

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Isu lingkungan menjadi salah satu masalah utama yang dihadapi banyak negara di seluruh dunia, dan masalah ini terus meningkat setiap tahunnya (Alves, 2024). Salah satu penyebab utama dari masalah ini adalah sampah. Meskipun sering menjadi pusat perhatian, masalah sampah hingga saat ini belum menemukan solusinya. Berdasarkan Undang-undang Nomor 18 Tahun 2008 tentang Pengelolaan Sampah, sampah didefinisikan sebagai sisa padat atau semi padat dari proses alam atau aktivitas manusia yang dibuang ke lingkungan.

Sampah dapat digolongkan menjadi tiga jenis berdasarkan sumbernya:

1. **Sampah organik:** Bisa membusuk dan terurai dengan sendirinya, seperti sisa makanan, daun kering, dan kotoran hewan.
2. **Sampah anorganik:** Tidak bisa membusuk dan dapat merusak tanah, seperti plastik dan besi.
3. **Sampah Bahan Berbahaya dan Beracun (B3):** Beracun dan dapat membahayakan kesehatan serta lingkungan, seperti pembasmi serangga dan detergen (Surakarta.go.id, 2022).

Indonesia menempati urutan kelima sebagai negara penghasil sampah terbesar, menghasilkan 65,2 juta ton sampah pada tahun 2020 (Ahdiat, 2020). Negara ini juga menjadi salah satu penyumbang sampah plastik terbesar ke laut, dengan jumlah sampah plastik mencapai 56.333 metrik ton setiap tahun (Meijer et al., 2021). Sampah plastik merupakan limbah yang sangat sulit untuk didaur ulang dan membutuhkan waktu 10-1000 tahun untuk terurai (Nurhanisah, 2023). Peningkatan sampah manusia berdampak besar bagi kelangsungan hidup manusia dan lingkungan. Kerusakan lingkungan yang meningkat pesat memerlukan pendekatan komunikasi lingkungan yang luas serta kesadaran individu. Dalam konteks ini, media sosial memainkan peran penting dalam meningkatkan kesadaran tentang isu lingkungan.

Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs) adalah serangkaian tujuan global yang diadopsi oleh negara-negara anggota Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) pada tahun 2015 sebagai agenda pembangunan untuk mencapai kesejahteraan manusia dan planet ini pada tahun 2030. SDGs terdiri dari 17 tujuan, di antaranya adalah tujuan terkait dengan lingkungan seperti Tujuan 12: Konsumsi dan Produksi yang

Bertanggung Jawab, dan Tujuan 14: Kehidupan di Bawah Air. Tujuan 12 berfokus pada pengurangan pemborosan sumber daya dan limbah, termasuk plastik, dengan mendorong konsumsi dan produksi yang lebih berkelanjutan. Hal ini relevan dengan masalah sampah, terutama di negara-negara yang menjadi penyumbang sampah terbesar seperti Indonesia. Sementara itu, Tujuan 14 menyoroti pentingnya mengurangi polusi laut, termasuk dari limbah plastik, untuk menjaga ekosistem laut. Implementasi SDGs menekankan pentingnya partisipasi semua pemangku kepentingan, termasuk pemerintah, sektor swasta, masyarakat sipil, dan individu. Mengatasi masalah sampah dan pencemaran laut memerlukan tindakan kolektif dan perubahan perilaku di semua tingkatan. Oleh karena itu, peningkatan kesadaran publik tentang pengelolaan sampah dan konsumsi yang berkelanjutan adalah kunci untuk mencapai tujuan ini.

Internet dan media sosial telah merevolusi cara kita berkomunikasi dan berbagi informasi. Dengan akses cepat ke informasi, video, dan materi interaktif, media sosial telah menjadi alat penting dalam menyebarkan informasi edukasi, termasuk isu-isu lingkungan (Suni Astini, 2020; Okonkwo & Awad, 2023). Misalnya, media sosial Instagram memungkinkan individu untuk meningkatkan kesadaran tentang pentingnya produk ramah lingkungan dan praktik daur ulang melalui konten visual yang menarik (Hajri & Daife, 2024).

Media sosial juga bisa menciptakan "echo chambers" di mana orang cenderung berinteraksi dengan mereka yang memiliki pandangan serupa, yang memperkuat keyakinan mereka (Quattrociocchi et al., 2018). Dengan penyebaran informasi yang luas dan cepat, media sosial dapat menjadi platform yang sangat berpengaruh bagi khalayak. Salah satu manfaatnya adalah penyebaran informasi terkait lingkungan, seperti yang dilakukan oleh berbagai akun Instagram yang fokus pada edukasi lingkungan.

