggunakan Instagram dan juga dapat menjangkau audiens secara cepat serta luas, pengguna dapat dengan mudah untuk saling berkomunikasi dan berbagi informasi termasuk informasi edukasi. Umasugi (2021) menyebutkan bahwasanya edukasi merupakan suatu pemberian pengetahuan tentang hal tertentu sebagai upaya dalam meningkatkan pemahaman masyarakat. Pemahaman yang baik akan menciptakan sebuah pola pikir yang baik juga.

(Sanjaya dalam Pujiono, 2021) mengungkapkan terdapat lima fungsi media sosial sebagai media komunikasi dan informasi edukasi, yaitu:

1) Fungsi Komunikatif

Memudahkan komunikasi dari komunikator atau sumber informasi kepada komunikan atau penerima informasi.

2) Fungsi Motivatif

Mendorong komunikasi agar menjadi lebih semangat dan bergairah dalam menerima informasi edukasi.

3) Fungsi Kebermaknaan

Melalui informasi edukasi yang disampaikan, komunikasi dapat dengan sekaligus mengembangkan aspek kognitif, afektif, dan konatif.

4) Fungsi Penyamaan Persepsi

Mendorong komunikasi agar memiliki pandangan dan opini yang sama terhadap informasi edukasi yang diberikan.

5) Fungsi Individualitas

Komunikasi dengan berbagai macam latar belakang dapat dilayani dengan menggunakan media sosial sebagai sarana informasi edukasi.

Berdasarkan manfaat dan fungsinya, media sosial dalam hal ini Instagram, dapat dijadikan sebagai sarana untuk berkomunikasi, menyampaikan informasi, dan menyampaikan edukasi kepada khalayak. Media sosial juga memiliki dampak yang signifikan terhadap proses dan hasil pembelajaran. Hal ini dikarenakan media sosial dapat merangsang pikiran, perasaan, perhatian, dan minat pengguna saat menerima informasi (Tafonao dalam Pujiono, 2021). Dari berbagai jenis media sosial yang ada pada saat ini, Instagram diharapkan mampu memberikan kemudahan dan cara baru bagi pengguna untuk memperkaya pengetahuan serta meningkatkan pemahaman dengan memperoleh informasi secara digital.

2.6. Greenpeace Indonesia Sebagai Organisasi Lingkungan

Greenpeace merupakan sebuah organisasi kampanye independen yang membahas mengenai masalah-masalah lingkungan global dan memberikan informasi kepada masyarakat dengan menggunakan aksi konfrontatif, kreatif, dan tanpa kekerasan. Selain itu, Greenpeace mendukung solusi-solusi yang memungkinkan terwujudnya masa depan yang ramah lingkungan dan damai. Greenpeace termasuk dalam Lembaga Swadaya Masyarakat yang memiliki kebijakan tidak menerima donasi dari pemerintah dan Perusahaan. Hal ini

dilakukan untuk menjaga independensi karena Greenpeace merupakan organisasi dengan independensi politik dan finansial. Greenpeace berusaha menghentikan dan menentang perusakan lingkungan yang sedang terjadi dan memberikan solusi terhadap praktek perusakan lingkungan tersebut salah satunya dengan kampanye melalui media sosial (Greenpeace Indonesia, 2025). Organisasi lingkungan, dalam hal ini Greenpeace, dapat disimpulkan sebagai organisasi yang dibangun untuk membuat perubahan pada masyarakat khususnya di bidang lingkungan dengan cara memotivasi masyarakat secara berkelanjutan (Rahmadhani & Sari, 2022).

Greenpeace memiliki banyak cabang wilayah di berbagai belahan dunia, salah satunya di Indonesia. Greenpeace Indonesia juga memiliki beberapa akun media sosial, dan salah satunya adalah media sosial Instagram. Akun Instagram Greenpeace Indonesia yaitu @greenpeaceid memiliki jumlah pengikut sebanyak 764 ribu (per 2 Maret 2025) dan diperkirakan akan terus bertambah seiring berjalannya waktu. Hal ini membuktikan bahwa Greenpeace Indonesia mampu menarik perhatian banyak orang dan menjadikan akun Instagram @greenpeaceid menjadi salah satu akun terbesar di Indonesia yang membahas mengenai isu lingkungan pada saat ini. Isu lingkungan atau dapat disebut masalah lingkungan merupakan efek buruk yang timbul akibat tindakan manusia terhadap lingkungan. Iswari & Utomo (dalam Rokhmah & Fauziah, 2021) menyebutkan bahwa faktor utama penyebab terjadinya kerusakan lingkungan secara global adalah karena perilaku manusia yang tidak peduli terhadap lingkungan.

Pada saat ini, di Indonesia terdapat banyak isu lingkungan yang terjadi akibat tindakan-tindakan masyarakat, dan salah satu penyebabnya adalah sampah. Sangat banyak dampak buruk yang dapat timbul dari sampah antara lain yaitu, munculnya berbagai macam penyakit, banjir yang disebabkan karena aliran air tersumbat, perubahan iklim karena gas metana yang dihasilkan oleh sampah, ataupun pencemaran air, udara, serta tanah yang disebabkan oleh penumpukan sampah. Greenpeace Indonesia kerap kali mengunggah

berbagai hal mengenai isu lingkungan yang terjadi, termasuk masalah sampah plastik di Indonesia. Unggahan-unggahan tersebut berisi informasi mengenai kerusakan lingkungan dan dampak yang dapat ditimbulkan dari kerusakan tersebut. Greenpeace Indonesia juga memberikan edukasi tentang pentingnya menjaga lingkungan dengan beberapa cara yang dapat dilakukan antara lain yaitu menggunakan produk ramah lingkungan dan mengurangi produk berbahan plastik terutama plastik sekali pakai. Oleh karena itu, dibutuhkan sebuah organisasi lingkungan seperti Greenpeace Indonesia yang dapat memotivasi dan memengaruhi masyarakat khususnya pengikutnya untuk menjaga lingkungan. Adanya Greenpeace Indonesia sebagai organisasi lingkungan diharapkan dapat menjadi inspirasi bagi upaya kolektif dalam mengatasi isu lingkungan yang terjadi.

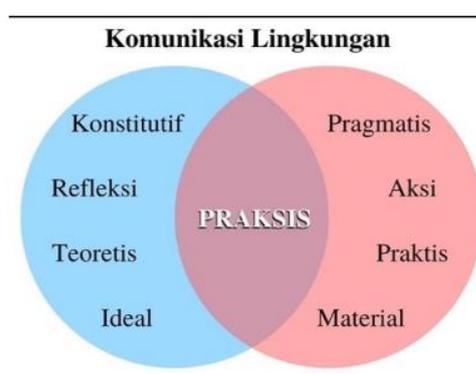
2.7. Instagram Dalam Membangun Kesadaran Menjaga Lingkungan

Menurut Oepen (dalam Wahyudin, 2017) komunikasi lingkungan merupakan suatu rencana atau strategi dalam mendukung efektivitas pembuatan kebijakan, partisipasi publik, dan implementasinya pada lingkungan melalui proses komunikasi serta produk media. Dengan kata lain, komunikasi lingkungan juga dapat diartikan sebagai sarana dalam memberikan pemahaman maupun pengertian kepada masyarakat mengenai lingkungan. Robert Cox (dalam Wahyudin, 2017) menjelaskan fungsi komunikasi lingkungan: (1) Komunikasi lingkungan adalah pragmatis, hal ini bersifat edukasi dan membantu dalam menyelesaikan permasalahan mengenai komunikasi lingkungan. (2) Komunikasi lingkungan adalah konstitutif, hal ini berarti komunikasi lingkungan juga membantu dalam representasi alam dan permasalahan lingkungan yang juga merupakan subyek pemahaman. Komunikasi lingkungan mengajak khalayak melihat alam sebagai kekayaan yang berlimpah dan sebagai sistem pendukung kehidupan (Wahyudin, 2017).

