

**PENGARUH TERPAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
@GAJAHLAHKEBERSIHAN TERHADAP SIKAP
PEDULI LINGKUNGAN FOLLOWERS**

(Skripsi)

Oleh:

**Maharani Suci Aprilia
2116031061**



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

**PENGARUH TERPAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
@GAJAHLAHKEBERSIHAN TERHADAP SIKAP
PEDULI LINGKUNGAN FOLLOWERS**

**Oleh:
MAHARANI SUCI APRILIA**

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA ILMU KOMUNIKASI**



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

ABSTRAK

PENGARUH TERPAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @GAJAHLAHKEBERSIHAN TERHADAP SIKAP PEDULI LINGKUNGAN FOLLOWERS

OLEH

MAHARANI SUCI APRILIA

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh terpaan media sosial Instagram @gajahlahkebersihan terhadap sikap peduli lingkungan followers. Latar belakang penelitian ini didasari oleh meningkatnya permasalahan lingkungan, khususnya isu sampah, serta perlunya edukasi yang efektif untuk membangun kesadaran dan kepedulian masyarakat terhadap lingkungan. Media sosial, khususnya Instagram, menjadi salah satu sarana komunikasi yang strategis dalam menyampaikan pesan-pesan edukasi lingkungan secara kreatif dan interaktif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada followers akun Instagram @gajahlahkebersihan. Variabel independen dalam penelitian ini adalah terpaan media sosial yang diukur melalui indikator frekuensi, durasi, atensi, dan penyajian konten. Variabel dependen adalah sikap peduli lingkungan yang terdiri dari dimensi kognitif, afektif, dan konatif. Hasil analisis menunjukkan bahwa terpaan media sosial Instagram @gajahlahkebersihan berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap peduli lingkungan followers. Temuan ini mengindikasikan bahwa konten edukasi yang disampaikan secara konsisten melalui media sosial dapat membentuk sikap yang lebih peduli terhadap lingkungan di kalangan masyarakat, khususnya generasi muda.

Kata Kunci: Edukasi Lingkungan, Instagram, Sikap Peduli Lingkungan, Teori Kultivasi, Terpaan Media

ABSTRACT

THE IMPACT OF INSTAGRAM SOCIAL MEDIA EXPOSURE ON ENVIRONMENTAL CONCERN AMONG FOLLOWERS OF @GAJAHLAHKEBERSIHAN

BY

MAHARANI SUCI APRILIA

This study aims to examine the extent to which exposure to the Instagram account @gajalahkebersihan influences followers' environmental awareness. The research is motivated by the escalating environmental issues, particularly waste management, and the necessity for effective educational strategies to foster public environmental consciousness and concern. Social media platforms, especially Instagram, serve as strategic communication channels for delivering environmental education messages in creative and interactive ways. Employing a quantitative approach, this study utilizes a survey method, collecting data through questionnaires distributed to followers of the @gajalahkebersihan Instagram account. The independent variable, social media exposure, is measured through indicators such as frequency, duration, attention, and content presentation. The dependent variable, environmental concern, encompasses cognitive, affective, and conative dimensions. The analysis reveals that exposure to the @gajalahkebersihan Instagram account has a positive and significant effect on followers' environmental concern. These findings suggest that consistently delivered educational content via social media can cultivate greater environmental awareness and concern among the public, particularly within the younger generation.

Keyword: *Environmental Education, Instagram, Environmental Concern, Cultivation Theory, Media Exposure*

Judul Skripsi : Pengaruh Terpaan Media Instagram
@gajahlakebersihan Terhadap Sikap Peduli
Lingkungan Followers

Nama Mahasiswa : Maharani Suci Aprilia

Nomor Pokok Mahasiswa : 2116031061

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



1. Komisi Pembimbing

Andi Windah S.I.Kom., Mcomn&MediaSt.
NIP. 198308292008012010

2. Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

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

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua

: **Andi Windah S.I.Kom., Mcomn&MediaSt.**

Penguji Utama

: **Dr. Nanang Trenggono, MSi**

2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

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

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 12 Juni 2025

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Maharani Suci Aprilia
NPM : 2116031061
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Alamat : Jl. A. Yani No.45, Kel. Iringmulyo, Kec. Metro Timur, Kota
Metro, Lampung
No. Handphone : 0877-8077-4890

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul **"PENGARUH TERPAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @GAJAHLAHKEBERSIHAN TERHADAP SIKAP PEDULI LINGKUNGAN FOLLOWERS"** 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, 12 Juni 2025

Yang membuat pernyataan,



Maharani Suci Aprillia
NPM 2116031061

RIWAYAT HIDUP



Nama lengkap penulis adalah Maharani Suci Aprilia, penulis dilahirkan di Metro pada tanggal 24 April 2003. Penulis merupakan anak pertama dari tiga bersaudara, dari pasangan bapak Hatta dan ibu Demy Fitriana. Penulis memulai pendidikan pada tahun 2008 di TK Perwanida dan TK Aisyiyah Kalianda yang diselesaikan pada tahun 2009, dilanjutkan ke pendidikan SD Negeri 1 Sidomulyo yang hanya ditempuh selama dua semester, yang selanjutnya pindah ke SD Negeri 1 Metro Pusat dan diselesaikan pada tahun 2014, penulis melanjutkan pendidikan pada tingkat menengah pertama di SMP Negeri 4 Metro dan diselesaikan pada tahun 2018, selanjutnya pada tingkat menengah atas penulis diterima di SMA Negeri 1 Metro yang diselesaikan pada tahun 2021, penulis mengikuti Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SBMPTN) tahun 2021 dan diterima sebagai mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung Angkatan 2021.

Selama menjadi mahasiswa, penulis aktif berorganisasi dalam Himpunan Mahasiswa Jurusan (HMJ) Ilmu Komunikasi Universitas Lampung sebagai anggota bidang Advertising pada periode tahun 2022 dan menjadi Koordinator divisi Copywriting pada periode tahun 2023. Pada semester 5, penulis mengikuti magang mandiri melalui Campus Leaders Program (CLP) Bakrie Center Foundation di Inisiatif Lampung Sehat dan bergabung dalam tim Media dan Komunikasi. Penulis juga telah mengikuti program pengabdian Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Kecamatan Umpu Semenguk, Desa Rambang Jaya, Way Kanan, selama 40 hari sejak bulan Januari sampai dengan bulan Februari 2024. Selanjutnya, pada semester 6, penulis melaksanakan magang mandiri di Biro Administrasi Pimpinan Pemerintah Provinsi Lampung. Penulis mengerjakan skripsi sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.

MOTTO

فَاصْبِرْ إِنَّ وَعْدَ اللَّهِ حَقٌّ

“Dan bersabarlah kamu, sesungguhnya janji Allah itu benar”

(QS. Ar-Rum: 60)

“Untuk semua yang sudah tertulis dalam hidup, mari jalani dan ridhai,
Karena ridha atas semua ketentuan Allah adalah puncak dari keimanan”

“Long story short, I survived”

(Taylor Swift)

PERSEMBAHAN

Segala puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan berkah-Nya yang selalu mengiringi setiap langkah perjalanan perkuliahan ini. Saya persembahkan karya ini sebagai bentuk tanda cinta dan kasih sayang kepada:

Untuk diri saya sendiri, sebagai bentuk apresiasi atas setiap proses yang telah dilalui dengan penuh usaha dan keteguhan hati. Perjalanan ini bukan sekadar mencapai sebuah pencapaian, tetapi juga tentang proses bertumbuh, belajar dari setiap langkah, dan terus berusaha menjadi versi terbaik dari diri sendiri. Terima kasih telah terus mencoba, bahkan saat rasanya ingin berhenti. Skripsi ini menjadi salah satu bukti dari usaha yang dijalani secara perlahan namun konsisten, dengan keyakinan yang terus dijaga meskipun tidak selalu mudah.

Untuk Abah (Hatta) dan Ibu (Demy Fitriana) tercinta, terima kasih atas cinta yang tidak pernah mengenal lelah, doa yang selalu mengiringi dalam diam, dan dukungan yang tak pernah surut di setiap langkah. Kalian adalah sumber kekuatan terbesar dalam hidup ini. Setiap pengorbanan, kerja keras, dan kesabaran yang kalian berikan adalah alasan saya bisa sampai di titik ini. Terima kasih sudah menjadi rumah tempat saya kembali, tempat di mana saya selalu merasa aman dan diterima apa adanya. Untuk kedua adikku tersayang, Leonardo Hafis Bustami dan Meidina Safira Hatta, terima kasih karena selalu hadir sebagai tempat ternyaman. Terima kasih karena selalu percaya dan mendukung, meski dengan cara yang sederhana tapi begitu berarti. Kehadiran kalian membuat perjalanan ini tidak terasa sendiri, dan setiap langkah terasa lebih ringan. Terima kasih untuk cinta, kehangatan, dan kebersamaan yang terus kalian berikan. Semuanya adalah bagian penting dalam proses ini, dan saya tidak akan sampai di titik ini tanpa kalian.

SANWACANA

Segala puji syukur penulis ucapkan kepada Tuhan yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat yang Tuhan berikan, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Terpaan Media Sosial Instagram @gajahlakebersihan Terhadap Sikap Peduli Lingkungan Followers” sebagai salah satu persyaratan untuk meraih gelar Sarjana Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini jauh dari kata sempurna dan tidak terlepas dari berbagai kelemahan dan kekurangan. Namun, penulis berusaha semaksimal mungkin dalam penyusunan skripsi ini dengan kemampuan dan pengetahuan yang penulis miliki, serta berkat bantuan dari berbagai pihak, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Maka dalam kesempatan ini, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang tak terhingga 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 Zaenal, 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 Fardiyan S.Sos., M.Si., selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Lampung.
5. Ibu Andi Windah, S.I.Kom., M.Comn&MediaSt., selaku dosen pembimbing skripsi penulis. Ucapan terima kasih yang tulus penulis sampaikan atas ketulusan dan perhatian yang Ibu berikan selama proses bimbingan. Terima kasih atas setiap ilmu, arahan, dan masukan yang disampaikan dengan kesabaran dan keikhlasan. Lebih dari sekadar dosen pembimbing, Ibu adalah sosok yang hangat dan peduli, yang mendampingi penulis tidak hanya dalam hal akademik, tetapi juga secara

emosional. Bagi penulis, dukungan dan ketulusan Ibu akan selalu menjadi bagian penting dan berharga dalam perjalanan ini.

6. Bapak Nanang Trenggono, M.Si., selaku dosen penguji skripsi, atas waktu, perhatian, serta masukan berharga yang telah diberikan. Setiap arahan dan koreksinya disampaikan dengan cara yang bijak dan membangun. sehingga penulis bisa mencapai di titik akhir perkuliahan serta dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.
7. Ibu Fri Rejeki Noviera, S.Kom., M.Si., selaku dosen pembimbing akademik, atas bimbing dan arahan yang diberikan sepanjang perjalanan studi penulis.
8. Seluruh dosen, staf administrasi, dan karyawan di lingkungan Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Lampung, khususnya Bapak Redy Fauzan Adhima, S.E., M.Si., Bapak Ahmad Hanafi, S.Sos., Ibu Siti Ismainah, serta Mas Cecep, serta keluarga besar Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Lampung, terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala bantuan dan kebaikan yang begitu berarti selama proses perkuliahan.
9. Kedua orang tua tersayang, Aba Hatta dan Ibu Demy Fitri. Terima kasih penulis ucapkan atas segala pengorbanan dan ketulusan yang diberikan. Kepada cinta pertama dan panutan saya, Aba Hatta, terima kasih karena telah bekerja keras, memberi motivasi, memberi dukungan sehingga penulis mampu menyelesaikan masa program studi ini sampai selesai. Terimakasih karna tidak pernah meragukan anak perempuanmu ini, selalu mengusahakan apapun untuk saya, dan tidak pernah menganggap saya anak yang lemah. Kepada pintu surgaku. Ibu Demy Fitriana, terima kasih karena sudah mau mengajarkan banyak hal dari saya lahir hingga sebesar sekarang, beliau juga yang selalu mengajarkan saya bahwa betapa pentingnya seorang perempuan berpendidikan agar kelak dapat menjadi ibu yang cerdas untuk anak anaknya. Ibu, terimakasih untuk semangat yang diberikan, serta doa yang selalu Ibu panjatkan untuk saya yang selalu mengiringi langkah saya. Penulis yakin 100% bahwa doa Ibu yang telah banyak menyelamatkan saya dalam menjalani hidup.
10. Kedua adik tersayang, Abang Leonardo Hafiz Bustami dan Adik Meidina Safira Hatta, yang selalu memberi semangat, dorongan, dukungan kepada saya hingga

akhir, dan meyakinkan saya jika saya mampu menyelesaikan studi ini, serta menjadi alasan saya bertahan sejauh ini. Seperti lagu Nina Feast, saya harap kalian tumbuh lebih baik dari saya.