Salah satu referensi penelitian yang relevan adalah penelitian oleh Nofia Natasari pada tahun 2023 yang menunjukkan bahwa konten di media sosial Instagram memiliki pengaruh signifikan terhadap sikap peduli lingkungan. Penelitian ini juga mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat membuat audiens lebih peduli terhadap lingkungan. Mereka menggunakan visual yang kuat, pesan edukatif, kolaborasi dan keterlibatan aktif pengikut untuk menggerakkan *audience* nya dalam melakukan hal positif dalam isu lingkungan. Hal ini menjadi salah satu alasan mengapa media sosial

Instagram dipilih. Instagram memiliki bentuk konten visual yang menarik dan kreatif sehingga membuat *audiencenya* tertarik untuk melihat dan mendengarkan informasi yang ada. Fitur seperti stories, reels, dan IGTV memberikan banyak opsi kreatif bagi penggunaannya. “*Instagram’s features like Reels and Stories are perfect for content creators to showcase their creativity and engage with their audience in a dynamic way*”(Vaynerchuk, 2021).

Dalam penelitian ini, akun Instagram @bumijo.id dipilih sebagai objek studi karena menawarkan sesuatu yang unik dibandingkan dengan akun pro-lingkungan lainnya. Akun ini tidak hanya memberikan informasi tetapi juga menyediakan produk ramah lingkungan, mempermudah masyarakat untuk mencari alternatif dari produk sekali pakai (disposable). Akun ini, bersama dengan akun lainnya yang fokus pada lingkungan seperti @greeningproject, @eco_living, dan @zerowastehome, telah berkontribusi dalam meningkatkan kesadaran lingkungan. Pada tabel 1.1, telah disajikan akun Instagram dengan kriteria konten pro lingkungan atau peduli lingkungan. Akun @bumijo.id menjadi salah satu akun peduli lingkungan dengan jumlah *followers* yang cukup banyak, sebesar 124 ribu.

TABEL 1. 1 Akun Instagram Pro Lingkungan

Akun	Followers	Fokus Konten	<i>Unique Selling Point</i>
@bumijo.id	124,000	Tips ramah lingkungan	Menyediakan produk ramah lingkungan
@greeningproject	100,000	<i>Sustainability</i>	Lokakarya komunitas
@eco_living	80,000	Tips daur ulang	Panduan DIY
@earthdaynetwork	420.000	Promosi acara dan inisiatif Hari Bumi	Kesadaran dan pendidikan tentang Hari Bumi
@zerowastehome	550.000	Berbagi pengalaman dan tips hidup tanpa sampah	Hidup tanpa sampah dan pengurangan limbah

Sumber: Olahan Peneliti

Dalam konteks komunikasi lingkungan, inti dari masalah adalah bagaimana cara kita berkomunikasi mempengaruhi cara kita melihat dunia, yang pada gilirannya mempengaruhi bagaimana kita mendefinisikan hubungan kita dengan alam dan

bagaimana kita bertindak terhadapnya (Flor, 2004). Banyak cara dalam mengomunikasikan isu terkait lingkungan dan siapapun bisa menyampaikannya. Tidak hanya pemerintah dan aktivis lingkungan yang turut serta dalam andil menjaga lingkungan ini. Perlu adanya penyadaran masyarakat akan kesadaran lingkungan untuk menangani isu lingkungan. Kesadaran lingkungan perlu diimbangi dengan pengetahuan, sehingga penyebaran informasi perlu dilakukan secara luas dan cepat. Kesadaran merupakan hal kecil yang dapat mengarahkan perilaku seseorang (Freud, n.d.). Namun fenomena yang terjadi di Indonesia, sebagian besar masyarakatnya belum peduli akan sampah yang dapat merusak lingkungan. Rendahnya pengetahuan kesadaran lingkungan menjadi salah satu kendala terbesar dalam menciptakan lingkungan yang ideal. Upaya terbesar dari satu pihak tidak akan berdampak jika aspek pendukungnya tidak berjalan dengan baik. Penting untuk melakukan gerakan sosial yang bersifat kolektif (*collective behaviour*). Karena perilaku ini muncul ketika individu yang memiliki tujuan yang sama berkumpul dan saling mempengaruhi satu sama lainnya (Sukmana, 2013).