Media sosial khususnya Instagram yang memiliki jaringan penyebar informasi edukasi secara cepat dan luas dapat menjadi sarana penyebaran komunikasi lingkungan untuk memudahkan proses membangun kesadaran

masyarakat. Instagram dinilai efektif dan efisien untuk menyampaikan informasi-informasi edukatif yang persuasif sebagai upaya membangun kesadaran masyarakat terhadap lingkungan. Oleh karena itu, sesuai dengan penjelasan di atas, maka peran Instagram dalam membangun kesadaran menjaga lingkungan memiliki dua fungsi yaitu pragmatis dan konstitutif. Fungsi pragmatis berperan sebagai interaksi verbal maupun non-verbal yang menciptakan sebuah aksi konkret dengan memberikan edukasi lingkungan. Selanjutnya, fungsi konstitutif melibatkan interaksi verbal maupun non-verbal yang membentuk dan mempersuasif mengenai suatu nilai, hubungan, dan makna. Dengan fungsi ini, Instagram sebagai media komunikasi lingkungan memiliki peran dalam menciptakan perasaan, keyakinan, dan sudut pandang kepada pengguna mengenai isu lingkungan.

Berikut ini merupakan elemen praksis dalam komunikasi lingkungan menurut Assegaf et al., (2022)



Gambar 2.1. Elemen Praksis Dalam Komunikasi Lingkungan

(Sumber: Assegaf, et al., 2022)

2.8. Mengakses Akun Instagram @greenpeaceid

Media Sosial Instagram memberikan berbagai macam fitur yang dapat memberikan kemudahan bagi pengguna untuk menerima ataupun menyebarkan informasi edukasi. Salah satu akun yang memanfaatkan Instagram sebagai media penyebaran informasi adalah akun Instagram @greenpeaceid. Greenpeace Indonesia memiliki berbagai macam akun media

sosial dan salah satunya adalah akun Instagram. Media sosial dimanfaatkan oleh Greenpeace Indonesia sebagai media kampanye untuk menyuarakan isu mengenai lingkungan termasuk masalah sampah dan menyebarkan informasi edukasi mengenai lingkungan. Akun media sosial Instagram @greenpeaceid tersebut dapat diakses oleh siapa saja dan kapan saja.

Menurut KBBI Daring, akses merupakan suatu tindakan untuk memperoleh informasi tertentu. Oleh karena itu, mengakses akun yang membahas mengenai isu lingkungan merupakan suatu tindakan dalam menggunakan media sosial sebagai media komunikasi, informasi, dan edukasi yang bersifat mengunjungi untuk memperoleh suatu informasi edukasi tertentu. Nisa (2021) mengatakan bahwasanya mengakses media sosial merupakan suatu cara untuk memperoleh kemudahan dalam mendapatkan informasi yang dapat digunakan sebagai proses pengambilan keputusan. Mengakses akun Instagram @greenpeaceid dapat disebut sebagai suatu kegiatan mengunjungi, melihat, membaca, mendengar, merasakan, meresapi, dan memperhatikan informasi atau pesan yang disampaikan. Mengakses media sosial khususnya akun Instagram @greenpeaceid juga dapat disimpulkan sebagai kegiatan mengunjungi akun untuk mendapatkan informasi mengenai isu lingkungan yang setelahnya dapat menimbulkan sebuah efek atau pengaruh.

Untuk mengetahui pengaruh dari mengakses media sosial dalam hal ini akun Instagram @greenpeaceid terhadap kesadaran *followers* dalam menjaga lingkungan, dapat digunakannya indikator berupa pengukuran terhadap waktu saat menggunakan jenis media, isi media, serta hubungan pengguna dengan isi media. Hal ini sesuai dengan pernyataan Nurhadiati (2016) dalam penelitiannya yang mengatakan bahwasanya mengakses suatu media dapat diukur melalui faktor frekuensi, durasi, dan atensi dari individu saat mengakses media tertentu. Berikut penjelasan mengenai pengukuran dalam mengakses suatu media.

1) Frekuensi

Suatu pengukuran yang dilakukan berdasarkan seberapa seringnya individu dalam mengakses media sosial dengan melihat, membaca, ataupun mendengarkan pesan-pesan media. Dalam hal penelitian ini, digunakan media sosial Instagram yang diukur dari seberapa sering, rutinitas mengakses, dan jumlah pengulangan pengguna saat mengakses media sosial Instagram serta mengakses akun Instagram @greenpeaceid dalam kurun waktu yang ditentukan.

2) Durasi

Suatu pengukuran yang merujuk pada seberapa lamanya waktu yang digunakan oleh individu dalam mengonsumsi, melihat, membaca, mendengar, ataupun mengikuti isi pesan yang disampaikan di media. Pada penelitian ini, pengukuran dilakukan berdasarkan seberapa lama waktu yang dihabiskan oleh pengguna untuk mengonsumsi, melihat, membaca, dan mendengarkan isi pesan yang disampaikan oleh akun Instagram @greenpeaceid.

3) Atensi

Suatu pengukuran yang mengacu pada tingkat perhatian atau fokus yang diberikan oleh individu saat melihat, membaca, ataupun mendengar terhadap pesan yang disampaikan media. Pada penelitian ini, atensi memiliki kaitan dengan tingkat perhatian atau fokus serta ketertarikan *followers* akun Instagram @greenpeaceid saat melihat, membaca, ataupun mendengarkan pesan yang disampaikan dalam konten.

2.9. Kesadaran Menjaga Lingkungan

Menurut Hasibuan (dalam Muldiah, 2023) kesadaran merupakan suatu sikap seseorang yang secara sukarela menaati semua peraturan dan sadar akan tugas serta tanggung jawabnya. Selanjutnya, menurut Riambodo & Kurniawati (2023) kesadaran merupakan sebuah perilaku seseorang yang memperlihatkan perubahan suatu sikap untuk memberikan perubahan berkaitan dengan permasalahan pada kehidupan sehari-hari. Kesadaran merupakan perubahan sikap, pemikiran, serta tingkah laku yang berkaitan

dengan hal-hal pada lingkungan sekitar (Jamanti dalam Riambedo & Kurniawati, 2023) Dengan kata lain, kesadaran merupakan suatu kondisi seseorang yang mengerti atau paham terhadap hak dan kewajibannya serta terjadinya suatu perubahan sikap untuk mengatasi suatu permasalahan yang terjadi pada kehidupan sehari-hari.

Jika dikaitkan dengan lingkungan, kesadaran dalam menjaga lingkungan merupakan suatu sikap atau kondisi seseorang yang mengerti akan tugas dan tanggung jawabnya terhadap lingkungan dalam hal menjaga dan melestarikan lingkungan tersebut. Menurut Riambedo & Kurniawati (2023) kesadaran lingkungan merupakan suatu perilaku atau tindakan yang mampu memberikan pemahaman tentang pentingnya lingkungan yang sehat, bersih, dan lain sebagainya. Kesadaran dalam hal menjaga lingkungan dapat dilihat dari sikap, pemikiran, dan perilaku seseorang dalam merawat lingkungan sekitar. Kesadaran menjaga lingkungan juga dapat dilihat dari perilaku seseorang yang terlibat dalam gerakan-gerakan pro-lingkungan.