11. Kepada keluarga besar Bustami dan Darman Tanjung, terima kasih selama ini turut serta merawat dan mendidik penulis dengan penuh cinta dan kasih sayang. Tidak akan pernah hilang dari ingatan tentang goresan indah kehidupan yang kalian torehkan dalam tumbuh kembang hidup penulis.
12. Kepada sahabat dan keluargaku, Aul, Lala, dan Erni. Terima kasih telah menjadi bagian penting dalam perjalanan ini. Terima kasih atas setiap dukungan, pelukan hangat dalam bentuk cerita, tawa, serta untuk setiap waktu, tenaga, dan kasih yang kalian berikan tanpa henti. Lebih dari sahabat, kalian sudah seperti keluarga yang selalu ada dalam setiap langkah. Terima kasih telah menjadi teman berbagi cerita di tengah malam, teman diskusi saat otak buntu, hingga jadi pengingat ketika semangat mulai redup.
13. Teman-teman “Rumci” Ardy, Bima, Fadhil, Fariz, Vinci, Uli, Lala, Elrjani. Terima kasih karena selalu memberikan dukungan dan hiburan. Terima kasih selalu menjadi orang baik yang selalu ada untuk membantu dan mendukung penulis. Terima kasih sudah hadir dan tetap berjalan bersama sampai titik ini, mari terus bersama sampai pelangi lupa warnanya.
14. Teman-teman “Cewe Selusin” dan “Tiba-tiba skripsi” Shinta, Adira, Anita, Atika, Aul, Cici, Dhea, Dina, Erni, Galuh, Lala, dan Salma. Terima kasih tak terhingga atas kebersamaan yang begitu berharga. Terima kasih telah sabar membantu, mulai dari ngulik data SPSS, revisi bab demi bab, hingga ribetnya urusan pemberkasan. Terima kasih sudah menjadi *trip mates*, mari terus bermain bersama.
15. Teman-teman “Spidey” Caca spidey 3 dan Aul spidey 1. Terima kasih telah saling menguatkan, saling menjaga, dan kebersamaan penulis di setiap kegiatan dan selama masa skripsian, dari bimbingan hari pertama sampai sekarang.
16. Teman-teman “Adsquad” Kak Rino, Ayuk Njul, Dila, Julia, Lina, Araf, Salma, Cici, Ima, Fikri, Bila, Evi, Ernisa, dan Adsquad 22. Terima kasih untuk setiap bantuan, usaha, tawa, dan cerita yang telah kita lalui bersama. Dari ratusan

program kerja yang melelahkan, tumbuh ribuan momen kebersamaan yang tak ternilai dan akan selalu dikenang.

17. Sahabat “NASA” Nur, Arien, dan Azzah dan teman-teman “Kontrakan E8” Bella, Alle, Nur, Arien, Aul, dan Tiara. Terima kasih atas setiap hari yang dipenuhi cerita, tawa, keluh kesah, dan momen kebersamaan yang tak pernah terasa sepi. Terima kasih sudah jadi keluarga selama perkuliahan ini.
18. Teman-teman “B.K” Duli, Kirun, Rizqa, Bape, Saddam, Picon, Yudha, dan Kite. Teman-teman “*Werewolf*” Ajo, Bayu, Iqbal, Kuncara, Tashim, Caca, Galuh, dan Aul. Terima kasih atas pertemanan yang tetap terjaga hingga hari ini. Kalian selalu jadi bagian penting yang mengisi perjalanan ini dengan tawa, semangat, dan dukungan yang tak pernah habis. Terima kasih telah tumbuh bersama dan terus kebersamaan dalam berbagai bentuk cerita.
19. Kepada Putri Ayu Anggira (Angek), Diah Ayu Permata, Iqlima Ismi, Intan Zavira, dan Mba Annisa Ghina Istighfarany. Terima kasih telah menjadi bagian penting dari perjalanan ini dan telah menjadi teman yang menyenangkan dan selalu ada selama masa kuliah.
20. Seluruh tim Gajahlah Kebersihan yang telah memberikan kesempatan dan pengalaman berharga dalam proses penelitian ini, terima kasih atas ilmu, dukungan, serta kerja samanya, sehingga setiap tahapan dalam penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan baik dan lancar.
21. Kepada seluruh teman-teman Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung Angkatan 21 serta semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan selama masa studi ini. Mohon maaf yang sebesar-besarnya karena tidak dapat menyebutkan satu per satu, namun setiap kebaikan dan bantuan yang diberikan sangat berarti dan tak akan terlupakan.

Bandar Lampung, 12 Juni 2025

Penulis,

Maharani Suci Aprilia

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR	vi
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Kerangka Pikir	8
1.6 Hipotesis	10
II. TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Gambaran Umum	15
2.3 Terpaan Akun Instagram @gajahlakebersihan	17
2.4 Sikap Peduli Lingkungan	21
2.5 Landasan Teori	23
III. METODOLOGI PENELITIAN	27
3.1 Jenis Penelitian	27
3.2 Metode Penelitian	27
3.3 Variabel Penelitian	27
3.4 Definisi Konseptual	29
3.5 Definisi Operasional	31
3.6 Populasi dan Sampel	36
3.7 Sumber Data	38
3.8 Teknik Pengumpulan Data	38
3.9 Teknik Pengujian Instrumen	39
3.10 Teknik Analisis Data	40
3.11 Uji Hipotesis	41

3.12 Teknik Pengolahan Data	42
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Hasil Pengujian Instrumen	43
4.2 Karakteristik Responden	46
4.3 Hasil Penelitian	48
4.3.1 Deskripsi Variabel X Terpaan Media Sosial Instagram @gajahlakebersihan	48
4.3.2 Deskripsi Variabel Y Sikap Peduli Lingkungan <i>Followers</i>	72
4.4 Kategori Persentase Nilai Kumulatif Variabel X dan Y	89
4.5 Hasil Analisis Data.....	93
4.6 Uji Hipotesis.....	92
4.7 Rekapitulasi Hasil	98
4.8 Pembahasan Penelitian.....	99
4.8.1 Pengaruh Terpaan Media Sosial Instagram @gajahlakebersihan Terhadap Sikap Peduli Lingkungan <i>Followers</i>	100
V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	105
5.1 Simpulan	110
5.2 Saran	111
DAFTAR PUSTAKA.....	112
LAMPIRAN	112

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1. Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 2. Definisi Operasional.....	31
Tabel 3. Skor Skala Likert.....	39
Tabel 4. Hasil Uji Validitas Terpaan Media Sosial Instagram (X)	43
Tabel 5. Hasil Uji Validitas Sikap Peduli Lingkungan <i>Followers</i> (Y)	44
Tabel 6. Kriteria Reliabilitas	45
Tabel 7. Hasil Output Uji Reliabilitas Variabel X	46
Tabel 8. Hasil Output Uji Reliabilitas Variabel Y	46
Tabel 9. Karakteristik Responden	47
Tabel 10. Dimensi Instrumen Terpaan Media Sosial	49
Tabel 11. Pernyataan Responden terhadap Tingkat Frekuensi Kemunculan Akun Instagram @gajahlakebersihan	49
Tabel 12. Pernyataan Responden terhadap Tingkat Frekuensi Kemunculan Akun Instagram @gajahlakebersihan	50
Tabel 13. Pernyataan Responden terhadap Tingkat Frekuensi Kemunculan Akun Instagram @gajahlakebersihan	50
Tabel 14. Pernyataan Responden terhadap Tingkat Frekuensi Kemunculan Akun Instagram @gajahlakebersihan	51
Tabel 15. Pernyataan Responden terhadap Tingkat Frekuensi Kemunculan Akun Instagram @gajahlakebersihan	52
Tabel 16. Rekapitulasi Jawaban Dimensi Tahap Frekuensi.....	52
Tabel 17. Pernyataan Responden terhadap Tingkat Durasi Mengakses Akun Instagram @gajahlakebersihan	53
Tabel 18. Pernyataan Responden terhadap Tingkat Durasi Mengakses Akun Instagram @gajahlakebersihan	54

Tabel 19. Pernyataan Responden terhadap Tingkat Durasi Mengakses Akun Instagram @gajahlahkebersihan	55
Tabel 20. Pernyataan Responden terhadap Tingkat Durasi Mengakses Akun Instagram @gajahlahkebersihan	55
Tabel 21. Pernyataan Responden terhadap Tingkat Durasi Mengakses Akun Instagram @gajahlahkebersihan	56
Tabel 22. Pernyataan Responden terhadap Tingkat Durasi Mengakses Akun Instagram @gajahlahkebersihan	57
Tabel 23. Rekapitulasi Jawaban Dimensi Tahap Durasi	57
Tabel 24. Pernyataan Responden terhadap Tingkat Atensi pada	58
Tabel 25. Pernyataan Responden terhadap Tingkat Atensi pada	59
Tabel 26. Pernyataan Responden terhadap Tingkat Atensi pada	60
Tabel 27. Pernyataan Responden terhadap Tingkat Atensi pada	60
Tabel 28. Pernyataan Responden terhadap Tingkat Atensi pada	61
Tabel 29. Rekapitulasi Jawaban Dimensi Tahap Atensi	62
Tabel 30. Pernyataan Responden terhadap Tingkat Penyajian Konten pada Akun Instagram @gajahlahkebersihan	63
Tabel 31. Pernyataan Responden terhadap Tingkat Penyajian Konten pada Akun Instagram @gajahlahkebersihan	64
Tabel 32. Pernyataan Responden terhadap Tingkat Penyajian Konten pada Akun Instagram @gajahlahkebersihan	64
Tabel 33. Pernyataan Responden terhadap Tingkat Penyajian Konten pada Akun Instagram @gajahlahkebersihan	65
Tabel 34. Pernyataan Responden terhadap Tingkat Penyajian Konten pada Akun Instagram @gajahlahkebersihan	66
Tabel 35. Pernyataan Responden terhadap Tingkat Penyajian Konten pada Akun Instagram @gajahlahkebersihan	66
Tabel 36. Pernyataan Responden terhadap Tingkat Penyajian Konten pada Akun Instagram @gajahlahkebersihan	67
Tabel 37. Rekapitulasi Jawaban Dimensi Tahap Penyajian Konten	67
Tabel 38. Rekapitulasi Variabel X (Terpaan Instagram @gajahlahkebersihan) ...	69
Tabel 39. Dimensi Instrumen Sikap Peduli Lingkungan Followers	73

Tabel 40. Pernyataan Responden terhadap Aspek Kognitif.....	73
Tabel 41. Pernyataan Responden terhadap Aspek Kognitif.....	74
Tabel 42. Pernyataan Responden terhadap Aspek Kognitif.....	75
Tabel 43. Pernyataan Responden terhadap Aspek Kognitif.....	76
Tabel 44. Pernyataan Responden terhadap Aspek Kognitif.....	76
Tabel 45. Pernyataan Responden terhadap Aspek Kognitif.....	77
Tabel 46. Pernyataan Responden terhadap Aspek Afektif.....	78
Tabel 47. Pernyataan Responden terhadap Aspek Afektif.....	79
Tabel 48. Pernyataan Responden terhadap Aspek Afektif.....	80
Tabel 49. Pernyataan Responden terhadap Aspek Afektif.....	80
Tabel 50. Pernyataan Responden terhadap Aspek Afektif.....	81
Tabel 51. Rekapitulasi Jawaban Dimensi Tahap Afektif	82
Tabel 52. Pernyataan Responden terhadap Aspek Konatif	83
Tabel 53. Pernyataan Responden terhadap Aspek Konatif	83
Tabel 54. Pernyataan Responden terhadap Aspek Konatif	84
Tabel 55. Pernyataan Responden terhadap Aspek Konatif	85
Tabel 56. Pernyataan Responden terhadap Aspek Konatif	85
Tabel 57. Rekapitulasi Jawaban Dimensi Tahap Konatif	86
Tabel 58. Rekapitulasi Variabel Y (Sikap Peduli Lingkungan Followers).....	86
Tabel 59. Kategori Data Persentase Nilai Setiap Variabel pada Tiap Item Pertanyaan.....	90
Tabel 60. Hasil Tabel Penilaian Pernyataan pada Variabel X.....	90
Tabel 61. Hasil Tabel Penilaian Pernyataan pada Variabel Y.....	92
Tabel 62. Hasil Uji Normalitas.....	93
Tabel 63. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	94
Tabel 64. Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	96
Tabel 65. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	97
Tabel 66. Hasil Output Rekapitulasi Analisis Data Hasil Output Rekapitulasi Analisis Data	98

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1. Beberapa unggahan video banjir di Lampung	2
Gambar 2. Persentase Penggunaan Internet Pada Media Sosial.....	4
Gambar 3. Media Sosial dengan Pengguna Terbanyak.....	5
Gambar 4. Akun Instagram @gajahlakebersihan.....	6
Gambar 5. Kerangka Pikir	10
Gambar 6. Beberapa unggahan konten di Instagram @gajahlakebersihan	16

I. PENDAHULUAN

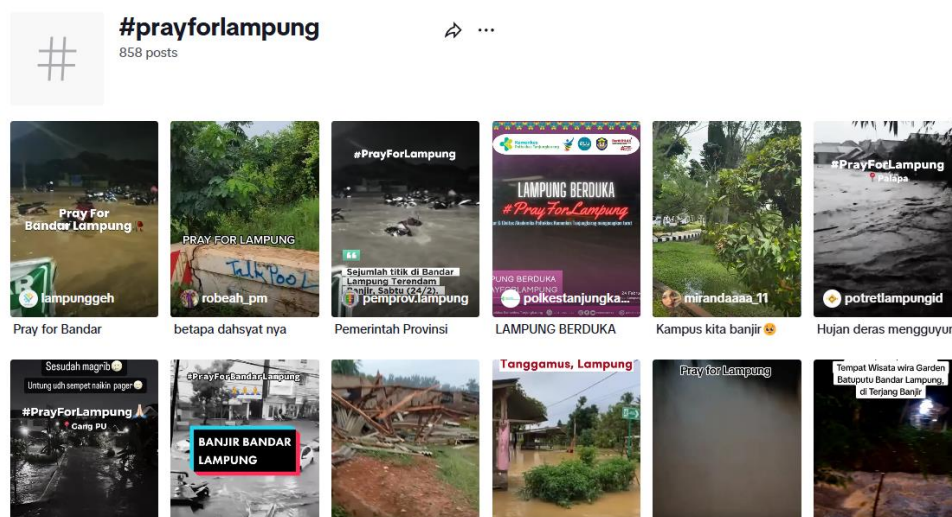
1.1 Latar Belakang Masalah

Permasalahan lingkungan global semakin mendesak dan menuntut perhatian serius dari seluruh lapisan masyarakat. Indonesia, sebagai negara dengan keanekaragaman hayati yang sangat tinggi, menghadapi berbagai tantangan lingkungan serius seperti pencemaran udara dan air akibat industri dan transportasi, degradasi hutan, serta perubahan iklim yang memicu bencana alam seperti banjir dan kekeringan. Richard Stewart dan James E Krier mengidentifikasi tiga masalah lingkungan utama yaitu pencemaran, penggunaan lahan yang salah, dan eksploitasi sumber daya berlebihan. Jika ditarik benang lurus, maka terganggunya kualitas lingkungan seperti habisnya sumber daya alam, tercemar serta rusaknya lingkungan, tidak terlepas dari pemanfaatan sumber daya alam yang sembarangan dan berlebihan (Dimas, 2021). Ketiga masalah ini saling berkaitan dan membentuk siklus yang merusak, di mana satu masalah dapat memicu masalah lainnya. Apabila salah satu aspek dari lingkungan terkena masalah, maka berbagai aspek lainnya akan mengalami dampak atau akibat pula (N.H.T. Siahaan, 2004). Salah satu contoh nyata dari permasalahan tersebut adalah masalah sampah plastik yang semakin menggunung, yang tidak hanya mencemari lingkungan tetapi juga mengancam keberlangsungan hidup berbagai makhluk hidup.

