

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara dengan produksi sampah nomor 2 tertinggi di dunia setelah China. Keadaan lingkungan menjadi hal yang dikhawatirkan. Kurangnya kesadaran masyarakat tentang masalah lingkungan menjadi kendala terbesar. Meskipun terdapat banyak tempat sampah di seluruh pelosok Indonesia, namun masih banyak sampah yang dibuang di selokan atau sungai. Menurut Asosiasi Industri Plastik Indonesia (INAPLAS) dan Badan Pusat Statistik (BPS), Indonesia menghasilkan 64 juta ton sampah plastik setiap tahun, yang menurut perkiraan masyarakat dan pemerintah membantu mengurangi jumlah yang mengejutkan ini.

Tidak bisa dipungkiri, dari bangun tidur hingga tidur, aktivitas manusia tidak terlepas dari sampah. Misalnya dari membeli barang di pasar tradisional atau supermarket, kantong plastik itu wajib. Belanja bahan makanan/rumah tangga juga, gunakan kantong plastik sekali pakai sebagai tas belanja. Sedangkan plastik membutuhkan waktu ratusan tahun untuk terurai sempurna.

Dengan bertambahnya jumlah penduduk dan berkembangnya berbagai industri dan teknologi, masalah lingkungan akan menjadi masalah yang serius bagi masyarakat. Meningkatnya kebutuhan sumber energi, pangan, kebutuhan rumah tangga dan kebutuhan dasar manusia lainnya pada akhirnya akan menyebabkan peningkatan jumlah limbah, baik rumah tangga maupun industri, yang akan dibuang ke lingkungan (Mukhlis, 2009:59). Tidak hanya berdampak pada lingkungan, sampah plastik juga merugikan tubuh manusia, antara lain: Mengonsumsi makanan panas dalam wadah plastik seperti polistiren dapat menyebabkan pembengkakan hati. Contoh lainnya adalah menghirup asap hasil pembakaran sampah plastik yang dapat mengganggu sistem pernapasan.

Kesadaran lingkungan sangat penting. Menghilangkan penggunaan 100% plastik dapat dicapai saat ini. Untuk mewujudkan Indonesia yang bersih, nyaman, indah dan sehat, setiap warga diingatkan untuk menjaga lingkungan. Ada juga beberapa cara untuk mengurangi, yaitu dengan menggunakan kembali, mengurangi, dan mendaur ulang. Akhirnya, tindakan khusus harus diambil untuk memperbaiki masalah sampah. Aksi khusus ini dapat dilakukan oleh berbagai pihak, termasuk komunitas Zero Waste Indonesia melalui jejaring sosial Instagram di akun @zerowaste.id_official. Upaya Zero Waste Indonesia adalah memberikan solusi untuk mengurangi sampah khususnya penggunaan barang-barang sekali pakai yang sangat mempengaruhi jumlah sampah di Indonesia.

Seiring dengan perkembangan dalam bidang teknologi komunikasi, Pemanfaatan dan pengaplikasian internet dari masing-masing pengguna sangat berbeda-beda. Sebagian dari mereka ada yang menggunakannya untuk mencari edukasi, hiburan, sebagai alat jual beli ataupun menggunakannya untuk manfaat lainnya yang bisa didapatkan dalam internet. Selain itu, banyak juga dari mereka yang memanfaatkan internet untuk mengedukasi diri terhadap pentingnya menjaga lingkungan.

Media sosial memainkan peran penting dalam kehidupan setiap orang. Jejaring sosial telah menjadi sangat populer sebagai salah satu saluran informasi paling berpengaruh bagi pengguna. Hal ini diindikasikan karena fitur media sosial bersifat interaktif dan mudah diakses. Dari sekian banyak layanan media sosial di Indonesia, hanya sedikit yang diminati pengguna. Salah satu media sosial yang paling populer adalah Instagram. Beberapa fitur Instagram dapat digunakan sebagai sarana komunikasi dan dapat mempengaruhi khalayak tertentu dengan cara membujuk mereka.

Dalam penyampaian pesan pelestarian lingkungan, komunikasi yang digunakan hendaknya bersifat membujuk atau persuasif agar bisa mempengaruhi serta membentuk individu dengan perilaku ramah lingkungan. Persuasi adalah proses perubahan perilaku pribadi dengan pendapat, ide, pikiran, serta fakta dengan pesan-

pesan komunikasi (Syaifuddin, 2015:61). Persuasi berasal dari bahasa Latin Persuasio yang memiliki kata kerja *persuader*, yang artinya merayu, membujuk, atau mengajak (Soemirat, 2014;23).

Zero Waste Indonesia (ZWID) merupakan sebuah komunitas berbasis online di Indonesia yang berdiri pada tahun 2018. ZWID kini memiliki pengikut di Instagram sebanyak 150K atau 150.000 dan sudah memposting sebanyak 952. Keanggotaan *Zero Waste* Indonesia bersifat bebas/terbuka, bagi oknum yang peduli terhadap lingkungan bisa menjadi bagian dari komunitas ini atau yang biasa disebut dengan *Volunteer*. ZWID memiliki 3 tujuan yakni sebagai sarana informasi, edukasi dan kolaborasi. Hadirnya ZWID diharapkan dapat meningkatkan kesadaran akan lingkungan.