Dalam penelitian ini, terdapat beberapa aspek kesadaran dalam menjaga lingkungan antara lain sebagai berikut.

1) Tidak membuang sampah sembarangan

Tindakan untuk tidak membuang sampah sembarangan merupakan sebuah tindakan yang menunjukkan kesadaran serta tanggung jawab seseorang dalam menjaga lingkungan. Tindakan ini mencakup kesadaran untuk tidak membuang sampah di sembarang tempat seperti jalan raya, sungai, pantai, dan berbagai tempat umum lainnya.

2) Mengurangi penggunaan produk plastik sekali pakai

Tindakan untuk mengurangi penggunaan produk sekali pakai merupakan sebuah tindakan yang memperlihatkan kesadaran dan tanggung jawab seseorang dalam menjaga lingkungan. Hal ini melibatkan kesadaran dalam hal menghindari atau mengurangi pemakaian produk sekali pakai seperti botol plastik, kantong plastik, atau produk lain sekali pakai.

3) Menggunakan barang yang *reusable*

Memutuskan untuk menggunakan barang yang *reusable* adalah salah satu tindakan penting yang menunjukkan kesadaran serta tanggung jawab terhadap lingkungan. Hal ini mencakup kebiasaan dalam menggunakan produk ramah lingkungan seperti tumblr atau kantong belanja kain yang dapat digunakan secara berulang.

4) Mengikuti kegiatan-kegiatan sosial dalam membersihkan sampah

Dengan mengikuti kegiatan sosial membersihkan sampah, individu telah menunjukkan partisipasinya yang menyatakan dirinya memiliki kesadaran dan tanggung jawab dalam menjaga lingkungan. Partisipasi ini mencakup berbagai kegiatan sosial dalam membersihkan sampah mulai dari lingkungan sekitar hingga ke lingkup yang jauh lebih besar.

Dalam memahami kesadaran individu pada masyarakat, Soekanto (dalam Wijaya, 2024) mengemukakan bahwasanya terdapat empat indikator kesadaran yang saling berkaitan dan memperlihatkan tingkat kesadaran dari yang paling rendah hingga yang paling tinggi. Adapun indikator kesadaran yaitu pengetahuan, pemahaman, sikap dan pola perilaku atau tindakan. Dari penjelasan tersebut, indikator kesadaran dapat disimpulkan menjadi tiga komponen utama seperti yang dijelaskan oleh Azwar (dalam Priliantini et al., 2020), yaitu:

1) Kognitif

Kognitif merupakan komponen yang berhubungan dengan pikiran, kepercayaan, atau pengetahuan berdasarkan dari informasi yang berkaitan dengan suatu objek. Kepercayaan, pikiran, dan pengetahuan tersebut muncul dari suatu hal yang telah dilihat atau dialami oleh individu.

2) Afektif

Afektif merupakan komponen yang berkaitan dengan emosional individu terhadap suatu objek. Reaksi emosional ini banyak dipengaruhi oleh kepercayaan individu terhadap suatu objek tersebut.

3) Konatif

Konatif merupakan komponen yang berkaitan dengan perilaku atau tindakan individu terhadap suatu objek. Komponen konatif ini berhubungan dengan sikap positif ataupun negatif yang ditunjukkan oleh individu terhadap suatu objek tertentu.

2.10. Teori *Uses and Effect*

Teori *uses and effect* yang pertama kali dikemukakan pada tahun 1979 oleh Sven Windahl bermula dari pendekatan teori *uses and gratification* dengan teori tradisional mengenai efek. Konsep “*use*” atau penggunaan, merupakan hal penting pada teori ini. Hal ini dikarenakan pengetahuan mengenai penggunaan suatu media dan penyebabnya akan memberikan sebuah gambaran terhadap hasil dari proses komunikasi yang terjadi pada media tertentu (Sendjaja dalam Aprilian, 2021). Penggunaan suatu media juga dapat memiliki arti lain, yaitu *exposure* yang berarti hanya menunjuk pada tindakan mempersepsi, lalu dalam konteks lain pengertian penggunaan media dapat menjadi suatu proses yang lebih kompleks, dimana isi terkait harapan-harapan tertentu untuk dapat dipenuhi (Bungin, 2014).

Teori *uses and effect* mengungkapkan bahwasanya kebutuhan hanya merupakan salah satu faktor penyebab individu menggunakan suatu media. Penggunaan media juga dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti karakteristik individu, harapan yang diinginkan individu, persepsi individu terhadap media, dan tingkat akses individu terhadap suatu media. Faktor-faktor tersebut yang akan menuntun pengguna kepada keputusan untuk tetap menggunakan ataupun tidak sebuah media tertentu (Ardianto dalam Aprilian, 2021).

Pada teori *uses and effect*, pengguna secara aktif dapat memilih suatu media yang dapat memberikan dan memenuhi harapannya. Akan tetapi, teori ini lebih menitikberatkan pada efek yang ditimbulkan media pada penggunaannya, bukan apa yang individu lakukan pada medianya. Hal ini menjelaskan bahwa

media memiliki fungsi yang lebih kompleks, yaitu isi pesan dari suatu media dikonsumsi dan difungsikan sebagai pemenuhan terhadap harapan-harapan tertentu. Selanjutnya jika harapan-harapan tersebut telah terpenuhi, maka pengguna akan terus menggunakan media tersebut. Sendjaja (dalam Aprilian, 2021) menjelaskan lebih lanjut terkait hal tersebut yaitu sebagai berikut.

- 1) Karakteristik individu dapat dilihat dari campuran keadaan, pengalaman, dan proses pembelajaran yang telah dilalui seseorang.
- 2) Harapan terhadap media berkaitan dengan apa yang diketahui, pengalaman, dan keadaan yang diinginkan oleh seseorang terhadap suatu media tertentu.
- 3) Persepsi terhadap media dimaksudkan sebagai proses yang dilakukan oleh seseorang untuk memilih, mengatur, dan menafsirkan stimulus dalam suatu media tertentu.
- 4) Tingkat akses media merupakan taraf atau kedudukan seseorang dalam penggunaan suatu media tertentu.

Adanya penggunaan dari media tersebut maka akan menimbulkan suatu hubungan antara pengguna dengan isi dari media yang digunakan. Hubungan tersebut dapat dikatakan positif jika penggunaan media dapat menimbulkan sebuah efek. Selanjutnya, hubungan tersebut dikatakan negatif jika penggunaan media tidak dapat menimbulkan sebuah efek dikarenakan pengguna yang merasa tidak puas akibat kebutuhan dan keinginannya tidak terpenuhi saat menggunakan media tersebut. Teori *uses and effect* memiliki asumsi dasar dimana penggunaan dari suatu media dapat memberikan efek terhadap penggunanya. Dalam hal ini, pengguna media dianggap aktif yang memiliki arti bahwasanya khalayak bebas untuk menentukan media yang akan digunakan.