Berdasarkan data dari Website Radio Republik Indonesia, Indonesia menempati peringkat ke 5 penghasil sampah plastik terbesar di dunia dengan jumlah 9,13 juta ton. Kondisi yang seperti ini tidak boleh terjadi secara terus menerus karena dapat memicu terjadinya sebuah bencana yang besar terhadap penerus kehidupan manusia selanjutnya yang disebabkan oleh tidak stabilnya

lingkungan di dunia atau sering disebut dengan “*unsustainable global ecosystems*” (Saputra, 2017).

Permasalahan sampah plastik yang dihadapi Indonesia secara nasional juga tercermin di tingkat daerah, termasuk di Provinsi Lampung. Penumpukan sampah, terutama di saluran air dan sungai, dapat menjadi faktor penyumbang terjadinya banjir di beberapa wilayah di Provinsi Lampung. Melansir dari MetroTv, diketahui bahwa terdapat peningkatan *volume* sampah, khususnya di Bandar Lampung pada bulan April 2024 yaitu sebanyak 1.000 hingga 1.200 ton per harinya. Banyaknya penumpukan sampah ini menjadi salah satu cikal bakal terjadinya banjir yang terjadi. Berdasarkan laporan dari Radio Republik Indonesia, BPBD Lampung mencatat terdapat 10 peristiwa banjir yang terjadi di awal tahun 2024, meliputi wilayah Bandar Lampung, Lampung Selatan, Pesawaran, dan Tulang Bawang.



Gambar 1. Beberapa unggahan video banjir di Lampung
(Sumber: <https://vt.tiktok.com/ZShbFSUCF/>. Diakses pada 5 Agustus 2024)

Dalam konteks ini, upaya untuk meningkatkan sikap kepedulian lingkungan masyarakat menjadi sangat penting. Menurut Milfont dan Duckitt, sikap peduli lingkungan adalah kecenderungan psikologis di mana seseorang menilai persepsi mereka tentang alam berdasarkan keyakinan pribadi, dan sikap ini ditunjukkan melalui perasaan positif atau negatif terhadap lingkungan (Islamey et al., 2023). Sikap ini mencerminkan tanggung jawab individu atau kelompok

terhadap dampak aktivitas manusia terhadap ekosistem, termasuk upaya untuk mengurangi polusi, meminimalkan penggunaan sumber daya alam, dan menjaga kelestarian lingkungan. Gifford dan Sussman (dalam Islamey et al., 2023) menyampaikan bahwa sikap terhadap lingkungan sangat penting karena sering kali memengaruhi perilaku yang bisa meningkatkan atau merusak kualitas lingkungan. Minimnya sikap peduli lingkungan, kurangnya pemahaman masyarakat tentang pentingnya menjaga alam, serta rendahnya keterlibatan dalam tindakan nyata untuk pelestarian lingkungan dapat memperburuk hubungan antara manusia dan alam. Sikap peduli lingkungan yang kuat, yang tercermin dari kesadaran n isu-isu lingkungan dan komitmen untuk bertindak, sangat dibutuhkan untuk mendorong perubahan perilaku yang lebih ramah lingkungan. Penelitian terbaru menunjukkan bahwa masyarakat tidak hanya berusaha bertahan saat terjadi bencana, tetapi juga mulai melakukan upaya pencegahan untuk menghindari atau mengurangi dampaknya (Windah et al., 2023). Untuk membangun sikap peduli ini dan mendorong tindakan nyata, media sosial dengan jangkauan luas dapat menjadi alat yang efektif dalam meningkatkan kesadaran dan mengajak masyarakat untuk berpartisipasi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan.

Media sosial telah menjadi fenomena komunikasi yang sangat berpengaruh dalam kehidupan masyarakat modern, memungkinkan koneksi sosial yang lebih mudah dan luas. Menurut Van Dijk dalam Nasrullah (2015) mengatakan bahwa media sosial adalah platform yang mengutamakan keberadaan pengguna dengan menyediakan ruang untuk beraktivitas dan berkolaborasi. Jadi, media sosial menjadi tempat atau ruang yang menghubungkan pengguna dalam sebuah jaringan sosial. Berdasarkan data dari Datareportal, pada tahun 2024 terdapat 185,3 juta pengguna internet di Indonesia, yang setara dengan 66,5% dari populasi. Dengan jangkauan yang luas dan interaktif, media sosial dapat digunakan sebagai alat yang ampuh untuk menyebarkan informasi, mengedukasi, dan memotivasi masyarakat. Berbagai yayasan, organisasi, dan kampanye lingkungan telah memanfaatkan media sosial untuk mencapai audiens yang lebih luas dan mendorong partisipasi publik. Program Pendidikan dan kampanye sosialisasi di sekolah, komunitas, serta

media sosial dapat membantu meningkatkan pemahaman tentang dampak buruk dari pengelolaan sampah yang tidak tepat (Shabrina et al., 2023).

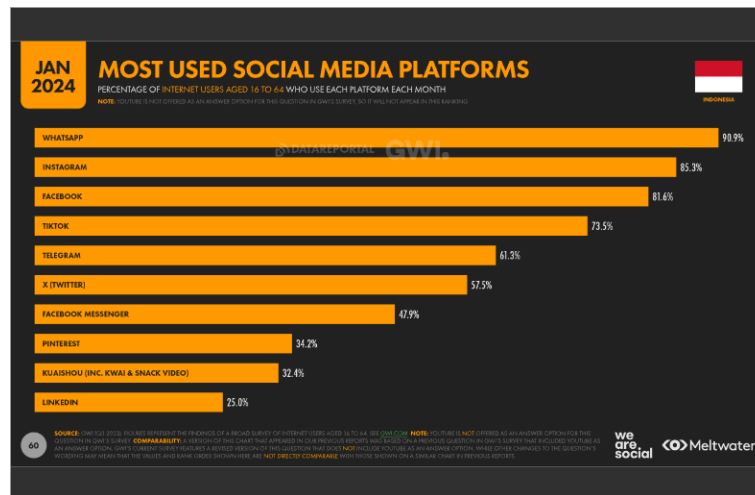


Gambar 2. Persentase Penggunaan Internet Pada Media Sosial
(Sumber: <https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/>. Diakses pada 7 Agustus 2024)

Salah satu media sosial yang efektif untuk menyebarkan informasi, meningkatkan kesadaran masyarakat, serta memengaruhi audiens yaitu Instagram. Sebagai salah satu aplikasi media sosial, Instagram memiliki kekuatan dan pengaruh yang besar terhadap para penggunanya (Acuti et al., 2018). Hal ini diperkuat oleh data dari Sensor Tower yang mengungkapkan bahwa pada tahun 2023, Instagram berhasil meraih tambahan 128 juta pengguna baru, sehingga total unduhan aplikasi ini mencapai 768 juta. Angka ini mengukuhkan posisi Instagram sebagai aplikasi paling populer di dunia.

Instagram memungkinkan organisasi *non-profit* untuk menjangkau audiens yang lebih luas, sehingga mempermudah mereka dalam mencapai tujuan. Saat berkomunikasi melalui Instagram, pengguna dapat melakukan berbagai aktivitas, seperti menyukai postingan, memberikan komentar, membagikan, menyimpan, mengirim pesan pribadi ke akun lain, atau melihat tagar yang dikenal sebagai *hashtag* (Karim & Yulianita, 2021). Indonesia, sebagai negara dengan jumlah pengguna Instagram yang sangat besar, menjadi pasar yang menarik untuk diteliti. Berdasarkan data dari We Are Social atau Statista,

Instagram menempati posisi ke 2 sebagai platform media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia, setelah WhatsApp.



Gambar 3. Media Sosial dengan Pengguna Terbanyak
(Sumber: <https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/>. Diakses pada 7 Agustus 2024)

Popularitas Instagram di kalangan masyarakat Indonesia, terutama generasi muda, memberikan peluang yang sangat besar untuk menyebarkan pesan-pesan positif tentang lingkungan dan mengajak masyarakat untuk ikut serta dalam upaya pelestarian alam. Tingginya penetrasi Instagram di Indonesia mengindikasikan bahwa platform ini memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku dan pola pikir masyarakat. Banyak pengguna Instagram menghabiskan waktu berjam-jam setiap hari untuk berinteraksi dengan konten yang mereka sukai, termasuk konten yang berkaitan dengan lingkungan. Kampanye dapat dijalankan melalui instrumen atau media digital baru, seperti media sosial (Maryam et al., 2021). Hal ini menunjukkan bahwa Instagram dapat menjadi alat yang efektif untuk mengubah persepsi dan perilaku individu terhadap isu lingkungan. Isu-isu lingkungan tidak pernah lepas dari perhatian media dan sering dijadikan bahan liputan utama (Trenggono et al., 2024).

Yayasan Gajahlah Kebersihan adalah salah satu contoh yayasan yang memanfaatkan media sosial, khususnya Instagram, untuk menyebarkan informasi dan edukasi tentang isu lingkungan dalam visi mewujudkan masyarakat yang berdaya melalui pengelolaan lingkungan, sosial dan

pendidikan yang berkelanjutan. Yayasan Gajahlah Kebersihan adalah yayasan yang berada di Lampung dengan fokus utama pada pendidikan lingkungan, khususnya isu sampah laut. Gajahlah Kebersihan digagas oleh empat orang alumni dari Indonesia Youth Marine Debris Summit (IYMDS) pada tahun 2017. Nama Gajahlah Kebersihan diambil dari hewan gajah yang merupakan *icon* Provinsi Lampung. Fokus utama Gajahlah Kebersihan adalah memberikan pengetahuan tentang permasalahan sampah laut dan memberdayakan masyarakat, baik yang tinggal di pesisir maupun di perkotaan, untuk memaksimalkan nilai dalam mengatasi masalah sampah. Gajahlah Kebersihan berfokus pada empat bidang utama, yaitu riset, edukasi, kampanye, dan *ecopreneurship*, dengan tujuan mendorong anak-anak muda yang peduli dan proaktif terhadap masalah sampah di Bandar Lampung, khususnya kawasan pesisir untuk melakukan perubahan nyata.



Gambar 4. Akun Instagram @gajahlahkebersihan
(Sumber: <https://lnk.dev/InstagramGajahlahkebersihan>.
Diakses pada 8 Agustus 2024)

Melalui akun Instagram @gajahlahkebersihan, yayasan ini berupaya untuk mengedukasi masyarakat tentang pentingnya menjaga kebersihan dan lingkungan. Yayasan ini secara aktif mempromosikan gaya hidup ramah lingkungan dan mengajak masyarakat untuk ikut serta dalam menjaga kelestarian alam. Edukasi yang dilakukan oleh Yayasan Gajahlah di Instagram meliputi berbagai bentuk konten, mulai dari infografis, video edukatif, hingga tantangan kebersihan yang mengajak *followers* untuk berpartisipasi aktif. Upaya yang mereka lakukan melalui Instagram berhasil menarik perhatian

banyak orang, terutama kalangan muda yang aktif di media sosial. Hal ini terbukti dari tingginya jumlah pengikut akun Instagram tersebut, yang mayoritas merupakan generasi muda yang peduli terhadap isu-isu lingkungan.

Dengan pendekatan yang tepat, edukasi dan kampanye di media sosial diharapkan mampu meningkatkan partisipasi serta kesadaran masyarakat terhadap kebersihan lingkungan. Instagram, sebagai salah satu platform media sosial yang populer, sering digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan edukasi lingkungan secara kreatif dan interaktif. Namun, meskipun penggunaan media sosial untuk edukasi dan kampanye semakin meluas, masih diperlukan penelitian lebih lanjut untuk mengetahui sejauh mana penggunaan platform ini berpengaruh terhadap pembentukan sikap peduli lingkungan. Berdasarkan hal tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti pengaruh penggunaan Instagram @gajahlakebersihan sebagai media edukasi lingkungan terhadap sikap peduli lingkungan para pengikutnya. Oleh karena itu, tema skripsi yang akan peneliti angkat adalah “Pengaruh Penggunaan Instagram @gajahlakebersihan Sebagai Media Edukasi Lingkungan terhadap Sikap Peduli Lingkungan *Followers*.” Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui sejauh mana penggunaan Instagram @gajahlakebersihan sebagai media edukasi lingkungan dapat memengaruhi sikap peduli lingkungan *followers*-nya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang ingin peneliti bahas pada penelitian ini adalah seberapa besar pengaruh terpaan media sosial Instagram @gajahlakebersihan terhadap sikap peduli lingkungan *followers*?

1.3 Tujuan Penelitian

Melalui pembahasan latar belakang dan rumusan masalah di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh terpaan media sosial Instagram @gajahlakebersihan terhadap sikap peduli lingkungan *followers*.