Dilansir dari website ZWID, Zero waste adalah sebutan yang dijadikan sebagai evaluasi gaya hidup untuk memandang bagaimana sesuatu yang kita konsumsi bisa berdampak negatif pada lingkungan. Gaya hidup yang dimaksud oleh ZWID diantaranya, yaitu mengurangi penggunaan plastik, membuat kompos pada sisa makanan, *challenge* 30 hari hidup tanpa sampah, pendaur ulangan sampah organik, serta mengganti produk sekali pakai ke produk *reusable* atau yang dapat digunakan kembali contohnya mengganti pembalut sekali pakai ke *menstrual cup/pad*, mengurangi pemakaian tisu dengan membawa handuk kecil, selalu membawa tempat air minum (*tumbler*) agar menghindari pembelian air di dalam kemasan.

Pada agama Islam, manusia diciptakan Allah SWT ke atas bumi adalah untuk menjadi khalifah Allah, yang mempunyai arti manusia diberikan kebolehan untuk menata apa yang sudah ada di bumi untuk ketenteraman dirinya. Allah membekali akal fikiran yang menjadi pembeda manusia dari makhluk lainnya. Perintah dari Allah SWT kepada ummatnya melalui Nabi Muhammad SAW mengenai menjaga lingkungan terdapat pada Al-Qur'an Surah Al-Araf ayat 56 dengan bunyi;

وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ إِصْلَاحِهَا وَادْعُوهُ خَوْفًا وَطَمَعًا إِنَّ رَحْمَتَ اللَّهِ قَرِيبٌ مِّنَ الْمُحْسِنِينَ

“Dan janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi setelah (diciptakan) dengan baik. Berdoalah kepada-Nya dengan rasa takut dan penuh harap. Sesungguhnya rahmat Allah sangat dekat kepada orang yang berbuat kebaikan”

Dari ayat di atas Allah SWT berfirman mengenai perintah agar manusia mengelola, memakmurkan alam dengan tidak merusaknya. Dalam Al-Quran surah Al-A'araf ayat 56 ini tidak memiliki asbabun nuzul tetapi secara konsep bagi para ahli tafsir ayat ini berkaitan tentang kerusakan yang ada di bumi.

Komunikasi merupakan elemen dari salah satu kegiatan mempengaruhi yang bisa menggunakan cara persuasif. Kekuatan dari komunikasi persuasif terletak pada ajakan dari pesan atau informasi yang dibawa. Komunikasi persuasif menyajikan daya tarik yang bersifat rasional dan emosional. Bahasa yang dipakai dalam membuat sebuah kalimat persuasif dapat merangsang respon psikologis dari komunikan, juga memiliki peran yang hebat dalam mengubah sikap manusia juga. Contohnya dengan keelokan bahasa yang digunakan, jelasnya informasi yang disampaikan, adanya keinginan atau optimisme di masa depan, juga memberikan teguran yang mencekam. Tidak hanya merubah ke dalam hal yang positif, kalimat-kalimat persuasif juga dapat mengakibatkan timbulnya kebencian dan salah faham.

Aksi ZWID merupakan cara penyampaian informasi dengan memakai bahasa dan simbol pesan yang tepat, dengan menggunakan Instagram sebagai media yang mempengaruhi keberhasilan dalam mempersuasi individu untuk membentuk perilaku ramah lingkungan. Keefektifan komunikasi persuasif yang dilaksanakan akan berakibat pada perubahan, sesuai dengan konteksnya bahwa komunikasi bertujuan untuk mempengaruhi kepercayaan, perilaku dan sikap seseorang (Soemirat,dkk, 2008:2.34).

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, untuk lebih memperjelas maka dari itu, peneliti tertarik untuk meneliti teknik, isi, dan konten-konten persuasif yang dibuat ZWID dalam proses edukasi program gaya hidup minim sampah di Instagram.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan hasil latar belakang diatas, maka fokus penelitian ini adalah komunikasi persuasif yang digunakan dalam media sosial instagram @zerowaste.id_official. Jika diurai dalam bentuk pertanyaan, penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apa saja isi unggahan @zerowaste.id_official dalam pelestarian lingkungan periode September-Oktober 2020?
2. Bagaimana penerapan Teknik Komunikasi Persuasif dalam pelestarian lingkungan pada unggahan Instagram @zerowaste.id_official periode September-Oktober 2020?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui isi unggahan dan penerapan teknik persuasif dalam akun Instagram @zerowaste.id_official periode September-Oktober 2020 dalam membangun kepedulian terhadap pelestarian lingkungan.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat akademis