Penggunaan teori *uses and effect* dalam penelitian ini terletak pada mengakses akun media sosial Instagram @greenpeaceid, dimana pesan yang disampaikan berisi tentang isu lingkungan sehingga akan menimbulkan sebuah efek pada pengguna khususnya *followers* akun Instagram

@greenpeaceid. Efek tersebut difokuskan pada kesadaran *followers* dalam menjaga lingkungan yang sesuai dan berbanding lurus dengan penggunaan media. Dengan kata lain, peneliti menggunakan teori *uses and effect* untuk menganalisis pengaruh mengakses akun Instagram @greenpeaceid dalam memberikan informasi mengenai isu lingkungan terhadap kesadaran *followers*-nya dalam menjaga lingkungan yang akan menimbulkan sebuah efek, baik positif yaitu meningkatnya kesadaran dalam menjaga lingkungan, ataupun negatif yaitu tidak meningkatnya kesadaran dalam menjaga lingkungan.

III. METODE PENELITIAN

3.1. Tipe Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengukur seberapa besar pengaruh mengakses media sosial Instagram @greenpeaceid terhadap kesadaran *followers* dalam menjaga lingkungan dengan cara tidak membuang sampah sembarangan, mengurangi penggunaan produk plastik sekali pakai, menggunakan barang yang *reusable*, dan mengikuti kegiatan-kegiatan sosial dalam membersihkan sampah, sehingga penelitian ini merupakan sebuah penelitian kuantitatif.

Penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai bentuk penelitian yang menggunakan angka, mulai dari proses pengumpulan data, analisis data, hingga penampilan data (Siyoto & Sodik dalam Priadana & Sunarsi, 2021). Penelitian kuantitatif berfokus pada analisis data numerik atau angka, kemudian dianalisis dengan metode statistik yang sesuai. Hasil analisis statistik ini dapat menunjukkan signifikansi hubungan yang dicari. Oleh karena itu, bukan logika ilmiah yang diperlukan untuk menentukan arah hubungan, tetapi hasil uji statistik dan hipotesis. Penelitian kuantitatif disebut juga sebagai penelitian positivistik dikarenakan berlandaskan pada filsafat positivisme (Priadana & Sunarsi, 2021).

Pada penelitian ini, metode yang akan digunakan adalah metode survei. Metode survei merupakan sebuah metode yang dapat dilakukan dengan cara pengambilan data dari populasi kecil ataupun besar. Sampel dari populasi diambil secara merata sebagai data untuk menemukan kejadian atau peristiwa yang relatif, distributif, dan berkaitan antar variabel secara sosiologis maupun psikologis. Tujuan dari metode ini adalah untuk memberikan gambaran

umum populasi melalui sampel yang mewakili populasi sehingga karakteristik populasi dan permasalahan yang dikaji dapat diketahui. Metode survei dilakukan dengan cara menyusun daftar pertanyaan berupa kuesioner penelitian untuk diajukan kepada responden yang mewakili populasi (Nugraha, 2024). Dalam penelitian ini, metode survei dilakukan dengan menggunakan kuesioner sebagai alat bantu dalam mengumpulkan data. Peneliti menggunakan metode survei dikarenakan penelitian ini memiliki fokus pada penelitian sistematis dan rasional untuk mengetahui hubungan dan keterkaitan variabel satu sama lain. Selanjutnya, peneliti menggunakan analisis statistik deskriptif. Analisis statistik deskriptif merupakan statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah dikumpulkan (Muhson, 2006).

3.2. Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan atribut, nilai atau karakteristik suatu objek, kegiatan yang memiliki banyak variasi tertentu antara satu dengan yang lainnya, serta sudah ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan dicari informasinya kemudian diambil kesimpulannya (Ridha, 2017). Pada penelitian ini, terdapat variabel independen (X) dan variabel dependen (Y) dengan penjelasan sebagai berikut.

a. Variabel Independen

Variabel independen atau variabel bebas dilambangkan dengan simbol "X". Variabel independen merupakan variabel yang memengaruhi atau menyebabkan timbulnya dan berubahnya variabel dependen. Variabel independen pada penelitian ini adalah pengaruh mengakses media sosial Instagram @greenpeaceid.

b. Variabel Dependen

Variabel dependen atau variabel terikat dilambangkan dengan simbol "Y". Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat dari variabel independen. Pada penelitian ini, yang menjadi variabel dependen adalah kesadaran *followers* akun media sosial Instagram @greenpeaceid dalam menjaga lingkungan.

3.3. Definisi Konseptual

Konsep merupakan abstraksi yang dibuat dengan membentuk simpulan umum mengenai hal-hal tertentu. Definisi konseptual merupakan definisi dari suatu konsep yang akan digunakan. Peneliti memerlukan definisi konseptual untuk memberi batasan dalam merumuskan masalah yang akan dipakai sebagai acuan dalam penelitian di lapangan (Amanda dalam Utami, 2024). Definisi konseptual pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

a. Mengakses akun media sosial Instagram @greenpeaceid

Mengakses akun media sosial Instagram @greenpeaceid merupakan kegiatan mengunjungi akun untuk mendapatkan informasi mengenai isu lingkungan yang setelahnya dapat menimbulkan sebuah efek atau pengaruh. Dalam penelitian ini, mengakses suatu media merujuk pada aktivitas mengunjungi, mengonsumsi, dan menerima pesan pada akun Instagram @greenpeaceid baik dari konten, deskripsi konten, maupun komentar-komentar yang terdapat pada konten. Mengakses akun media sosial Instagram @greenpeaceid, diukur berdasarkan faktor frekuensi, durasi, dan atensi dari individu saat mengakses akun media sosial Instagram @greenpeaceid.

b. Kesadaran menjaga lingkungan

Kesadaran menjaga lingkungan merupakan suatu sikap atau kondisi seseorang yang mengerti akan tugas dan tanggung jawabnya terhadap lingkungan dalam hal menjaga dan melestarikan lingkungan tersebut. Dalam penelitian ini, kesadaran *followers* akun Instagram @greenpeaceid dalam menjaga lingkungan yang meliputi tidak membuang sampah sembarangan, mengurangi penggunaan produk plastik sekali pakai, menggunakan barang yang *reusable*, dan mengikuti kegiatan-kegiatan sosial dalam membersihkan sampah, merupakan respon yang timbul dari khalayak akibat dari mengakses akun Instagram @greenpeaceid. Kesadaran *followers* akun Instagram @greenpeaceid dalam menjaga lingkungan meliputi tiga komponen utama, yaitu kognitif, afektif, dan konatif.

3.4. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan bagian dari penelitian yang menjelaskan suatu variabel operasional agar dapat diukur (Andriyani et al., 2020). Dengan kata lain, definisi operasional dapat diartikan sebagai operasionalisasi yang digunakan untuk mengukur suatu konsep yang masih abstrak. Definisi operasional ini ditentukan dengan menggunakan parameter penelitian yang merupakan penjabaran dan pengukuran dari variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Pada penelitian ini, operasionalisasi variabel disusun dalam tabel definisi operasional sebagai berikut.