1.4 Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memahami bagaimana Instagram dapat dimanfaatkan secara efektif untuk meningkatkan kesadaran dan kepedulian masyarakat terhadap isu-isu lingkungan. Penelitian ini juga bertujuan menambah literatur terkait efektivitas media sosial dalam menyampaikan pesan edukatif tentang pelestarian lingkungan. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi referensi bagi studi selanjutnya yang ingin mengeksplorasi pengaruh kampanye digital terhadap pembentukan sikap dan perilaku audiens.

b. Manfaat Praktis

- 1) Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan oleh tim pengelola akun Instagram @gajahlakebersihan untuk mengevaluasi efektivitas konten edukasi lingkungan yang disampaikan, serta membantu mengembangkan strategi penyampaian konten yang lebih tepat sasaran dalam meningkatkan sikap peduli lingkungan *followers*. Selain itu, penelitian ini diharapkan memberikan manfaat praktis bagi organisasi dan praktisi lingkungan dalam merancang strategi komunikasi yang lebih efektif melalui media sosial, sehingga dapat mendukung upaya nyata meningkatkan kepedulian lingkungan di masyarakat
- 2) Penelitian ini dilakukan sebagai salah satu langkah untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam menyelesaikan studi program strata satu (S1) di Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung.

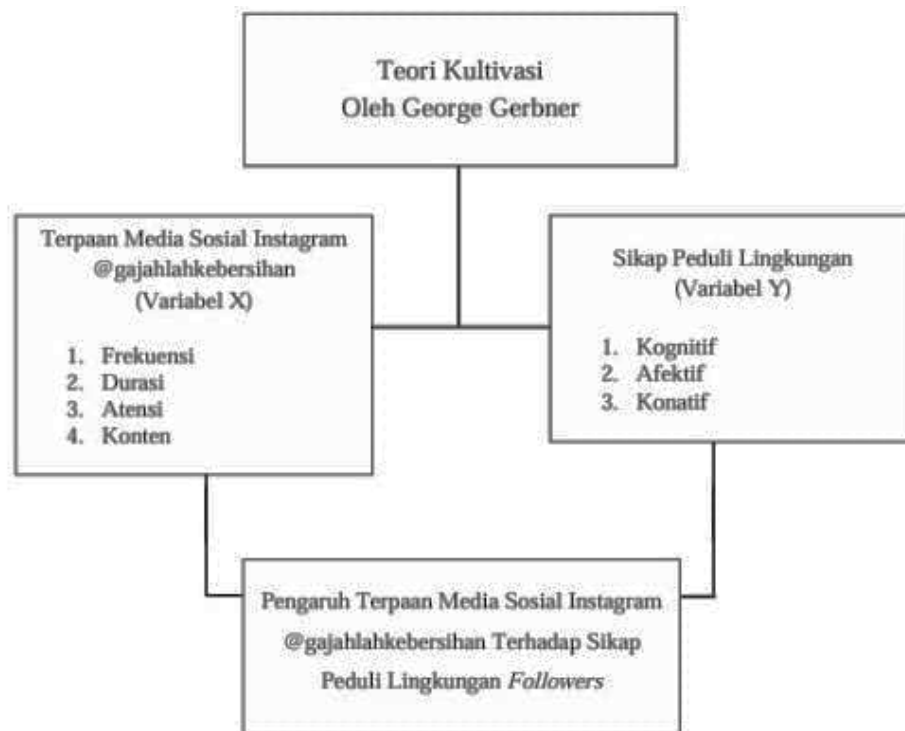
1.5 Kerangka Pikir

Kerangka pemikiran adalah representasi konseptual yang menunjukkan hubungan antara berbagai konsep atau variabel dalam suatu penelitian. Penelitian ini membahas pengaruh penggunaan Instagram @gajahlakebersihan sebagai media edukasi lingkungan terhadap sikap peduli lingkungan *followers*. Media sosial telah menjadi platform utama dalam penyebaran informasi dan edukasi, termasuk dalam hal edukasi lingkungan.

Instagram, dengan gaya visual dan fitur interaktifnya, menjadi platform yang efektif untuk menyampaikan pesan edukasi. Akun @gajahlakebersihan aktif digunakan sebagai media edukasi lingkungan dengan tujuan mengajak para pengikutnya untuk lebih peduli dan sadar terhadap isu lingkungan. Namun, efektivitas penggunaan media ini dalam membentuk sikap peduli lingkungan *followers* masih menjadi pertanyaan. Bagaimana terpaan penggunaan media sosial, khususnya terkait edukasi lingkungan di Instagram mampu memengaruhi aspek kognitif, afektif, dan konatif dari sikap peduli lingkungan *followers* adalah hal yang penting untuk diteliti.

Efektivitas Instagram sebagai media edukasi lingkungan tidak hanya bergantung pada penyajian kontennya, tetapi juga pada sejauh mana audiens terpapar dan terlibat dengan pesan yang disampaikan. Aspek seperti frekuensi melihat konten, durasi perhatian, tingkat interaksi, dan aspek konten seperti *quality*, *quantity*, dan *sender's expertise* juga memainkan peran penting dalam membentuk sikap audiens terhadap lingkungan. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel utama yaitu penggunaan Instagram @gajahlakebersihan dan sikap peduli lingkungan *followers*. Landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teori kultivasi. Teori ini menyoroti peran media massa sebagai agen sosialisasi, dan mengkaji apakah khalayak lebih cenderung mempercayai apa yang disajikan di media dibandingkan dengan kenyataan yang mereka alami sendiri. Teori kultivasi menjelaskan bagaimana paparan media, termasuk media sosial seperti Instagram, dapat membentuk persepsi dan sikap individu terhadap realitas sosial. Komponen sikap meliputi komponen kognitif, afektif, dan konatif.

Berikut gambaran kerangka pikir dalam penelitian ini:



Gambar 5. Kerangka Pikir
(Sumber: Pemikiran Peneliti)

1.6 Hipotesis

Hipotesis merupakan hal umum dan sederhana dalam penelitian kuantitatif, akan tetapi berperan mengarahkan perjalanan penelitian. Hipotesis dibutuhkan untuk merespon pertanyaan penelitian, sehingga menjadi acuan pengumpulan data (Yam & Taufik, 2021). Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, dan kerangka pemikiran yang telah dijelaskan, hipotesis dalam penelitian ini disusun sebagai berikut.

- H0 : Terpaan media sosial Instagram @gajahlakebersihan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap sikap peduli lingkungan *followers*.
- H1 : Terpaan media sosial Instagram @gajahlakebersihan berpengaruh secara signifikan terhadap sikap peduli lingkungan *followers*.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian sebelumnya digunakan sebagai acuan untuk memahami alur penelitian yang akan dilakukan. Selain itu, penelitian terdahulu membantu peneliti memastikan bahwa topik yang dibahas belum diteliti sebelumnya, sehingga dapat menghindari pengulangan penelitian. Penelitian ini juga memberikan panduan mengenai alur penelitian yang sistematis, termasuk penerapan metode dan teori yang sesuai. Berikut ini adalah beberapa penelitian sebelumnya yang menjadi acuan bagi penulis dalam melaksanakan penelitian ini.

1. Penelitian pertama merupakan penelitian yang berjudul “Pengaruh Media Sosial Instagram @Greenpeaceid Terhadap Perilaku Peduli Lingkungan Dalam Pengurangan Sampah Plastik Pada *Followers* Instagram @Greenpeaceid” oleh Wanda Hanifah, mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta, tahun 2022. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis konten terkait sampah plastik yang diunggah di akun Instagram @Greenpeaceid, mengevaluasi perilaku peduli lingkungan dalam hal pengurangan sampah plastik pada pengikut akun tersebut, serta mengidentifikasi pengaruh akun Instagram @Greenpeaceid terhadap perilaku peduli lingkungan dalam mengurangi sampah plastik. Dengan menggunakan paradigma positivisme dan pendekatan kuantitatif, penelitian ini mengaplikasikan metode survei. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram @Greenpeaceid berpengaruh terhadap perilaku peduli lingkungan dalam pengurangan sampah

- plastik, dan perilaku peduli lingkungan pada generasi Z di kalangan *followers* Instagram @greenpeaceid tergolong kuat.
2. Penelitian kedua adalah penelitian yang dilakukan oleh Silfia Eka Damayanti dan Siti Komsiah, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Persada Indonesia Y.A.I Jakarta, tahun 2024, dengan topik Pengaruh Konten Media Sosial Terhadap Sikap Peduli Lingkungan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh konten media sosial tiktok @pandawaragroup terhadap sikap peduli lingkungan. Penelitian ini menggunakan teori Uses and Effects. Pendekatan penelitian ini adalah kuantitatif eksplanatif menggunakan metode penelitian survei untuk mencari tahu pengaruh konten media sosial terhadap sikap peduli lingkungan. Terdapat hasil dalam penelitian ini menunjukkan hubungan yang kuat antar variabel. Hasil dari koefisien regresi menunjukan nilai positif yang berarti searah. Kesimpulan penelitian ini adalah adanya pengaruh pada konten media sosial terhadap sikap peduli lingkungan.
 3. Penelitian ketiga adalah penelitian yang dilakukan oleh Dian Siska Tri Agustina, Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Teknologi Informasi dan Komunikasi, Universitas Semarang, tahun 2019, dengan topik Pengaruh Terpaan Iklan Shopee di Televisi Terhadap Minat Bertransaksi Secara Online. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan bagaimana pengaruh terpaan iklan SHOPEE di televisi terhadap minat bertransaksi secara online. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan teori kultivasi (Cultivation Theory). Hasil Penelitian ini menunjukan bahwa terpaan iklan berpengaruh sebesar 2.80% sedangkan sisanya sebesar 7.20% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti yaitu variabel perhatian, ketertarikan dan kepercayaan.

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

1.	Judul Penelitian	Pengaruh Media Sosial Instagram @Greenpeaceid Terhadap Perilaku Peduli Lingkungan Dalam Pengurangan Sampah Plastik Pada <i>Followers</i> Instagram @Greenpeaceid
	Peneliti	Wanda Hanifah (Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta, tahun 2022)
	Persamaan Penelitian	Peneliti sama-sama meneliti pengaruh media, khususnya Instagram, terhadap sikap peduli lingkungan pengikutnya.
	Perbedaan Penelitian	Peneliti akan meneliti tentang terpaan Instagram sebagai media edukasi lingkungan dan lebih menekankan pada sikap peduli lingkungan secara umum, termasuk tindakan nyata untuk menjaga kebersihan dan kelestarian lingkungan, sedangkan penelitian ini lebih menekankan pada perilaku peduli lingkungan dalam pengurangan sampah plastik.
	Kontribusi	Melalui penelitian sebelumnya ini, peneliti memperoleh acuan tentang dampak terpaan media sosial Instagram terhadap perubahan sikap para pengikutnya. Hal ini memberikan gambaran kepada peneliti mengenai bagaimana paparan konten edukasi lingkungan di Instagram dapat memengaruhi sikap peduli lingkungan para <i>followers</i>
2.	Judul Penelitian	Pengaruh Konten Media Sosial Terhadap Sikap Peduli Lingkungan
	Peneliti	Silfia Eka Damayanti dan Siti Komsiah (Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Persada Indonesia Y.A.I Jakarta, tahun 2024)

	Persamaan Penelitian	Peneliti sama-sama membahas mengenai dampak konten media sosial terhadap sikap kepedulian terhadap lingkungan.
	Perbedaan Penelitian	Peneliti berfokus pada konten pada platform Instagram dari akun @gajahlakebersihan, sedangkan penelitian ini fokus pada konten TikTok dari akun @pandawaragroup.
	Kontribusi	Dengan adanya penelitian terdahulu ini, peneliti setidaknya mendapatkan referensi mengenai bagaimana media sosial dapat membentuk individu dan Sikap Peduli Lingkungan.
3.	Judul Penelitian	Pengaruh Terpaan Iklan Shopee Di Televisi Terhadap Minat Bertransaksi Secara Online
	Peneliti	Dian Siska Tri Agustina (Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Teknologi Informasi dan Komunikasi, Universitas Semarang, tahun 2019)
	Persamaan Penelitian	Peneliti sama-sama meneliti tentang pengaruh terpaan media pada minat atau sikap audiens dan kedua penelitian ini sama-sama menggunakan teori kultivasi dari George Gerbner untuk menjelaskan bagaimana terpaan media membentuk persepsi dan sikap individu
	Perbedaan Penelitian	Peneliti menggunakan platform Instagram untuk mengukur pengaruh terhadap sikap peduli lingkungan, sedangkan penelitian ini menggunakan media televisi dan berfokus pada minat bertransaksi.
	Kontribusi	Dengan mengetahui hubungan pengaruh terpaan iklan Shopee di televisi terhadap minat bertransaksi online sebelumnya, peneliti dapat memahami apakah terpaan konten edukasi lingkungan di media sosial dapat memengaruhi

		sikap peduli lingkungan. Penelitian ini juga memberikan kontribusi dalam pemahaman penggunaan teori kultivasi, di mana teori ini menunjukkan bagaimana terpapar media yang berulang dapat membentuk persepsi dan sikap khalayak terhadap suatu isu.
--	--	---

2.2 Gambaran Umum

2.2.1 Profil Gajahlah Kebersihan

Gajahlah Kebersihan adalah sebuah gerakan sosial yang resmi berdiri pada 28 Oktober 2017. Gerakan ini didirikan oleh empat alumni Indonesian Youth Marine Debris Summit, yaitu Dicky Dwi Alfandy, Edy Fajar Prasetyo, Mutia Lagan, dan Putri Winda Sari. Nama "Gajahlah Kebersihan" dipilih sebagai bentuk penghormatan terhadap gajah, simbol provinsi Lampung, sekaligus permainan kata dari frasa "Jagalah Kebersihan". Gerakan ini berfokus di provinsi Lampung dan seringkali mengadakan berbagai aktivitas, seperti edukasi melalui media sosial, pelatihan *upcycling*, seminar daring dan luring, kegiatan edukasi di sekolah dan universitas, perkumpulan pemuda Lampung Youth Marine Debris Summit (LYMDS), serta kampanye lewat media sosial.