Dengan kesadaran lingkungan yang baik diharapkan penggunaan plastik menjadi pertimbangan yang penting. Hal ini agar dapat terwujudnya lingkungan yang bersih, sehat dan berkelanjutan. Dari latar belakang yang sudah dijabarkan peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai "Pengaruh Strategi Kreatif Instagram @bumijo.id Terhadap Penggunaan Produk @bumijo.id melalui Persepsi Kontrol Perilaku Atas Kesadaran Lingkungan". Subjek penelitian ini ialah *followers* akun Instagram @bumijo.id. Akun ini tertarik diteliti karena akun ini tidak hanya memberikan konten untuk meningkatkan kesadaran lingkungan, namun juga memiliki produk ramah lingkungan. Hal ini mempermudah *followers*-nya untuk menggunakan produk berkelanjutan.

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan, penelitian ini tertarik untuk mengkaji "Pengaruh Strategi Kreatif Instagram @bumijo.id Terhadap Niat Bertindak Atas Kesadaran Lingkungan Melalui Persepsi Kontrol Perilaku". Penelitian ini menggunakan *Theory Reasoned Action* (TRA), yang menyatakan bahwa perilaku seseorang dipengaruhi oleh kendali perilaku yang dirasakan. Penelitian ini juga mengukur seberapa besar pengaruh strategi kreatif Instagram @bumijo.id terhadap persepsi kontrol perilaku dan kesadaran lingkungan.

Variabel mediator membantu memahami lebih dalam hubungan antar variabel independent dan dependen. Hal ini yang menjadi alasan peneliti menggunakan tiga variabel, untuk menunjukkan interaksi atau pengaruh yang lebih detail antar variabel. Teori ini digunakan untuk memprediksi dan memahami perilaku individu berdasarkan tiga komponen utama: sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Ketiga komponen ini mempengaruhi niat (*intention*) seseorang untuk melakukan suatu tindakan, yang pada akhirnya akan menentukan apakah tindakan tersebut dilakukan atau tidak. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam meningkatkan kesadaran lingkungan serta menginformasikan penggunaan produk sekali pakai secara lebih bijak.

Meskipun sudah ada beberapa penelitian sebelumnya yang membahas pengaruh media sosial terhadap kepedulian lingkungan. Hingga saat ini belum ada yang membahas secara khusus mengeksplorasi pengaruh strategi kreatif Instagram @bumiijo.id terhadap niat bertindak atas kesadaran lingkungan melalui variabel mediator persepsi kontrol perilaku. Penelitian ini mengukur seberapa besar strategi kreatif Instagram @bumiijo.id terhadap niat bertindak atas kesadaran lingkungan dan seberapa besar pengaruh strategi kreatif Instagram @bumiijo.id terhadap persepsi kontrol perilaku. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam meningkatkan kesadaran lingkungan serta menginformasikan penggunaan produk sekali pakai secara lebih bijak.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pemaparan diatas, masalah yang menjadi fokus tujuan ini sabagai berikut:

1. Adakah pengaruh strategi kreatif Instagram @bumiijo.id terhadap persepsi kontrol perilaku?
2. Seberapa besar pengaruh strategi kreatif Instagram @bumiijo.id terhadap persepsi kontrol perilaku?
3. Adakah pengaruh persepsi kontrol perilaku terhadap niat bertindak atas kesadaran lingkungan?
4. Seberapa besar pengaruh persepsi kontrol perilaku terhadap niat bertindak atas kesadaran lingkungan?

5. Adakah pengaruh strategi kreatif Instagram @bumiijo.id terhadap niat bertindak atas kesadaran lingkungan?
6. Seberapa besar pengaruh strategi kreatif Instagram @bumiijo.id terhadap niat bertindak atas kesadaran lingkungan?
7. Adakah pengaruh strategi kreatif Instagram @bumiijo.id terhadap niat bertindak atas kesadaran lingkungan melalui persepsi kontrol perilaku?
8. Seberapa besar pengaruh strategi kreatif Instagram @bumiijo.id terhadap niat bertindak atas kesadaran lingkungan melalui persepsi kontrol perilaku?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Menilai adanya pengaruh strategi kreatif Instagram @bumiijo.id terhadap persepsi kontrol perilaku.
2. Mengukur besaran pengaruh strategi kreatif Instagram @bumiijo.id terhadap persepsi kontrol perilaku.
3. Menilai adanya pengaruh persepsi kontrol perilaku terhadap niat bertindak atas kesadaran lingkungan.
4. Mengukur besaran pengaruh persepsi kontrol perilaku terhadap niat bertindak atas kesadaran lingkungan.
5. Menilai adanya pengaruh strategi kreatif Instagram @bumiijo.id terhadap niat bertindak atas kesadaran lingkungan.
6. Mengukur besaran pengaruh strategi kreatif Instagram @bumiijo.id terhadap niat bertindak atas kesadaran lingkungan.
7. Menilai adanya pengaruh strategi kreatif Instagram @bumiijo.id terhadap niat bertindak atas kesadaran lingkungan melalui persepsi kontrol perilaku.
8. Mengukur besaran pengaruh strategi kreatif Instagram @bumiijo.id terhadap niat bertindak atas kesadaran lingkungan melalui persepsi kontrol perilaku.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Kontribusi terhadap Ilmu Komunikasi: Dapat berkontribusi pada perkembangan ilmu komunikasi dengan menawarkan wawasan baru tentang bagaimana pesan dapat disampaikan secara efektif di era digital dimana