Tabel 3.1. Definisi Operasional

Variabel	Dimensi	Instrumen	Skala
Mengakses Akun Media Sosial Instagram @greenpeaceid (X)	Frekuensi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya sering mengakses (mengunjungi, menonton, dan membaca unggahan) akun Instagram @greenpeaceid dalam sehari. 2. Saya sering membaca deskripsi pada unggahan akun Instagram @greenpeaceid. 3. Saya sering membaca komentar-komentar pada unggahan akun Instagram @greenpeaceid. 	<i>Likert</i>
	Durasi	1. Saya menghabiskan waktu cukup lama untuk mengakses akun Instagram @greenpeaceid dalam sehari.	<i>Likert</i>

		<p>2. Saya selalu menonton atau membaca unggahan akun Instagram @greenpeaceid hingga selesai.</p> <p>3. Saya banyak menghabiskan waktu untuk membaca deskripsi pada unggahan akun Instagram @greenpeaceid.</p> <p>4. Saya menghabiskan waktu cukup lama untuk membaca komentar-komentar pada unggahan akun Instagram @greenpeaceid.</p>	
	Atensi	<p>1. Konten yang diunggah oleh akun Instagram @greenpeaceid menarik perhatian saya.</p> <p>2. Saya selalu menonton atau membaca setiap konten yang diunggah oleh akun Instagram @greenpeaceid dengan saksama.</p> <p>3. Saat mengakses akun Instagram @greenpeaceid, saya membaca deskripsi unggahan dengan saksama.</p> <p>4. Saya membaca komentar-komentar pada unggahan akun @greenpeaceid dengan saksama.</p>	<i>Likert</i>

		5. Saya sangat fokus pada saat mengakses akun Instagram @greenpeaceid.	
Kesadaran <i>followers</i> dalam Menjaga Lingkungan (Y)	Kognitif	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengakses akun Instagram @greenpeaceid, membuat saya mengetahui mengenai isu lingkungan yang terjadi khususnya masalah sampah. 2. Setelah mengakses akun Instagram @greenpeaceid, saya mengetahui dampak yang dapat ditimbulkan oleh sampah. 3. Setelah mengakses akun Instagram @greenpeaceid, saya mengetahui dampak pemakaian plastik sekali pakai. 4. Setelah mengakses akun Instagram @greenpeaceid, saya mengetahui manfaat menggunakan barang yang <i>reusable</i>. 	<i>Likert</i>
	Afektif	<ol style="list-style-type: none"> 1. Setelah mengakses akun Instagram @greenpeaceid, saya merasa prihatin terhadap kondisi lingkungan yang tercemar oleh sampah. 2. Setelah mengakses akun Instagram @greenpeaceid, 	<i>Likert</i>

		<p>saya merasa bertanggung jawab terhadap sampah saya sendiri.</p> <p>3. Setelah mengakses akun Instagram @greenpeaceid, saya merasa termotivasi untuk menjaga lingkungan dengan baik.</p> <p>4. Setelah mengakses akun Instagram @greenpeaceid, saya peduli dengan isu lingkungan di sekitar saya.</p>	
	Konatif	<p>1. Setelah mengakses akun Instagram @greenpeaceid, saya tidak membuang sampah sembarangan.</p> <p>2. Setelah mengakses akun Instagram @greenpeaceid, saya mengurangi pemakaian plastik sekali pakai.</p> <p>3. Setelah mengakses akun Instagram @greenpeaceid, saya menggunakan barang yang <i>reusable</i>.</p> <p>4. Setelah mengakses akun Instagram @greenpeaceid, saya ikut serta dalam kegiatan-kegiatan sosial seperti membersihkan lingkungan.</p>	Likert

(Sumber: Diolah oleh peneliti, 2025)

3.5. Populasi dan Sampel

3.5.1. Populasi

Sugiyono (2013) mendefinisikan populasi sebagai suatu objek di dalam penelitian secara keseluruhan yang ada di lapangan untuk didalami dan juga dicatat serta diambil kesimpulan. Populasi juga dapat diartikan sebagai objek atau subjek yang telah memenuhi syarat yang sudah ditetapkan oleh peneliti atau relevan dengan penelitian. Berdasarkan pengertian tersebut, populasi pada penelitian ini adalah seluruh *followers* akun media sosial Instagram @greenpeaceid yang berjumlah 764 ribu akun (per 2 Maret 2025). Pada penelitian ini, populasi bersifat homogen karena peneliti hanya akan mengambil dari *followers* akun Instagram @greenpeaceid saja.

3.5.2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari suatu populasi yang menjadi sumber data sebenarnya dalam suatu penelitian. Dengan kata lain, sampel berarti sebagian dari populasi untuk mewakili seluruh populasi (Amin et al., 2023). Sampel dibutuhkan oleh peneliti untuk memudahkan dalam mempelajari dan menarik suatu kesimpulan. Pada penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *probability sampling* dengan jenis *simple random sampling*. *Probability sampling* adalah sebuah teknik pengambilan sampel dengan memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk menjadi anggota sampel. Pada teknik *probability sampling* tersebut, digunakan jenis *simple random sampling* yang merupakan pengambilan anggota sampel dengan dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata pada populasi tersebut (Amin et al., 2023). Penelitian yang menggunakan metode survei dengan teknik *simple random sampling* memungkinkan peneliti dalam mendapatkan data secara general pada populasi yang besar. Sampel juga diambil

sebagai representatif untuk mewakili suatu populasi yang besar agar lebih akurat generalisasinya.

Untuk menghitung jumlah sampel yang akan diambil, peneliti menggunakan rumus Slovin sebagai berikut.

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Populasi

e = Perkiraan tingkat kesalahan 10%

Populasi pada penelitian ini berjumlah 764 ribu *followers* dari akun Instagram @greenpeaceid, sehingga jumlah sampel yang diambil dengan menggunakan rumus tersebut adalah sebagai berikut.

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

$$n = \frac{764000}{1 + 764000 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{764000}{1 + 764000.0,01}$$

$$n = \frac{764000}{1 + 7640}$$

$$n = \frac{764000}{7641}$$

$$n = 99,9$$

Perhitungan sampel dengan menggunakan rumus Slovin tersebut menghasilkan jumlah sebesar 99,9 yang kemudian dibulatkan menjadi 100. Oleh karena itu, pada penelitian ini akan diambil sebanyak 100 *followers* akun Instagram @greenpeaceid dari populasi untuk dijadikan sebagai sampel.

3.6. Sumber Data

Semua informasi yang didapat, dikumpulkan, dan diolah untuk mendukung proses penelitian disebut sebagai data. Hal ini terdiri dari fakta, angka, maupun catatan yang dinilai relevan dan bermanfaat terhadap penelitian. Sumber data yang akan digunakan pada penelitian ini adalah data primer. Data Primer adalah suatu data yang didapatkan peneliti secara langsung pada saat proses penelitian. Data ini berlandaskan dari jawaban responden terhadap kuesioner yang dibagikan kepada *followers* akun Instagram @greenpeaceid (Amanda dalam Utami, 2024). Pengumpulan data primer ini bertujuan untuk memahami secara langsung mengenai pengaruh mengakses akun Instagram @greenpeaceid terhadap kesadaran responden dalam menjaga lingkungan.

3.7. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Creswell (dalam Nashrullah et al., 2023) teknik pengumpulan data merupakan suatu strategi atau metode yang peneliti gunakan untuk mengumpulkan data secara sistematis dari berbagai sumber, seperti kuesioner, observasi, wawancara, atau data sekunder. Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa teknik pengumpulan data adalah suatu metode yang digunakan untuk mengumpulkan data yang akan diteliti. Pada penelitian ini, teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara membagikan kuesioner kepada responden dan mengumpulkan data dengan cara membaca, mempelajari, memahami, serta mengutip suatu konsep atau teori dari berbagai literatur seperti penelitian terdahulu, jurnal ilmiah, buku, maupun referensi-referensi lain yang relevan.