Gajahlah Kebersihan juga fokus pada pemberdayaan masyarakat pesisir dan urban dalam menerapkan prinsip sirkularitas terkait isu persampahan. Gerakan ini melibatkan empat aspek utama, yaitu riset, edukasi, kampanye, dan *ecopreneurship*. Gajahlah Kebersihan telah menerima berbagai penghargaan, antara lain sebagai top 3 komunitas terbaik dan pemenang *Social Influencer Prize* dalam "A Better World Prize" yang diselenggarakan oleh kampanye "A Better World Prize" dan Yayasan Dunia Lebih Baik, serta sebagai top 3 dalam Kontes Ide Persampahan oleh HYVE Digi Indonesia, Urun Ide, dan Armada Kemasan



Gambar 6. Beberapa unggahan konten di Instagram @gajahlahkebersihan
(Sumber: <https://11nk.dev/InstagramGajahlahkebersihan>.
Diakses pada 13 Agustus 2024)

Gajahlah Kebersihan memiliki visi yaitu mewujudkan lingkungan yang berkelanjutan melalui pola konsumsi dan produksi ramah lingkungan. Sementara visi dari Yayasan ini adalah memberdayakan pemuda melalui kampanye dan pendidikan lingkungan hidup, meningkatkan kualitas lingkungan hidup melalui upaya pencegahan dan pemulihan pencemaran, meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui pengembangan industri kreatif berbasis lingkungan, dan mendorong kebijakan yang mendukung terwujudnya pola produksi dan konsumsi berkelanjutan. Adapun beberapa program kampanye yang dijalankan oleh Gajahlah Kebersihan yaitu Kelola Sampah dari Rumah, Cegah Krisis Iklim, Dukong Profesi Hijau, Kita Pahlawan Lingkungan, Wise With Water, dan Suara Untuk Bumi. Program edukasi Gajahlah Kebersihan terdiri dari tiga kegiatan edukasi, yaitu:

- a. Edukasi Door to Door, yaitu dengan memberikan edukasi mengenai jenis-jenis sampah, cara mengurangi sampah, serta metode pengelolaan sampah dari rumah, yang didukung dengan media poster agar lebih menarik dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat Pulau Pasaran.

- b. Edukasi sekolah, yaitu dengan memberikan edukasi kepada anak-anak di Pulau Pasaran agar mereka sejak dini memiliki kepedulian terhadap lingkungan sekitar dan tidak membuang sampah sembarangan.
- c. Edukasi *workshop*, yaitu dengan mengedukasi masyarakat dengan cara FGD (*Forum Grup Discussion*) bersama dengan masyarakat serta stakeholder yang ada, kemudian praktik membuat *eco enzyme* secara bersama-sama.

2.3 Terpaan Akun Instagram @gajahlakebersihan

Saat ini, media sosial menjadi salah satu alat yang sangat ampuh untuk menyebarkan informasi dengan cepat dan luas. Melalui postingan di platform seperti Instagram, pesan-pesan yang ingin disampaikan bisa menjangkau banyak orang dari berbagai latar belakang. Selain itu, media sosial memungkinkan informasi disajikan dengan cara yang menarik dan interaktif, sehingga bisa memengaruhi pandangan serta opini publik. Sebagai salah satu media edukasi lingkungan, Instagram memiliki keunggulan dalam menjangkau audiens yang luas dan beragam, terutama generasi muda yang merupakan pengguna dominan platform ini. Akun-akun dengan fokus pada lingkungan, seperti @gajahlakebersihan, memanfaatkan Instagram untuk menyebarkan informasi tentang pentingnya menjaga kebersihan, mendaur ulang, hingga aksi nyata seperti kampanye bersih-bersih.

Melalui konten yang kreatif dan relevan, Instagram dapat membangun kesadaran sekaligus mendorong audiens untuk lebih peduli terhadap lingkungan sekitar. Efektivitas Instagram sebagai media edukasi lingkungan tidak hanya bergantung pada penyajian kontennya, tetapi juga pada sejauh mana audiens terpapar dan terlibat dengan pesan yang disampaikan. Aspek seperti frekuensi melihat konten, durasi perhatian, tingkat interaksi, dan aspek konten seperti *quality*, *quantity*, dan *sender's expertise* memainkan peran penting dalam membentuk sikap audiens terhadap lingkungan. Dengan demikian, dalam proses penyebaran informasi di media sosial, terpaan media memegang peranan yang sangat penting.

Terpaan media tidak hanya berkaitan dengan kedekatan fisik seseorang terhadap media massa, tetapi juga sejauh mana ia benar-benar menerima dan memperhatikan pesan yang disampaikan. Terpaan media meliputi aktivitas mendengarkan, melihat, membaca, serta memberikan perhatian pada pesan media, baik secara individu maupun dalam kelompok. Menurut Kriyanto (dalam Andarini, 2024) terpaan media dapat diukur melalui indikator-indikator seperti berikut:

1. Frekuensi

Frekuensi mengacu pada seberapa sering seseorang mengakses atau terpapar konten media, di mana frekuensi yang tinggi dapat memperkuat pesan yang disampaikan dan meningkatkan kemungkinan individu untuk mengingat informasi tersebut.

2. Durasi

Durasi merujuk pada lamanya waktu seseorang terpapar media, di mana semakin lama durasi paparan, semakin besar kemungkinan individu untuk memahami dan menyerap informasi yang disampaikan.

3. Atensi

Atensi adalah tingkat perhatian yang diberikan individu terhadap konten media; semakin tinggi tingkat atensi, semakin efektif informasi dapat diterima dan diproses oleh audiens.

Adapun terdapat 3 dimensi suatu konten menurut Lin, Wu, & Chen (dalam Namira, 2023) sebagai berikut:

1. *Quality*

Kualitas menunjukkan seberapa baik informasi yang diberikan. Mengukur apakah konten edukasi lingkungan yang diunggah di @gajahlakebersihan itu informatif, mudah dipahami, jujur, dan objektif. Jika kualitas kontennya baik, maka pesan yang disampaikan lebih efektif dalam meningkatkan kesadaran dan kepedulian lingkungan followers.

2. *Quantity*

Melihat seberapa banyak konten lingkungan yang diunggah serta bagaimana respons *followers* terhadapnya (misalnya jumlah komentar,

likes, dan *shares*). Semakin banyak konten yang diunggah dan semakin tinggi interaksi, semakin besar kemungkinan *followers* terpapar pesan-pesan edukasi yang dapat memengaruhi kepedulian mereka.

3. *Sender's Expertise*

Menilai sejauh mana *followers* percaya pada akun @gajahlakebersihan sebagai salah satu media sosial yang berisikan informasi terkait lingkungan. Jika *followers* melihat akun ini sebagai sumber yang kredibel dan ahli dalam bidang lingkungan, mereka akan lebih mudah menerima dan menerapkan pesan-pesan yang disampaikan.

Dengan terus-menerus terpapar informasi melalui media sosial, persepsi audiens bisa terbentuk, sikap mereka bisa berubah, dan bahkan bisa mendorong mereka untuk bertindak. Setiap platform memiliki caranya sendiri dalam menyampaikan informasi dan menarik perhatian audiens, yang pada akhirnya memengaruhi bagaimana konten diterima dan dimengerti. Kaplan dan Haenlein dalam (Laili, 2022) menjelaskan bahwa media sosial dapat dibagi menjadi lima kategori utama, antara lain:

- 1) *Social Networks*, media sosial yang berfungsi sebagai platform untuk berinteraksi dan menjalin hubungan sosial.
- 2) *Discuss*, media sosial yang dirancang untuk mendukung diskusi dan percakapan di antara kelompok pengguna.
- 3) *Share*, media sosial yang memudahkan pengguna dalam berbagi berbagai jenis konten, seperti video, musik, dan file.
- 4) *Publish*, media sosial yang memungkinkan pengguna untuk mengunggah berbagai bentuk konten, seperti foto, video, dan tulisan.
- 5) *Microblog*, media sosial yang digunakan untuk berinteraksi dan bersosialisasi, namun dengan batasan tertentu pada jumlah karakter di setiap unggahan.

Dengan hadirnya media sosial, khususnya aplikasi Instagram, pengguna sangat memudahkan dan difasilitasi oleh berbagai fitur yang memungkinkan mereka untuk berkreasi dengan kreatif dalam membuat konten yang bisa disebarluaskan melalui akun media sosial mereka. Dalam membuat konten, dibutuhkan kreativitas dan pemikiran logis untuk menarik minat orang lain, sehingga

mereka tertarik untuk melihat, membaca, atau mendengarkan apa yang telah dibagikan (Hajrawati, 2022). Hal ini juga berlaku untuk konten edukasi lingkungan, di mana informasi yang disajikan bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat tentang isu-isu lingkungan. Konten edukasi lingkungan berfokus pada berbagai masalah lingkungan seperti perubahan iklim, polusi, pengelolaan sampah, pelestarian keanekaragaman hayati, dan praktik ramah lingkungan lainnya. Sarmiati menjelaskan bahwa komunikasi lingkungan pada dasarnya mengacu pada penggunaan proses komunikasi dan media yang dirancang secara strategis untuk membantu kebijakan menjadi lebih efektif serta memastikan keberlanjutan kelestarian lingkungan (Damayanti & Komsiah, 2024).

Konten-konten yang ditampilkan pada akun @gajahlakebersihan umumnya mengangkat isu utama seputar pencemaran plastik laut dan sampah pesisir, pengelolaan sampah melalui pendekatan daur ulang dan ecopreneurship, serta kolaborasi aksi komunitas dan gerakan volunteer. Secara visual, akun ini mengusung gaya penyajian yang konsisten dengan tone edukatif. Penggunaan ikon gajah sebagai simbol identitas, palet warna dominan hijau dan biru yang mencerminkan tema lingkungan, serta pemilihan font yang jelas dan mudah dibaca, menjadi bagian dari strategi visualisasi yang mendukung pemahaman pesan. Jenis konten yang disajikan cukup beragam, seperti:

1. Reels edukatif berdurasi 30–60 detik, konten video kerap menampilkan dokumentasi langsung kegiatan seperti bersih pantai dan pelatihan komunitas, disertai narasi edukatif yang bertujuan meningkatkan kesadaran lingkungan.
2. Unggahan foto kegiatan dan event (feed), menampilkan momen-momen aksi nyata seperti kampanye lingkungan, kegiatan bersih pantai, serta partisipasi komunitas, yang disertai caption informatif untuk memperkuat pesan edukatif.
3. Infografis. Berisi data dan informasi seputar isu lingkungan seperti dampak sampah plastik, fakta pencemaran laut, hingga tips pengelolaan sampah, disajikan dengan desain visual yang ringkas, berwarna cerah, dan mudah dipahami untuk menarik perhatian audiens.

4. Highlight story. Berisi arsipkan berbagai kegiatan penting yang telah diunggah, seperti aksi bersih pantai, edukasi lapangan, hingga dokumentasi program kolaboratif, agar mudah diakses ulang oleh audiens untuk merangkum kegiatan kegiatan yang penting.

Melalui konten-konten tersebut, pengikut akun ini dapat lebih memahami pentingnya menjaga kebersihan lingkungan serta terinspirasi untuk berkontribusi dalam upaya pelestarian lingkungan. Sesuai dengan apa yang dijelaskan dalam perspektif Teori Kultivasi, paparan konten secara terus-menerus di Instagram @gajahlakebersihan berperan dalam membentuk cara pandang *followers* terhadap isu lingkungan. Semakin sering seseorang melihat dan berinteraksi dengan konten yang membahas pentingnya menjaga kebersihan dan kelestarian lingkungan, semakin besar kemungkinan mereka menyerap dan memahami pesan tersebut.

2.4 Sikap Peduli Lingkungan

Notoatmodjo (dalam Murniadi, 2022) mendefinisikan sikap sebagai kecenderungan individu untuk bertindak, berupa respons tersembunyi terhadap suatu stimulus atau objek tertentu. Sedangkan menurut Secord & Backman, sikap adalah keteraturan tertentu dalam perasaan (afeksi), pemikiran (kognisi), dan kecenderungan untuk bertindak (konasi) seseorang terhadap sesuatu di lingkungan sekitarnya (David et al., 2017). Sikap adalah reaksi atau respon dalam diri seseorang terhadap suatu stimulus atau objek yang belum terlihat secara jelas. Sikap, bersama dengan pendapat, keyakinan, dan tindakan, merupakan bagian penting dari aspek psikologis manusia. Sikap terbentuk melalui pengalaman, interaksi sosial, dan paparan terhadap informasi tertentu, termasuk informasi yang disajikan melalui media sosial atau lingkungan sosial yang lebih luas. Peduli terhadap lingkungan adalah sikap dan tindakan yang bertujuan untuk mencegah dan memperbaiki kerusakan alam yang telah terjadi (Amirul dalam Damayanti & Komsiah, 2024).

Sikap peduli lingkungan sering kali dipengaruhi oleh terpapar informasi yang diterima, seperti kampanye atau konten edukatif, yang kemudian memotivasi individu untuk mengambil tindakan nyata dalam upaya melestarikan lingkungan. Sikap peduli lingkungan muncul sebagai respons terhadap krisis

lingkungan global yang semakin mendesak. Sikap peduli lingkungan bukan hanya sekadar pilihan, tetapi merupakan keharusan untuk memastikan kelangsungan hidup manusia dan generasi mendatang. Menurut Azzet, ciri utama dari sikap peduli lingkungan adalah perhatian dan kepedulian seseorang terhadap kondisi lingkungan sekitarnya. Sikap ini tercermin melalui tindakan nyata yang dilakukan untuk mencegah kerusakan lingkungan alam dengan cara yang sebaik-baiknya (Damayanti & Komsiah, 2024). Menurut Gerungan, manusia tidak memiliki sikap-sikap tertentu sejak lahir, melainkan sikap-sikap tersebut berkembang dan dibentuk selama perjalanan hidup individu (Laili, 2022).