Secara akademis hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi Akademisi, Mahasiswa komunikasi atau jurusan lainnya, terutama yang tertarik dalam bidang penelitian konten media sosial dan analisis isi. Sebagaimana penelitian-penelitian sebelumnya mengenai ilmu komunikasi, penelitian ini nantinya akan menambah wawasan mengenai ilmu komunikasi persuasif dalam pelestarian lingkungan melalui media sosial instagram. Sehingga akan memunculkan ide baru dalam membuat konten mengenai lingkungan melalui instagram atau media sosial lainnya.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan edukasi dan informasi kepada pembaca khususnya masyarakat agar lebih meningkatkan kesadaran dalam membangun kepedulian terhadap lingkungan. Peneliti juga berharap penelitian ini bisa digunakan sebagai referensi bagi individu yang bergerak di bidang *content*

creator agar bisa membuat karya yang bermanfaat bagi banyak orang dan berpengaruh dalam mengubah perilaku manusia menjadi lebih peduli akan lingkungan.

E. Definisi Konseptual

1. Komunikasi Persuasif

Menurut Devito (2009:410) persuasif adalah proses mempengaruhi sikap, keyakinan, nilai atau perilaku oranglain. Persuasif mampu menjadikan dunia lebih baik seperti layaknya persuader yang telah melakukan persuasi dari waktu ke waktu sehingga menjadikan keadaan yang lebih baik, akan tetapi fenomena ini tidak berhenti sampai disini, karena ada sisi gelap dari sebuah persuasif. Persuasif dapat digunakan menjadi suatu yang baik tetapi juga bisa menjadikan sesuatu yang tidak baik, dan itu semua kembali kepada pilihan kita. Tujuan komunikasi persuasif menurut Devito adalah untuk mempengaruhi orang lain dengan usaha mengubah keyakinan, nilai, dan sifat sasaran.

2. Pelestarian Lingkungan

Lingkungan dapat diartikan sebagai elemen penting dari kehidupan manusia dan harus dilihat sebagai suatu bagian dari ekosistem yang mempunyai nilai untuk dihargai, dihormati dan tidak boleh dirusak. Integritas ini yang membuat manusia mempunyai tanggung jawab untuk bersikap baik kepada kehidupan yang ada di sekitarnya termasuk lingkungan dengan cara melestarikannya.

3. Media Instagram

Instagram merupakan salah satu dari banyaknya sosial media yang ada saat ini. Selain sebagai media hiburan, instagram juga hadir sebagai media informasi, jual beli, media promosi, dan lain sebagainya. Dan salah satu fungsinya yaitu sebagai media edukasi. Platform ini bergerak dibidang visual dan audio visual, setiap pengguna dapat mengunggah dan menyebarkan konten yang dipunya secara bebas sesuai dengan ketentuan-ketentuan dari instagram. Menurut Hartawan (2017:157).

Untuk Instagram, salah satu aplikasi atau fitur media sosial yang keluar pada bulan Oktober 2010, aplikasi tersebut dapat diunduh secara gratis melalui App Store untuk pengguna iPhone dan Google Play untuk pengguna Android. memposting foto, gambar, dan juga video. Dan memungkinkan pengguna untuk mengambil foto, menerapkan filter digital dan membaginya dengan banyak layanan jejaring sosial lainnya seperti Facebook, Twitter, Tumblr, dan lainnya yang dimilikinya sebagai pelengkap komunikasi dengan dunia.

F. Sistematika Pembahasan

Dalam sistematika pembahasan, peneliti akan menunjukkan alur pembahasan yang berkaitan dengan penelitian yang akan ditulis. Pembahasan dalam penelitian ini akan dibagi menjadi lima bab. Pada bagian awal, sebelum memasuki bab pertama, peneliti akan menempatkan halaman sampul atau judul, halaman persetujuan dosen, lembar tesis dan jawaban, halaman ringkasan, kata pengantar, daftar isi dan katalog foto di bagian akhir.

Bab pertama, berisi mengenai pendahuluan yang didalamnya terdapat latar belakang sebagai tempat peneliti menguraikan permasalahan yang diambil, selanjutnya rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi konseptual, dan dilengkapi dengan sistematika pembahasan.

Bab Kedua, berisi mengenai penjabaran teori yang dipakai dalam penelitian. Adapun isinya jika dijabarkan terdapat komunikasi persuasif, pelestarian lingkungan, instagram, analisis isi serta penelitian terdahulu.

Pada Bab Ketiga, dicantumkan mengenai metodologi penelitian, yang didalamnya ada jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, subjek dan objek penelitian, sumber data, tahap-tahap penelitian teknik pengumpulan data, teknik analisis data serta teknik pemeriksaan keabsahan data.

Bab Keempat ini berisi tentang pembahasan dan temuan dari analisis komunikasi persuasif pada unggahan akun instagram @zerowaste.id_official dalam pelestarian pada periode Oktober-September 2020.

Bab kelima akan mendeskripsikan tentang kesimpulan penelitian dan dengan disertai saran berdasarkan temuan/hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan penelitian.