Kuesioner merupakan suatu metode dalam pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan daftar pertanyaan atau pernyataan untuk dijawab kepada responden yang diteliti (Dillman et al dalam Nashrullah et al., 2023). Pada penelitian ini, kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data dari *followers* akun Instagram @greenpeaceid yang menjadi responden. Peneliti menggunakan kuesioner tertutup yang akan dibagikan secara langsung kepada seluruh responden penelitian dengan cara menghubungi 100 orang

atau lebih. Kuesioner tertutup merupakan sebuah kuesioner yang di dalamnya telah disiapkan pilihan jawaban untuk dipilih oleh responden penelitian (Nashrullah et al., 2023).

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner berupa Google Form dengan skala *Likert* sebagai skala pengukuran. Menurut Sugiyono (dalam Kurniawati & Judisseno, 2022) skala *Likert* dimanfaatkan untuk mengukur sikap, pendapat, atau persepsi seseorang maupun kelompok mengenai fenomena sosial. Dengan memanfaatkan skala *Likert*, variabel yang akan diteliti dapat dirincikan menjadi lebih spesifik untuk menyusun instrumen pada penelitian ini, berupa daftar pertanyaan maupun pernyataan. Berikut merupakan tabel skala *Likert* yang akan digunakan pada penelitian ini.

Tabel 3.2. Skor Skala *Likert*

No.	Pilihan Jawaban	Kode	Skor
1.	Sangat Setuju	SS	5
2.	Setuju	S	4
3.	Netral	N	3
4.	Tidak Setuju	TS	2
5.	Sangat Tidak Setuju	STS	1

(Sumber: Diolah oleh peneliti, 2025)

3.8. Teknik Pengolahan Data

Setelah seluruh data-data terkumpul, baik dari responden dan sumber data lain, selanjutnya dilakukan proses pengolahan data dengan menggunakan metode tertentu. Dalam penelitian ini, terdapat beberapa langkah penting mengenai teknik pengolahan data untuk memastikan data yang diperoleh berkualitas dan akurat. Adapun langkah tersebut adalah sebagai berikut.

1) Editing

Editing merupakan suatu proses untuk memeriksa data yang didapatkan peneliti. Hal ini dilakukan untuk memastikan data tersebut memenuhi

syarat dan relevan. Dalam penelitian ini, editing dilakukan sebagai pertimbangan data yang tidak memenuhi syarat dan tidak relevan tersebut dan memastikan bahwa data yang digunakan dalam penelitian merupakan data valid.

2) Koding

Koding merupakan suatu proses memberikan kode khusus atau mengubah menjadi bentuk numerik untuk seluruh data yang diperoleh dari jawaban responden. Hal ini dilakukan agar memudahkan dalam proses analisis statistik.

3) Tabulasi

Setelah data melalui proses editing dan koding, proses selanjutnya adalah tabulasi. Tabulasi merupakan suatu proses penempatan data ke dalam bentuk tabel yang sudah dilakukan editing dan koding sesuai dengan kebutuhan analisis dan kategori yang sudah ditentukan.

3.9. Teknik Pengujian Instrumen

Pengujian instrumen penelitian dilakukan untuk mengukur variabel penelitian serta mengetahui apakah instrumen penelitian telah memenuhi syarat. Hal ini dilakukan karena instrumen yang digunakan dalam penelitian harus valid dan reliabel sebelum diberikan kepada responden. Oleh sebab itu, diperlukan uji validitas dan uji reliabilitas, dengan penjelasan sebagai berikut.

3.9.1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan sebuah uji yang bertujuan untuk melihat valid atau tidak valid suatu alat ukur berupa pernyataan yang terdapat di dalam kuesioner penelitian. Suatu kuesioner penelitian dapat dikatakan valid jika pernyataan di dalamnya mampu mengetahui dan mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Janna & Herianto, 2021). Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan dengan 30 responden yang memiliki karakteristik seperti sampel. Kriteria yang wajib dipenuhi dalam menilai validitas suatu instrumen adalah sebagai berikut.

- 1) Jika r hitung $>$ r tabel, maka pernyataan kuesioner valid
- 2) Jika r hitung $<$ r tabel, maka pernyataan kuesioner tidak valid

Untuk mengukur validitas pada instrumen penelitian, peneliti menggunakan rumus *pearson product moment* sebagai berikut.

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi antara x dan y

N = Jumlah responden

X = Skor *item*

Y = Skor total

$\sum X$ = Jumlah skor *item*

$\sum Y$ = Jumlah skor total

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat skor *item*

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat skor total

3.9.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan sebuah uji indeks untuk melihat sejauh mana suatu alat pengukur dapat digunakan dan dipercaya. Hal ini menunjukkan seberapa konsisten hasil pengukuran jika dilakukan dua kali atau lebih dengan menggunakan alat ukur yang sama terhadap objek yang sama. Suatu alat ukur dinilai reliabel jika menghasilkan hasil yang konsisten meskipun dilakukan pengukuran berkali-kali (Amanda et al., 2019). Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui bahwa instrumen penelitian yang digunakan dapat dipercaya sebagai alat dalam mengumpulkan data.

Pada penelitian ini, digunakan uji reliabilitas instrumen *internal consistency*. Hal ini dilakukan dengan menguji instrumen hanya satu kali dan kemudian data yang diperoleh akan dianalisis menggunakan

suatu teknik khusus. Hasil analisis ini yang akan digunakan untuk mengukur reliabilitas instrumen. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan rumus *Cronbach Alpha* untuk mengukur reliabilitas instrumen. Menurut Ghazali (dalam Hidayati & Sugiyono, 2018), suatu variabel atau konstruk dapat dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,60. Adapun rumus tersebut adalah sebagai berikut.

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

- r_{11} = Nilai reliabilitas
- k = Jumlah *item* pertanyaan
- $\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varian per-*item*
- σ_t^2 = Jumlah atau total varian

3.10. Teknik Analisis Data

Sesudah seluruh data-data dan informasi terkumpul, baik dari seluruh responden atau sumber eksternal, langkah selanjutnya yang perlu dilakukan pada penelitian kuantitatif adalah analisis data. Menurut (Octaviani & Sutriani, 2019), analisis data merupakan suatu proses untuk menyederhanakan data pada penelitian kuantitatif agar mudah dipahami. Hal ini dilakukan guna mempermudah peneliti saat menguji hipotesis penelitian. serta menjawab rumusan masalah.

Teknik analisis data pada penelitian kuantitatif akan menggunakan sebuah teknik analisis statistik. Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang akan digunakan oleh peneliti adalah analisis regresi linier sederhana. Penggunaan analisis ini memiliki tujuan untuk mengetahui atau memastikan bagaimana pengaruh variabel yang satu terhadap variabel lainnya. Adapun analisis regresi linier sederhana ini merupakan hubungan secara linier variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y), dalam hal penelitian ini yaitu

hubungan antara mengakses akun media sosial Instagram @greenpeaceid (X) dengan kesadaran *followers* dalam menjaga lingkungan (Y). Oleh karena itu, pada penelitian ini digunakan rumus statistik regresi linier sebagai berikut.