Sikap memiliki peran penting dalam kehidupan manusia, karena sikap yang sudah terbentuk akan memengaruhi cara seseorang berperilaku terhadap suatu objek. Sikap tidak hanya mencerminkan bagaimana seseorang merespons suatu situasi, tetapi juga membantu membentuk pola perilaku yang konsisten dalam menghadapi objek atau keadaan tertentu. Dengan kata lain, sikap berfungsi sebagai dasar yang memandu manusia untuk bertindak dengan cara yang khas atau spesifik ketika berhadapan dengan objek atau stimulus tertentu. Menurut Gerungan (dalam Laili, 2022) adapun beberapa karakteristik sikap yang memengaruhi seseorang dalam melakukan suatu tindakan yang menyebabkan reaksi individu tersebut di antaranya adalah:

1. Sikap selalu melibatkan hubungan antara subjek dan objek; tidak ada sikap yang bisa ada tanpa adanya objek. Objek ini bisa berupa berbagai hal, seperti benda mati, individu, kelompok orang, nilai-nilai sosial, pandangan hidup, hukum, lembaga masyarakat, dan lain-lain
2. Sikap bukan merupakan sesuatu yang dimiliki sejak lahir, melainkan dipelajari dan dibentuk melalui berbagai pengalaman hidup.
3. Sikap seseorang tidaklah tetap, melainkan dapat berubah seiring dengan perubahan lingkungan dan pengalaman hidup. Sikap yang kita miliki saat ini bisa berbeda dengan sikap yang kita miliki di masa lalu, dan kemungkinan besar akan terus berubah di masa depan.
4. Sikap juga dipengaruhi oleh faktor motivasi atau dorongan yang memengaruhinya.

5. Sikap juga melibatkan perasaan suka atau tidak suka yang ada dalam diri seseorang.

Sikap terdiri dari beberapa komponen yang saling terkait dan memengaruhi cara seseorang berperilaku. Menurut Azwar S (dalam Damayanti & Komsiah, 2024), sikap terdiri dari tiga komponen utama, yakni kognitif, afektif, dan konatif. Komponen kognitif, afektif, dan kecenderungan bertindak menumbuhkan sikap individu (Suharyat, 2009). Dimensi kognitif berupa pengetahuan dan pemahaman, dimensi afektif berupa rasa suka dan kepuasan, serta dimensi konatif berupa tindakan atau perilaku yang mencakup:

- a. Kognitif

Komponen kognitif mencerminkan apa yang diyakini oleh individu yang memiliki sikap tertentu. Di dalamnya terdapat keyakinan dan pandangan stereotip seseorang tentang suatu hal, yang dapat memengaruhi cara mereka menyikapi masalah, terutama terkait isu-isu yang kontroversial.

- b. Afektif

Komponen afektif merujuk pada aspek emosional yang terkait dengan bagaimana seseorang merasakan sesuatu. Ini mencakup perasaan positif atau negatif yang dimiliki individu terhadap objek atau isu tertentu. Dimensi ini sangat penting karena emosi yang kuat dapat memengaruhi tindakan dan keputusan seseorang, serta menciptakan keterikatan yang mendalam terhadap objek tersebut.

- c. Konatif

Komponen konatif mengacu pada motivasi dan kecenderungan seseorang untuk bertindak atau melakukan sesuatu, komponen ini mencakup dorongan internal yang mendorong individu untuk bertindak sesuai dengan sikap yang dimilikinya.

2.5 Landasan Teori

2.5.1 Teori Kultivasi

Teori kultivasi (*Cultivation Theory*) pertama kali diperkenalkan oleh professor George Gerbner saat menjabat sebagai dekan di Annenberg School of Communication, Universitas Pennsylvania, Amerika Serikat. Teori ini pertama

kali diungkapkan melalui tulisannya yang berjudul “Living with Television: The Violence Profile” yang diterbitkan dalam Journal of Communication. Wood menjelaskan bahwa istilah "*cultivation*" mengacu pada proses bertahap di mana televisi secara perlahan membentuk keyakinan audiens tentang realitas sosial. Teori Kultivasi lahir di tengah perdebatan antara para ahli komunikasi yang berpandangan bahwa media massa memiliki pengaruh yang sangat besar (model efek kuat) dan mereka yang meyakini bahwa pengaruh media bersifat terbatas (model efek terbatas). Selain itu, perbedaan pandangan juga muncul antara kelompok yang menganggap dampak media massa bersifat langsung dan kelompok lain yang melihatnya sebagai dampak kumulatif atau tidak langsung. Menurut Signorielli dan Morgan, analisis kultivasi adalah langkah lanjutan dalam paradigma penelitian mengenai dampak media (Junaidi, 2018). Pada awal kemunculannya, teori kultivasi lebih berfokus pada studi tentang televisi dan audiensnya, terutama terkait dengan tema kekerasan di televisi. Namun, seiring perkembangannya, teori ini juga dapat diterapkan untuk mengkaji tema-tema lain di luar kekerasan. Gerbner dan para rekannya kemudian melanjutkan studi tentang media massa dengan menyoroti bagaimana media memengaruhi kehidupan sehari-hari melalui pendekatan Analisis Kultivasi. Teori ini menyatakan bahwa media massa, terutama televisi, dianggap memiliki pengaruh signifikan terhadap sikap dan perilaku para penontonnya (Junaidi, 2018). Saefudin dan Venus (dalam Rachman, 2018) berpendapat bahwa semakin lama seseorang terpapar media, khususnya menonton televisi, maka semakin besar kemungkinan mereka menganggap bahwa apa yang ditampilkan adalah cerminan dari kenyataan sosial yang sebenarnya. Para peneliti kultivasi bergantung kepada dua jenis analisis, yaitu analisis konten dan analisis audiens:

- a) Analisis konten, bertujuan untuk mengidentifikasi atau menentukan tema-tema utama yang ditampilkan oleh media, sehingga peneliti dapat memahami jenis-jenis pesan yang disampaikan dan bagaimana pesan-pesan tersebut dikemas dalam program-program yang berbeda.
- b) Analisis audiens, berusaha untuk memahami pengaruh tema-tema tersebut terhadap penonton, dengan cara mengeksplorasi bagaimana audiens merespons dan terpengaruh oleh konten yang mereka lihat,

serta bagaimana pandangan dan sikap mereka terbentuk melalui paparan media.

Dalam penelitian ini, fokus peneliti terletak pada analisis audiens karena tujuan akhir dalam penelitian ini adalah ingin melihat bagaimana paparan media Instagram (terpaan) membentuk sikap. Teori ini memiliki enam asumsi utama, yaitu: televisi dianggap sebagai media yang memiliki keunikan tersendiri; semakin banyak waktu yang digunakan untuk menonton televisi, semakin besar kemungkinan individu memandang realitas yang ditampilkan di televisi sebagai representasi kehidupan sosial. Penonton dengan intensitas menonton rendah (*light viewers*) cenderung memanfaatkan berbagai media dan sumber informasi, baik dari media massa maupun sumber personal. Sebaliknya, penonton dengan intensitas tinggi (*heavy viewers*) lebih mengandalkan televisi sebagai sumber informasi utama mereka. Selain itu, pesan yang disampaikan secara berulang melalui televisi cenderung diterima oleh audiens sebagai pandangan umum. Televisi juga berperan dalam menciptakan arus utama (*mainstreaming*) dan resonansi, sementara perkembangan teknologi baru semakin memperkuat pengaruh televisi tersebut. Teori ini pada dasarnya menyatakan bahwa paparan media secara berkelanjutan dapat memengaruhi perspektif dan cara pandang audiens. Dengan berinteraksi dengan televisi, audiens memperoleh gambaran tentang dunia serta mempelajari sikap dan nilai-nilai yang dianut dalam masyarakat.

Instagram memungkinkan pengguna terpapar pada konten secara berulang. Jika seseorang sering melihat postingan tentang isu lingkungan dari akun seperti @gajalahkebersihan, pesan yang disampaikan akan lebih mudah tersimpan dalam ingatannya. Hal ini sejalan dengan teori kultivasi, yang menjelaskan bahwa paparan media yang konsisten dapat memengaruhi cara seseorang membentuk persepsi. Konten di Instagram umumnya berbentuk visual, sehingga lebih menarik dan mudah dipahami. Gambar dan video yang menarik dapat meninggalkan kesan kuat, membuat pengguna lebih sadar akan pentingnya isu lingkungan. Ini sejalan dengan pandangan bahwa media sosial dapat memengaruhi norma sosial dan cara seseorang melihat realitas. Dengan seringnya melihat konten yang berkaitan dengan kepedulian lingkungan,

pengguna dapat mulai menganggap sikap peduli lingkungan sebagai norma sosial. Ini sejalan dengan dalam teori kultivasi, di mana pandangan yang disajikan oleh media menjadi pandangan yang diterima secara luas dalam masyarakat.

Dengan seringnya melihat konten yang berkaitan dengan kepedulian lingkungan, pengguna dapat mulai menganggap sikap peduli lingkungan sebagai norma sosial. Ini sejalan dengan konsep "*mainstreaming*" dalam Teori Kultivasi, di mana pandangan yang disajikan oleh media menjadi pandangan yang diterima secara luas dalam masyarakat. Teori ini menekankan bahwa pengaruh media bersifat kumulatif dan tidak langsung. Ini penting untuk penelitian ini karena peneliti ingin melihat bagaimana paparan berulang terhadap konten lingkungan dapat memengaruhi sikap pengikut dalam jangka panjang, bukan hanya efek instan dari satu atau dua postingan. Teori kultivasi juga memungkinkan peneliti untuk membedakan antara penonton dengan intensitas menonton tinggi (*heavy viewers*) dan penonton dengan intensitas menonton rendah (*light viewers*) dari konten yang sama. Dalam konteks penelitian ini, peneliti dapat menganalisis bagaimana tingkat keterlibatan pengikut dengan akun @gajahlakebersihan memengaruhi sikap mereka terhadap isu lingkungan. Dengan menggunakan teori ini, peneliti dapat memahami bagaimana media sosial berfungsi sebagai agen sosialisasi yang membentuk pandangan dan sikap masyarakat terhadap isu-isu penting, seperti kepedulian lingkungan. Ini memberikan konteks yang lebih luas untuk hasil penelitian dan implikasinya bagi masyarakat. Dengan demikian, pemilihan teori kultivasi sebagai kerangka teoritis dalam penelitian ini memberikan landasan yang kuat untuk menganalisis pengaruh konten media sosial terhadap sikap peduli lingkungan di kalangan pengikut akun Instagram @gajahlakebersihan.

III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Pada penelitian “Pengaruh Terpaan Media Sosial Instagram @gajahlakebersihan Terhadap Sikap Peduli Lingkungan *Followers*” menggunakan metodologi kuantitatif. Menurut Sugiyono (2013), Metode penelitian kuantitatif adalah pendekatan yang didasarkan pada filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan pengumpulan data melalui instrumen penelitian dan analisis data yang bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditentukan sebelumnya. Penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian eksplanatif yang bertujuan untuk menjelaskan atau menguraikan hubungan dan pengaruh melalui pengujian hipotesis.

3.2 Metode Penelitian

Metode dalam penelitian menunjuk pada sistem ilmiah dalam mencapai tujuan dari proses penelitian. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei, di mana kuesioner atau angket digunakan sebagai instrumen untuk mengumpulkan data. Metode survei digunakan untuk mengumpulkan data dari lokasi tertentu yang bersifat alami (bukan hasil rekayasa), namun peneliti memberikan perlakuan tertentu dalam proses pengumpulan data, seperti menyebarkan kuesioner, melakukan tes, wawancara terstruktur, dan sebagainya (perlakuannya berbeda dengan eksperimen) (Sugiyono, 2013).

3.3 Variabel Penelitian

Variabel penelitian merujuk pada karakteristik, sifat, atau atribut dari objek penelitian yang berhubungan dengan masalah yang diteliti, diukur, dan memiliki nilai yang berbeda-beda antar objek (Solimun et al., 2024). Adapun variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

3.3.1 Variabel Bebas (*Independent*)

Variabel bebas adalah variabel yang memengaruhi atau menyebabkan terjadinya perubahan pada variabel terikat (Sugiyono, 2013). Variabel bebas (X) pada penelitian ini adalah terpaan konten edukasi lingkungan di Instagram @gajahlakebersihan.

3.3.2 Variabel Terikat (*Dependent*)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas dan merupakan hasil dari perubahan yang disebabkan oleh variabel bebas (Sahir, 2021). Variabel terikat (Y) pada penelitian ini ialah sikap peduli lingkungan.

3.4 Definisi Konseptual

3.4.1 Terpaan Akun Instagram @gajahlakebersihan

Media sosial, terutama Instagram, memungkinkan pengguna untuk berkreasi dalam membuat dan membagikan berbagai jenis konten, termasuk edukasi lingkungan. Konten ini bertujuan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap isu-isu lingkungan seperti perubahan iklim, polusi, dan pengelolaan sampah. Dalam penyebaran informasi, terpaan media memainkan peran penting, yaitu seberapa sering audiens melihat dan menerima pesan dari media massa. Sebagai platform digital, Instagram memungkinkan informasi menyebar dengan cepat dan luas, sehingga dapat memengaruhi cara berpikir dan perilaku penggunanya. Paparan konten yang berulang di media sosial juga dapat membentuk persepsi, mengubah sikap, dan bahkan mendorong tindakan nyata dalam upaya menjaga lingkungan.

3.4 Definisi Konseptual

3.4.1 Terpaan Akun Instagram @gajahlakebersihan

Media sosial, terutama Instagram, memungkinkan pengguna untuk berkreasi dalam membuat dan membagikan berbagai jenis konten, termasuk edukasi lingkungan. Konten ini bertujuan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap isu-isu lingkungan seperti perubahan iklim, polusi, dan pengelolaan sampah. Dalam penyebaran informasi, terpaan media memainkan peran penting, yaitu seberapa sering audiens melihat dan menerima pesan dari media massa. Sebagai platform digital, Instagram memungkinkan informasi menyebar dengan cepat dan luas, sehingga dapat memengaruhi cara berpikir dan perilaku penggunanya. Paparan konten yang berulang di media sosial juga dapat membentuk persepsi, mengubah sikap, dan bahkan mendorong tindakan nyata dalam upaya menjaga lingkungan.