Perceived Behavioral Control menjadi tolak ukur pembentuk niat seseorang untuk melakukan tindakan.

2. Kontribusi terhadap Ilmu Pengetahuan Lingkungan: Dapat memberikan informasi lebih dalam tentang kesadaran pengetahuan lingkungan dapat memengaruhi perilaku konsumen.
3. Kontribusi terhadap Pemahaman Produk Berkelanjutan: Dapat membantu kita memahami faktor-faktor yang memengaruhi produk berkelanjutan dan berdampak pada pengembangan produk yang lebih ramah lingkungan.
4. Kontribusi terhadap Sosial: Dapat meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap kepedulian lingkungan.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi pemasar: Hasil penelitian ini dapat membantu pemasar untuk mengarahkan upaya mereka dalam memasarkan produk ramah lingkungan kepada konsumen yang peduli lingkungan. Mereka dapat menggunakan pengetahuan ini untuk menciptakan kampanye yang lebih efektif.
2. Bagi masyarakat: Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan wawasan yang lebih baik tentang bagaimana kesadaran lingkungan memengaruhi lingkungan, sehingga konsumen dapat berkontribusi pada pengurangan limbah plastik. Masyarakat juga diharapkan lebih bijak dalam menggunakan plastik yang dapat berdampak pada lingkungan.
3. Bagi pembuat kebijakan lingkungan: Hasil dari penelitian ini bisa memberikan masukan bagi pembuat kebijakan dan pemerintah dalam merancang kebijakan yang mendukung produk ramah lingkungan.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dalam konteks akademik maupun praktis, dan dapat membantu masyarakat secara keseluruhan untuk berubah menjadi masyarakat yang lebih bertanggung jawab terhadap lingkungan.

1.5 Waktu dan Periode Penelitian

TABEL 1. 2 : Waktu dan Periode Penelitian

NO	JENIS KEGIATAN	Desember 2023			
		Minggu 1	Minggu 2	Minggu 3	Minggu 4
1	Pemilihan Topik Penelitian				
2	Judul Penelitian				
	JENIS KEGIATAN	Januari 2024			
		Minggu 1	Minggu 2	Minggu 3	Minggu 4
3	Pengerjaan BAB I				
	JENIS KEGIATAN	April 2024			
		Minggu 1	Minggu 2	Minggu 3	Minggu 4
4	Pengerjaan BAB II				
5	Pengerjaan BAB III				
	JENIS KEGIATAN	Juli 2024			
6	Pengerjaan BAB IV				
	JENIS KEGIATAN	Agustus 2024			
7	Pengerjaan BAB V				

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

- 1.1 Latar Belakang
- 1.2 Identifikasi Masalah
- 1.3 Tujuan Penelitian
- 1.4 Kegunaan Penelitian
- 1.5 Waktu dan Periode Penelitian
- 1.6 Sistematika Penelitian

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

- 2.1 Rangkuman Teori
- 2.2 Penelitian Terdahulu
- 2.3 Kerangka Penelitian
- 2.4 Hipotesis Penelitian
- 2.5 Ruang Lingkup Penelitian

BAB III METODE PENELITIAN

- 3.1 Jenis Penelitian
- 3.2 Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran
- 3.3 Populasi dan Sample
- 3.4 Teknik Pengumpulan Data
- 3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas
- 3.6 Teknik Analisis Data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- 4.1 Karakteristik Responden
- 4.2 Hasil Penelitian
- 4.3 Pembahasan penelitian

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

5.2 Saran