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

- Y = Nilai variabel dependen (terikat) yang diprediksikan
 a = Konstanta nilai Y apabila X = 0
 b = Koefisien regresi
 X = Nilai variabel independen (bebas)

Sedangkan untuk menentukan nilai dari a dan b akan digunakan rumus sebagai berikut.

$$a = \frac{(\sum y)(\sum x^2) - (\sum y)(\sum xy)}{n(\sum x^2) - (\sum x)^2}$$

$$b = \frac{n\{\sum xy - (\sum x)(\sum y)\}}{n(\sum x^2) - (\sum x)^2}$$

Keterangan:

- x = Jumlah skor akhir variabel independen
 y = Jumlah skor variabel dependen
 n = Jumlah sampel

3.11. Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan suatu pernyataan formal yang menyajikan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen yang diharapkan (Creswell & Creswell dalam Yam & Taufik, 2021). Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) memiliki pengaruh terhadap variabel dependen (Y) secara parsial dan untuk memustuskan apakah hipotesis akan diterima atau ditolak. Pengujian ini akan menggunakan statistik Uji-t dengan membandingkan nilai T_{hitung} dengan T_{tabel} pada derajat

kesalahan 5% ($\alpha = 0,05$). Adapun rumus yang digunakan untuk melakukan pengujian tahap relevansi dan pengecekan hipotesis adalah sebagai berikut.

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

- t = Hasil uji tingkat signifikansi
 r = Nilai korelasi
 n = Besarnya sampel

Ketentuan yang digunakan untuk mengambil kesimpulan dari hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut.

- 1) Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, variabel independen (X) memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Y).
- 2) Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya, variabel independen (X) tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Y).

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dijabarkan, maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Mengakses media sosial Instagram @greenpeaceid berdasarkan aspek frekuensi, durasi, dan atensi berpengaruh signifikan terhadap kesadaran *followers* dalam menjaga lingkungan yang meliputi aspek kognitif, afektif dan konatif. Hal ini dibuktikan dengan nilai Sig. $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 4,686 > t_{tabel} 1,984$ yang menyimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Uji regresi linear sederhana menghasilkan nilai konstanta (a) sebesar 37,438 dan koefisien regresi (b) sebesar 0,331 yang berarti setiap intensitas mengakses media sosial Instagram @greenpeaceid meningkat sebesar satu-satuan, maka akan meningkatkan kesadaran *followers* dalam menjaga lingkungan sebesar 0,331 satuan.
3. Nilai koefisien korelasi penelitian ini sebesar 0,428 dan termasuk interval $0,40 - 0,599$ dengan tingkat hubungan sedang. Oleh sebab itu, disimpulkan bahwasanya kekuatan hubungan antara mengakses media sosial Instagram @greenpeaceid dan kesadaran *followers* dalam menjaga lingkungan adalah sedang.
4. Mengakses media sosial Instagram @greenpeaceid berkontribusi sebesar 18,3% terhadap kesadaran *followers* dalam menjaga lingkungan. Sementara itu, terdapat sebesar 81,7% dari perubahan kesadaran *followers* @greenpeaceid dalam menjaga lingkungan yang dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini, seperti faktor pribadi, sosial, ataupun faktor-faktor lainnya.

5.2. Saran

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, peneliti menyarankan beberapa hal sebagai berikut.

1. Peneliti menyarankan kepada penelitian serupa agar meneliti faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti pengaruh lingkungan keluarga, lingkungan tempat tinggal, dan lain sebagainya. Hal ini dilakukan untuk melihat faktor yang paling besar dalam memengaruhi kesadaran individu untuk menjaga lingkungan.
2. Peneliti menyarankan untuk pengguna media sosial Instagram agar dapat meningkatkan akses terhadap akun-akun yang berisi informasi sebagai sarana meningkatkan kesadaran terhadap suatu hal yang bersifat positif. Hal ini dikarenakan mengakses suatu akun media sosial terbukti dapat memengaruhi kesadaran individu.
3. Peneliti menyarankan untuk akun Instagram @greenpeaceid agar dapat meningkatkan jumlah unggahan mengenai masalah sampah dikarenakan konten-konten yang diunggah tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kesadaran *followers* dalam menjaga lingkungan.

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Bungin, B. (2014). *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat (Cetakan ke-7)*. Jakarta: Kencana.
- Khoiri, N. (2021). *Buku Statistika Konseptual dan Aplikatif Perspektif Manajemen Pendidikan (Cetakan ke-1)*. Southeast Asian Publishing.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Prosedur, Tren, dan Etika*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Priadana, M. S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode penelitian kuantitatif (Cetakan ke-1)*. Pascal Books.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D (Cetakan ke-19)*. Bandung: Penerbit Alfabeta.

JURNAL

- Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019). Uji Validitas dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang. *Jurnal Matematika UNAND*, 8(1), 179-188.
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian. *Pilar*, 14(1), 15-31.
- Andriyani, W., Widyanti, R., & Husnurrofiq, H. (2020). Pengaruh Lingkungan Kerja Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan (Study Pada Karyawan Rumah Sakit Islam Banjarmasin). *Al-Kalam: Jurnal Komunikasi, Bisnis Dan Manajemen*, 7(2), 65-82.

- Assegaf, A. H., Faizin, F., & Tandio, T. (2022). Memahami Komunikasi Lingkungan Dan Framing Sebagai Praksis Perubahan Sosial. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 21(1), 120-129.
- Aulia, J. (2024). Penyusunan Kerangka Berpikir dalam Penelitian.
- Badan Pusat Statistik. (2018). "Laporan Indeks Perilaku Ketidakpedulian Lingkungan Hidup Indonesia 2018". Badan Pusat Statistik, Jakarta.
- Habibah, A. F., & Irwansyah, I. (2021). Era Masyarakat Informasi sebagai Dampak Media Baru. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(2), 350-363. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i2.255>
- Fitriani, Y. (2021). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Penyajian Konten Edukasi atau Pembelajaran Digital. *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, 5(4), 1006-1013.
- Hannandito, D., & Aryanto, H. (2020). Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Pencegahan Pembuangan Sampah Sembarangan Di Surabaya. *BARIK - Jurnal SI Desain Komunikasi Visual*, 1(3), 198-212. Retrieved from <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/article/view/36159>
- Hidayati, L. N., & Sugiyono, S. (2018). Pengaruh Harga, Kepercayaan, Keamanan, dan Persepsi akan Risiko terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike Melalui Instagram. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 7(11).
- Janna, N. M., & Herianto, H. (2021). Konsep Uji Validitas dan Reliabilitas dengan Menggunakan SPSS.
- Kapriani, D. R., & Lubis, D. P. (2014). Efektifitas Media Sosial untuk Gerakan Sosial Pelestarian Lingkungan. *Sodality: Jurnal Sosiologi Pedesaan*, 2(3), 160-170.
- Kartini, K., Harahap, I. A., Arwana, N. Y., & Rambe, S. W. T. B. (2022). Teori dalam Penelitian Media. *Jurnal Edukasi Nonformal*, 3(2), 136-140.
- Kurniawati, D., & Judisseno, R. K. (2022). Penggunaan Skala Likert untuk Menganalisa Efektivitas Registrasi Stakeholder Meeting: Exhibition