Yayasan Gajahlakebersihan adalah contoh yayasan yang memanfaatkan media sosial, khususnya Instagram, untuk menyebarkan informasi dan edukasi mengenai isu lingkungan dengan visi menciptakan masyarakat yang berdaya melalui pengelolaan lingkungan, sosial, dan pendidikan yang berkelanjutan. Akun Instagram @Gajahlakebersihan aktif membagikan informasi tentang kebersihan lingkungan melalui berbagai jenis konten, seperti feed dan story, serta mendokumentasikan kegiatan mereka. Hal ini memungkinkan followers tidak hanya menerima informasi, tetapi juga merasa terlibat dalam aksi nyata. Sesuai dengan Teori Kultivasi, paparan konten yang berulang dapat membentuk cara pandang followers terhadap isu lingkungan. Semakin sering mereka melihat dan berinteraksi dengan konten tersebut, semakin besar kemungkinan mereka memahami dan menyadari pentingnya menjaga kebersihan serta kelestarian lingkungan. Hal ini dilihat melalui indikator frekuensi, durasi, atensi, dan konten.

1. Frekuensi. Seberapa sering seseorang mengakses konten media; semakin sering terpapar, semakin kuat pesan yang diterima.

2. Durasi. Lamanya seseorang mengonsumsi konten; semakin lama paparan, semakin besar pemahaman terhadap informasi.
3. Atensi. Tingkat perhatian individu terhadap konten; semakin tinggi atensi, semakin efektif informasi diterima.
4. Konten. Terdapat 3 dimensi suatu konten yaitu kualitas, kuantitas, dan *sender's expertise*. Kualitas mencakup merujuk pada seberapa baik informasi yang disampaikan, kuantitas mengacu pada banyaknya konten yang dipublikasikan serta tingkat interaksi, dan *sender's expertise* menilai seberapa kredibel dan ahli sumber atau akun yang menyampaikan pesan.

3.4.2 Sikap Peduli Lingkungan

Sikap adalah reaksi atau respons internal seseorang terhadap suatu stimulus atau objek yang belum sepenuhnya terlihat. Sikap terbentuk melalui pengalaman, interaksi sosial, serta paparan informasi tertentu, termasuk informasi yang disebarkan melalui media sosial atau lingkungan sosial yang lebih luas. Sikap peduli lingkungan adalah tindakan dan respon yang bertujuan untuk mencegah dan memperbaiki kerusakan alam yang ada (Amirul dalam Damayanti & Komsiah, 2024). Dalam hal ini, sikap yang ditunjukkan oleh komunikan memiliki struktur yang terdiri dari tiga elemen yang saling berkaitan, yaitu kognitif, afektif, dan konatif. Azwar S (dalam Damayanti & Komsiah, 2024) juga menyatakan bahwa sikap terdiri dari tiga komponen utama: kognitif, afektif, dan konatif.

1. Kognitif

Komponen kognitif berkaitan dengan apa yang diyakini seseorang dalam membentuk sikapnya. Di dalamnya terdapat keyakinan serta pandangan tertentu terhadap suatu hal, yang dapat memengaruhi cara individu merespons suatu masalah, terutama dalam isu-isu yang bersifat kontroversial.

2. Afektif

Komponen afektif berhubungan dengan aspek emosional yang menentukan bagaimana seseorang merasakan sesuatu. Ini

mencakup perasaan positif atau negatif terhadap suatu objek atau isu. Aspek ini penting karena emosi yang kuat dapat memengaruhi tindakan, keputusan, serta keterikatan seseorang terhadap suatu hal.

3. Konatif

Komponen konatif mengacu pada dorongan dan kecenderungan seseorang untuk bertindak sesuai dengan sikap yang dimilikinya. Komponen ini mencerminkan motivasi internal yang mendorong individu untuk mengambil tindakan tertentu.

3.5 Definisi Operasional

Kurniawan dan Puspaningtyas dalam Aqmar (2023) menjelaskan bahwa definisi operasional adalah cara kita mengubah konsep abstrak menjadi sesuatu yang bisa kita ukur secara langsung. Penelitian ini akan meneliti mengenai hubungan antara variabel X dengan variabel Y. Variabel X adalah terpaan media sosial Instagram @gajalahkebersihan. Sementara variabel terikat adalah sikap peduli lingkungan. Definisi Operasional dalam memperjelas indikator diatas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. Definisi Operasional

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Terpaan Media Sosial Instagram @Gajalahkebersihan (X)	Frekuensi (Seberapa sering individu terpapar pada konten media sosial)	1. Saya sering melihat konten dari akun Instagram @gajalahkebersihan setidaknya sekali dalam seminggu. 2. Saya rutin mengikuti unggahan terbaru dari @gajalahkebersihan. 3. Saya sering membuka Instagram dengan tujuan khusus melihat konten dari @gajalahkebersihan. 4. Dalam sebulan terakhir, saya sering mengakses konten dari @gajalahkebersihan.	Likert

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
		5. Saya sering menemukan konten @gajahlakebersihan muncul di fitur Instagram seperti Reels dan Explore.	
	Durasi (Lamanya waktu individu dalam mengonsumsi media sosial)	6. Saya meluangkan waktu yang cukup lama saat melihat setiap unggahan dari @gajahlakebersihan. 7. Saya sering meluangkan waktu khusus untuk menonton atau membaca konten yang panjang dari @gajahlakebersihan. 8. Saya sering kembali melihat konten yang sama dari @gajahlakebersihan di waktu yang berbeda. 9. Saat melihat konten dari @gajahlakebersihan, saya terlibat cukup lama, misalnya dengan membaca komentar atau melihat lebih banyak konten. 10. Saya sering menonton atau membaca lebih dari satu konten @GajahlahKebersihan dalam satu kali akses.	Likert
	Atensi (Seberapa intens individu memerhatikan konten media sosial)	11. Saya selalu membaca atau menonton konten dari @gajahlakebersihan hingga selesai. 12. Saya memperhatikan detail informasi atau	Likert

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
		pesan yang disampaikan dalam setiap unggahan dari @gajahlakebersihan. 13. Saya membaca komentar di unggahan @gajahlakebersihan untuk memahami lebih banyak tentang topik yang dibahas. 14. Setelah melihat konten dari @gajahlakebersihan, saya merasa tertarik untuk memahami informasi tentang isu lingkungan lebih lanjut. 15. Saya cenderung memperhatikan setiap elemen dalam konten @Gajahlakebersihan, seperti teks, gambar, dan video.	
	Konten (isi informasi, ide, atau pesan yang disampaikan melalui gambar maupun video, terdiri atas; 1. <i>Quality</i> 2. <i>Quantity</i> 3. <i>Sender's Expertise</i>	16. Gambar dan video yang disajikan oleh akun @Gajahlakebersihan menarik dan berkualitas baik. 17. Gaya bahasa, informasi, dan caption dalam unggahan @Gajahlakebersihan disajikan dengan cara yang mudah dipahami dan tidak terlalu formal. 18. Saya lebih mudah mengingat pesan lingkungan karena sering melihat unggahan dari	Likert

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
		akun @Gajahlahkebersihan. 19. Semakin banyak konten edukasi lingkungan yang saya lihat dari @Gajahlahkebersihan, semakin saya memahami pentingnya menjaga lingkungan. 20. Konten yang disajikan akun @gajahlahkebersihan menunjukkan pemahaman yang baik tentang pesan lingkungan. 21. Saya percaya bahwa akun @gajahlahkebersihan memiliki pemahaman yang baik tentang isu lingkungan.	
Sikap Peduli Lingkungan	Kognitif (Persepsi, kepercayaan, serta stereotip yang berada di setiap individu perihal sesuatu)	22. Saya merasa informasi yang diberikan oleh @gajahlahkebersihan menambah pemahaman saya tentang isu lingkungan. 23. Saya mengetahui bahwa banyak sampah di lingkungan berasal dari kebiasaan konsumtif masyarakat. 24. Saya memahami bahwa aksi bersih-bersih yang dilakukan @gajahlahkebersihan	Likert

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
		bisa menginspirasi orang lain untuk peduli terhadap lingkungan. 25. Saya memahami isu-isu lingkungan yang disampaikan oleh @gajahlahkebersihan. 26. Saya mengetahui lebih banyak tentang program kebersihan dan gerakan lingkungan setelah mengikuti akun @GajahlahKebersihan.	
	Afektif (Aspek emosional, perasaan, dan sikap individu)	27. Saya semakin termotivasi untuk berkontribusi terhadap isu atau masalah lingkungan setelah melihat konten dari @gajahlahkebersihan. 28. Saya merasa termotivasi untuk berperan serta dalam menjaga lingkungan setelah melihat konten dari @gajahlahkebersihan. 29. Saya merasa terinspirasi oleh pesan-pesan lingkungan yang disampaikan oleh @gajahlahkebersihan. 30. Saya merasakan adanya ikatan emosional dengan isu-isu lingkungan yang diangkat oleh @gajahlahkebersihan. 31. Melihat konten dari @gajahlahkebersihan	Likert

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
		membuat saya lebih sadar dan peduli terhadap isu-isu lingkungan.	
	Konatif (Aspek perilaku dan kecenderungan bertindak yang dihasilkan dari proses kognitif dan afektif)	32. Saya berniat untuk melakukan aksi nyata dalam menjaga lingkungan setelah melihat konten dari @gajahlakebersihan. 33. Saya sering membagikan unggahan dari @GajahlKebersihan kepada teman atau keluarga. 34. Saya menerapkan gaya hidup minim sampah setelah melihat edukasi dari @GajahlKebersihan. 35. Saya berniat untuk ikut serta dalam kegiatan volunteer yang diadakan oleh @gajahlakebersihan di masa depan. 36. Saya sering membawa botol minum dan tas belanja sendiri untuk mengurangi sampah plastik.	Likert

3.6 Populasi dan Sampel

3.6.1 Populasi

Menurut Djarwanto (1994) dalam Sahir (2021), Populasi merujuk pada keseluruhan skor dari individu yang karakteristiknya akan diteliti, di mana unit-unit analisis tersebut dapat berupa orang, institusi, atau

objek. Oleh karena itu, populasi dalam penelitian ini adalah pengikut (*followers*) akun Instagram @gajalahkebersihan yang berjumlah 19.700 pengikut per tanggal 14 Agustus 2024.

3.6.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2015: 81) definisi sampel yaitu bagian dari populasi yang memiliki sejumlah karakteristik tertentu. Untuk memastikan sampel dapat merepresentasikan populasi, tersedia berbagai metode sampling yang dapat digunakan. Dalam hal ini, teknik sampling yang diterapkan adalah non-probability sampling dengan metode purposive sampling. Penulis menggunakan teknik purposive sampling dengan menentukan sampel berdasarkan kriteria tertentu, yaitu berusia 18-34 tahun dan menjadi pengikut akun Instagram @gajalahkebersihan.

Penelitian ini menggunakan margin of error sebesar 10%. Margin of error dalam survei menunjukkan sejauh mana kesalahan dapat terjadi dalam pengambilan sampel oleh peneliti. Margin of error yang lebih kecil menunjukkan bahwa sampel lebih akurat dalam mewakili populasi yang sesungguhnya, sementara margin of error yang lebih besar menunjukkan jarak yang lebih jauh antara sampel dan populasi. Jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin, sebagai berikut.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = margin of error adalah 10%

$$n = \frac{19.700}{1 + 19.700 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{19.700}{198}$$

$$n = 99,5$$

n = 99,5 dibulatkan menjadi 100

Berdasarkan penghitungan diatas, jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 100 responden.

3.7 Sumber Data

3.7.1 Data Primer

Data primer merupakan informasi yang diperoleh langsung oleh peneliti. Pada penelitian ini, data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara digital kepada pengikut akun Instagram @gajahlakebersihan.

3.7.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diambil dari sumber yang sudah ada sebelumnya, seperti buku atau hasil penelitian lain yang memiliki keterkaitan dengan topik penelitian.

3.8 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang diterapkan dalam penelitian ini meliputi penggunaan kuesioner atau angket, serta studi pustaka (*library search*) yang mencakup penelaahan literatur dari sumber-sumber di internet, buku, arsip, catatan, hingga laporan yang relevan dengan topik penelitian. Penelitian kuantitatif sangat menekankan pada hasil yang objektif, melalui penyebaran kuesioner data bisa diperoleh dengan objektif dan di uji menggunakan proses validitas dan reliabilitas (Sahir, 2021). Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner tertutup dengan pilihan jawaban yang sudah tersedia. Penyebaran kuesioner dalam riset ini dilakukan secara digital dengan menggunakan google form dan menyertakan link pada akun Instagram @gajahlakebersihan serta melakukan direct message kepada *followers* akun Instagram @gajahlakebersihan.

Penelitian ini memanfaatkan skala Likert untuk menilai sikap, pendapat, dan pandangan individu atau kelompok mengenai fenomena sosial yang telah ditentukan secara spesifik oleh peneliti. Menurut Sugiyono (2013), skala likert membagi variabel yang akan diukur menjadi indikator-indikator spesifik. Indikator-indikator ini selanjutnya dijadikan acuan untuk menyusun item-item dalam instrumen penelitian, baik dalam bentuk pernyataan maupun pertanyaan.