- Industry 2020. In *Seminar Nasional Riset Terapan Administrasi Bisnis Dan Mice* (Vol. 10, No. 1, pp. 142-152).
- Malinda, F. (2024). Efek Media Terhadap Sosialisasi: Menjelajahi Peran Televisi dan Platform Media Baru. *Syntax Idea*, 6(3).
- Muhson, A. (2006). Teknik Analisis Kuantitatif. *Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta*, 183-196.
- Muldiah, S. . (2023). Kesadaran Mahasiswa dalam Beretika di Zaman Era Digital. *Jurnal Ilmiah Pendidikan dan Keislaman*, 3(2), 241–248. <https://doi.org/10.55883/jipkis.v3i2.75>.
- Nashrullah, M., Maharani, O., Rohman, A., Fahyuni, E. F., & Untari, R. S. (2023). Metodologi Penelitian Pendidikan (Prosedur Penelitian, Subyek Penelitian, dan Pengembangan Teknik Pengumpulan Data). *Umsida Press*, 1-64.
- Natasari, N. (2024). Pemanfaatan Media Sosial Instagram dalam Mendorong Kesadaran Lingkungan: Analisis Akun Pandawara Program Bersih-Bersih Sampah. *Jurnal Kommunity Online*, 4(2), 227-236.
- Nugraha, A. W. (2024). Jenis-Jenis Penelitian. *Penulis*, 16.
- Octaviani, R., & Sutriani, E. (2019). Analisis Data dan Pengecekan Keabsahan Data.
- Paneka, M., & Amanah, L. (2025). Pengaruh Sistem Manajemen Lingkungan ISO14001, Ukuran Perusahaan, dan Kinerja Lingkungan Terhadap Kinerja Keuangan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 14(1).
- Priliantini, A., Krisyanti, K., & Situmeang, I. V. (2020). Pengaruh Kampanye #PantangPlastik Terhadap Sikap Ramah Lingkungan (Survei pada Pengikut Instagram @GreenpeaceID). *Jurnal Komunika: Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, 9(1), 40-51.
- Pujiono, A. (2021). Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran Bagi Generasi Z. *Didache: Journal of Christian Education*, 2(1), 1–19. <https://doi.org/10.46445/djce.v2i1.396>

- Rafiq, A. (2020). Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat. *Global Komunika: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 3(1), 18-29.
- Rahmadhani, P., & Sari, I. (2022). Pengaruh Media Sosial Twitter @Greenpeace.Id Terhadap Sikap Peduli Lingkungan. *Professional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 9(2), 633–646.
<https://doi.org/10.37676/professional.v9i2.3321>
- Riambodo, P., & Kurniawati, W. (2023). Penerapan Pembiasaan Rabu Bersih dalam Meningkatkan Kesadaran Peserta Didik untuk Menjaga Lingkungan. *Jurnal Basicedu*, 7(6), 3387–3396.
<https://doi.org/10.31004/basicedu.v7i6.6314>
- Ridha, N. (2017). Proses Penelitian, Masalah, Variabel dan Paradigma Penelitian. *Hikmah*, 14(1), 62-70.
- Ritonga, Riskiya Ruksah, & Safitriani Safitriani. (2024). Analisis Peran Media Sosial Dalam Membangun Kesadaran Masyarakat Tentang Pentingnya Partisipasi Masyarakat Dalam Pembangunan Desa. *Jurnal Ilmiah Nusantara 1.4*: 754-770.
- Rokhmah, Z., & Fauziah, A. N. M. (2021). Analisis Literasi Lingkungan Siswa SMP pada Sekolah Berkurikulum Wawasan Lingkungan. *Pensa: E-Jurnal Pendidikan Sains*, 9(2), 176-181.
- Sari, D. N., & Basit, A. (2020). Media Sosial Instagram sebagai Media Informasi Edukasi. *Persepsi: Communication Journal*, 3(1), 23-36.
- Sikumbang, K., Ramadhina, W., Yani, E. R., Arika, D., Hayati, N., Hasibuan, N. A., & Permana, B. G. (2024). Peranan Media Sosial Instagram Terhadap Interaksi Sosial dan Etika pada Generasi Z. *Journal on Education*, 6(2), 11029-11037.
- Tulandi, E. V., Rifai, M., & Lubis, F. O. (2021). Strategi Komunikasi Akun Instagram @ubahstigma dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Mengenai Kesehatan Mental. *PETIK: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 7(2), 136-143.

- Umasugi, M. T. (2021). Sosialisasi dan Edukasi Pemberian Vaksin sebagai Upaya Trust pada Masyarakat Kota Ambon. *Journal Of Human And Education (JAHE)*, 1(2), 5–7. <https://doi.org/10.31004/jh.v1i2.12>.
- Venturini, F. K., Lubis, F. O., & Oxygentri, O. (2021). Pengaruh Tayangan 2gether: The Series Terhadap Sikap Toleransi Perempuan Mengenai Homoseksual. *LUGAS Jurnal Komunikasi*, 5(1), 10-20.
- Wahyudin, U. (2017). Strategi Komunikasi Lingkungan Dalam Membangun Kepedulian Masyarakat Terhadap Lingkungan. *Jurnal Common*, 1(2).
- Wahyudi, A., Ainiyyah, D., Safira, K., Aprilia, S., & Safitri, D. (2020). Kampanye Jakarta Bersih untuk Meningkatkan Kesadaran Masyarakat agar Tidak Membuang Sampah Sembarangan pada Saat CFD di Bundaran HI. *Jurnal Pengabdian pada Masyarakat*, 5(2), 469-474. <https://doi.org/10.30653/002.202052.160>
- Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. *Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi*, 3(2), 96-102.

SKRIPSI & TESIS

- Aprilian, R. (2021). Pengaruh Tayangan Video #GLOWUPCHALLENGE Pada Aplikasi TikTok Terhadap Self-Confidence Remaja (Studi pada Siswa SMA Negeri 1 Metro).
- Nurhadiati, A. L. (2016). Pengaruh Mengakses Media Chatting Terhadap Komunikasi Interpersonal Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Rullysia, E. I. (2022). Pengaruh Terpaan Pemberitaan Di Akun Instagram@Baligasm Terhadap Electronic Word Of Mouth dan Dampaknya Terhadap Minat Berkunjung Followers Ke Pulau Bali.
- Utami, S. Y. (2024). Pengaruh Mengakses Media Sosial Green Influencer Terhadap Kesadaran Followers Dalam Menjaga Lingkungan (Studi pada Akun Instagram @pandawaragroup).

Nisa, D. H. (2021). Analisis Pengaruh Pengetahuan, Pendapatan, Religiusitas, dan Akses Media Informasi Terhadap Minat Berwakaf pada Cash Waqf Linked Sukuk (Cwls).

WIJAYA, B. A. (2024). Analisis Strategi Komunikasi Terhadap Peningkatan Kesadaran Masyarakat Dalam Kepengurusan Dokumen Kependudukan (*Studi Kuantitatif pada Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Tanah Laut*)

SITUS

Akses. (2016). Pada *KBBI Daring*. Diakses dari <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/akses> Pada 8 Maret 2025.

Greenpeace Indonesia. (2025). Pertanyaan Yang Sering Diajukan. Diakses dari <https://www.greenpeace.org/indonesia/faq/> Pada 2 Maret 2025.

Populix. (2024). Survei Populix Penggunaan Media Sosial, Instagram Paling Banyak Digunakan. Diakses dari <https://info.populix.co/articles/penggunaan-media-sosial/> Pada 1 Maret 2025.

Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional. (2025). Capaian Kinerja Pengelolaan Sampah. Diakses dari <https://sipsn.menlhk.go.id/sipsn/> pada 1 Maret 2025.

We Are Social. (2025). Digital 2025 Indonesia. Diakses dari <https://wearesocial.com/id/blog/2025/02/digital-2025/> pada 1 Maret 2025.