Jawaban skala Likert memiliki rentang dari sangat positif hingga sangat negatif. Jika diberi skor, hasilnya akan seperti ini:

Tabel 3. Skor Skala Likert

Skor	Respon
5	Sangat Setuju
4	Setuju
3	Netral
2	Tidak Setuju
1	Sangat Tidak Setuju

(Sumber: Sugiyono, 2013)

3.9 Teknik Pengujian Instrumen

3.9.1 Uji Validitas

Validitas adalah uji coba pertanyaan penelitian dengan tujuan untuk melihat sejauh mana responden mengerti akan pertanyaan yang diajukan peneliti (Sahir, 2021). Uji validitas dilakukan untuk mengukur seberapa akurat sebuah pertanyaan dalam suatu instrumen penelitian mampu merefleksikan konsep atau variabel yang ingin diukur. Pengujian instrumen dilakukan pada akun Instagram @demibumi.id. Akun ini dipilih karena karena fokusnya pada penyampaian pesan yang relevan dengan topik penelitian, serta kemampuannya untuk menjangkau audiens yang luas dan beragam. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan analisis faktor, yaitu mengkorelasikan skor setiap item instrumen pada satu faktor dan membandingkan skor faktor tersebut dengan skor keseluruhan. Teknik uji yang akan diterapkan adalah pearson product moment (Sugiyono, 2013). Penulis menggunakan uji validitas Pearson Product Moment, dengan rumus yang digunakan adalah 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 Subjek

X : Skor item (pertanyaan)

Y : Skor total

3.9.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah suatu pengujian untuk mengukur tingkat konsistensi dan ketetapan suatu alat ukur dalam menghasilkan data yang sama. Sugiyono (2013) menyatakan bahwa uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur tingkat ketelitian dan konsistensi suatu alat ukur dalam menghasilkan data yang sama, baik dilakukan sekali maupun berulang kali. Instrumen yang reliabel adalah instrumen pengukur yang konsisten dalam menghasilkan data yang identik ketika diterapkan berulang kali pada objek yang sama. Metode yang dipakai adalah Cronbach's Alpha. Jika koefisien Cronbach Alpha (r_{11}) $\geq$ R tabel (0,60), maka instrumen tersebut dianggap reliabel, berikut adalah rumusnya:

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

Keterangan:

r_{11} : koefisien reliabilitas instrumen

k : jumlah poin pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$: jumlah dari setiap poin pertanyaan

σ_t^2 : varian total

3.10 Teknik Analisis Data

Analisis data bertujuan untuk mengolah data numerik yang telah dikumpulkan agar dapat menjawab rumusan masalah penelitian secara ilmiah. Selain itu, analisis data juga digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis yang telah diajukan dalam proposal penelitian. Analisis data melibatkan pengelompokan, peringkasan, dan interpretasi hasil pengolahan data untuk menghasilkan kesimpulan yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan (Sahir, 2021). Penelitian ini akan menganalisis korelasi dua variabel yakni variabel Kampanye Yayasan Gajahlah Kebersihan di Instagram dan Kesadaran Lingkungan *Followers*.

3.10.1 Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi tidak hanya menunjukkan seberapa kuat hubungan antara variabel, tetapi juga arah hubungannya. Dengan demikian, kita

dapat mengetahui apakah peningkatan nilai satu variabel akan diikuti oleh peningkatan atau penurunan nilai variabel lainnya. Menurut Sahir (2021), analisis regresi digunakan untuk memprediksi bagaimana suatu variabel memengaruhi variabel lainnya serta untuk memahami jenis-jenis hubungan di antara variabel-variabel tersebut. Untuk mengetahui efektivitas kampanye Yayasan Gajahlah melalui Instagram terhadap kesadaran lingkungan *followers*, maka dalam penelitian ini menggunakan statistik regresi linier sederhana menurut Sugiyono (2007:261) sebagai berikut:

$$Y = \alpha + Bx$$

Keterangan:

Y: nilai prediksi variabel (kesadaran lingkungan *followers*)

a: konstanta, nilai Y apabila $X = 0$

B: nilai yang memperlihatkan penurunan atau peningkatan pada variabel dependen (Y) berdasarkan perubahan pada variabel independen (X)

x: variabel independen (X) yang memiliki nilai khusus (kampanye Yayasan Gajahlah Kebersihan di Instagram @gajahlahkebersihan)

3.11 Uji Hipotesis

Dengan menggunakan uji T, peneliti akan menguji hipotesis mengenai pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) pada tingkat signifikansi tertentu. Dalam bukunya, Sugiyono (2013) menegaskan pentingnya pengujian hipotesis untuk membuktikan kebenaran suatu dugaan, dengan menggunakan rumus berikut:

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

Keterangan:

t: hasil uji tingkat signifikansi

r: nilai korelasi

n: besarnya sampel $r = \text{korelasi}$

Kriteria dalam melakukan Uji T adalah sebagai berikut (Sugiyono, 2015:160)

- a. Jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima
- b. Jika $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak

3.12 Teknik Pengolahan Data

Data yang telah dikumpulkan akan diolah untuk keperluan analisis. Dalam penelitian ini, pengolahan data dilakukan melalui beberapa langkah berikut:

- 1) Penyuntingan, melakukan pemeriksaan untuk menemukan dan memperbaiki kesalahan dalam data, memastikan data yang terkumpul akurat dan konsisten.
- 2) Pengodean atau klasifikasi data, memberikan skor pada jawaban responden sesuai dengan skala Likert yang telah ditentukan, serta mengelompokkan data berdasarkan kategori yang relevan.
- 3) Pengujian keabsahan data, dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas untuk menguji instrumen pertanyaan yang telah disusun dan ditentukan.
- 4) Mendeskripsikan data, menampilkan data dalam bentuk tabel yang menunjukkan persentase untuk setiap item pertanyaan, disertai penjelasan mengenai hasil yang diperoleh dari setiap indikator yang ditentukan.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar pengaruh terpaan konten edukasi lingkungan di Instagram @gajalahkebersihan terhadap sikap peduli lingkungan followers. Berdasarkan hasil analisis data, diketahui bahwa terpaan media sosial berpengaruh secara signifikan terhadap sikap peduli lingkungan. Hasil uji statistik menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,001 dan koefisien regresi sebesar 0,406, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Selain itu, hasil analisis koefisien determinasi menunjukkan bahwa terpaan media memberikan kontribusi sebesar 42,7% terhadap sikap peduli lingkungan, sedangkan 57,3% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Terpaan konten memberikan kontribusi sebesar 42,7% terhadap sikap peduli lingkungan, dengan indikator tertinggi yaitu penyajian konten dan terendah yaitu frekuensi. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun kualitas penyajian konten tergolong baik, namun intensitas paparan masih rendah. Salah satu penyebabnya adalah minimnya variasi konten selama periode Maret–April yang cenderung monoton, serta durasi video yang relatif panjang (lebih dari 1 menit), yang kurang sesuai dengan karakteristik Gen Z yang memiliki attention span rendah dan lebih menyukai konten cepat dan ringkas. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa paparan konten edukasi lingkungan di Instagram @gajalahkebersihan memiliki pengaruh nyata dalam membentuk sikap peduli lingkungan followers, sesuai dengan konsep Teori Kultivasi yang menyatakan bahwa media dapat membentuk persepsi dan sikap individu melalui paparan yang terus-menerus.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti memberikan beberapa saran yang ditujukan untuk pengelola akun Instagram @gajahlakebersihan, pengguna media sosial, serta peneliti selanjutnya:

1. Bagi pengelola akun Instagram @gajahlakebersihan, Berdasarkan hasil penelitian, terpaan dari akun Instagram @gajahlakebersihan memiliki pengaruh signifikan terhadap sikap peduli lingkungan followers. Oleh karena itu, disarankan agar pengelola akun terus meningkatkan konsistensi dan kualitas dalam menyampaikan pesan-pesan lingkungan. Penyajian informasi yang ringan, mudah dipahami, namun tetap informatif perlu dipertahankan. Selain itu, penggunaan visual yang menarik, gaya bahasa yang komunikatif, serta interaksi aktif dengan followers dapat membantu membangun kedekatan emosional dengan audiens. Dengan begitu, pesan yang disampaikan akan lebih mudah diterima dan berdampak pada perubahan sikap.
2. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas objek penelitian, misalnya dengan membandingkan beberapa akun kampanye lingkungan atau menambahkan variabel lain seperti kredibilitas dan partisipasi digital. Penggunaan pendekatan kualitatif juga bisa dipertimbangkan agar pemahaman terhadap pengaruh pesan lingkungan lebih mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abdullah K, dkk. 2021. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Hafni Sahir, S. 2021. *Metodologi Penelitian*. Penerbit Kbm Indonesia.
- Azwar S. (2011). *Sikap Manusia Teori dan Pengukuran*. November, 51–63.
- Islamey, C. A., Faradina, S., Sulistyani, A., & Kumala, I. D. (2023). Pengaruh Episodic Future Thinking terhadap Sikap Peduli Lingkungan. *Gadjah Mada Journal of Professional Psychology (GamaJPP)*, 9(2), 233. <https://doi.org/10.22146/gamajpp.82093>
- Junaidi, J. (2018). Mengenal Teori Kultivasi dalam Ilmu Komunikasi. *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study*, 4(1), 42. <https://doi.org/10.31289/simbollika.v4i1.1461>
- Nisrina Fajari, & Diana Khuntari. (2023). Pengaruh Konten Instagram Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers @Wonosobozone. *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika Dan Komunikasi*, 3(2), 42–55. <https://doi.org/10.55606/juitik.v3i2.475>
- Rachman, R. A. (2018). Mengenal Teori Kultivasi George Gerbner. *Academia.Edu*, 210120180031.
- Siahaan, N. H. T. (2004). *Hukum lingkungan dan ekologi pembangunan*. Erlangga.
- Suharyat, Y. (2009). Hubungan Antara Sikap, Minat Dan Perilaku Manusia. *Jurnal Region*, 1(3), 1–19.
- Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. *Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi*, 3(2), 96–102. <https://doi.org/10.33592/perspektif.v3i2.1540>

Jurnal

- Acuti, D., Mazzoli, V., Donvito, R., & Chan, P. (2018). An Instagram content analysis for city branding in London and Florence. *Journal of Global Fashion Marketing*, 9(3), 185-204.
- Andarini, R., & Samatan, N. (2024). Pengaruh Terpaan Pada Akun Instagram@Indozone. Id Terhadap Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Badati*, 6(2), 35-49.
- Damayanti, S. E., & Komsiah, S. (2024). Pengaruh KontenMedia Sosial Terhadap Sikap Peduli Lingkungan. *Ikra-Ith Humaniora: Jurnal Sosial dan Humaniora*, 8(1), 214-223.
- David, E. R., Sondakh, M., & Harilama, S. (2017). Pengaruh konten vlog dalam youtube terhadap pembentukan sikap mahasiswa ilmu komunikasi fakultas ilmu sosial dan politik universitas sam ratulangi. *Acta Diurna Komunikasi*, 6(1).
- Junaidi, J. (2018). Mengenal Teori Kultivasi dalam Ilmu Komunikasi. *Jurnal Simbolika Research and Learning in Communication Study*, 4(1), 42-51.
- Karim, I. Y., & Yulianita, N. (2021). Peran Instagram @greenarationid sebagai Media Kampanye Ramah Lingkungan. *Jurnal Riset Public Relations*, 120-129.
- Maryam, S., Prasetyo, P., & Mahdalena, V. (2021). Literasi Media Digital Pada Kampanye Greenpeace Id Di Media Sosial Instagram Dalam Merubah Perilaku Masyarakat. *Ikra-Ith Humaniora: Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 5(1), 1-12.
- Rachman, R. A. (1976). Mengenal Teori Kultivasi George Gerbner. *Academia. Edu*, (210120180031).
- Saputra, M. (2017). Pembinaan kesadaran lingkungan melalui habituasi berbasis media sosial guna menumbuhkan kebajikan moral terhadap pelestarian lingkungan. *Jurnal Moral Kemasyarakatan*, acuti 20182(1), 14-29.
- Shabrina, A., Nuraini, K., & Naufal, A. (2023, November). Strategi Kampanye Kebersihan Lingkungan Oleh Pandawara Group Melalui Media Tiktok. In *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (SNIIS)* (Vol. 2, pp. 1544-1556).

- Suharyat, Y. (2009). Hubungan antara sikap, minat dan perilaku manusia. *Jurnal region*, 1(3), 1-19.
- Trenggono, N., Novianti, F., & Ashaf, A. F, (2024). Analisis Wacana Kritis Pemberitaan Project Multatuli. Org Dalam Menyuarakan Korban Kekerasan Seksual. *Jurnal Penelitian Pendidikan Sosial Humaniora*, 9(2), 159-168.
- Windah, A., Oktaria, R., Nurhaida, I., Putra, P., & Haerudin, N. (2023). Pembelajaran mitigasi bencana berbasis literasi informasi untuk meningkatkan Disaster Self Awareness AUD. *Jurnal Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 7(2), 2109-2122.

Web

- We Are Social. (2024). Digital in 2024. Diakses pada 7 Agustus 2024. <https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/>

Skripsi

- Damayanti, S. E., & Komsiah, S. (2024). *Pengaruh Konten Media Sosial Terhadap Sikap Peduli Lingkungan*. IKRA-ITH HUMANIORA: Jurnal Sosial dan Humaniora, 8(1), 214-223.
- Hajrawati, H. (2022). *Pengaruh Terpaan Konten TikTok Terhadap Kesadaran Masyarakat Kota Makassar Mengikuti Program Vaksinasi COVID-19= The Effect of Exposure to TikTok Content on Public Awareness of Makassar City Participating in the COVID-19 Vaccination Program* (Doctoral dissertation, Universitas Hasanuddin).
- Hanifah, W. (2022). *Pengaruh Media Sosial Instagram@ Greenpeaceid Terhadap Perilaku Peduli Lingkungan Dalam Pengurangan Sampah Plastik Pada Followers Instagram@ Greenpeaceid* (Doctoral Dissertation, Universitas Negeri Jakarta).
- Laili, A. V. (2022). *Pengaruh Akun Tiktok@ Swaragembira Terhadap Sikap Followers Dalam Penggunaan Kain Adat Tradisional (Studi Analisis Followers Akun Tiktok@ Swaragembira)*.
- Murniadi, M. (2022). *Pengaruh Komunikasi Persuasif Penyuluhan Pencegahan Covid-19 Dinas Kesehatan Kota Metro Terhadap Sikap Masyarakat Dalam*

Mematuhi Protokol Kesehatan (Studi Pada Masyarakat Di Kelurahan Mulyojati Kecamatan Metro Barat Kota Metro).