

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Peran Media Sosial dalam penyebaran informasi Media Sosial sangat berperan penting dalam penyebaran informasi bagi Masyarakat luas. Media Sosial dapat menjadi informasi bagi Masyarakat luas, semua orang dapat mengakses media sosial asalkan ada medianya dan memiliki sinyal internet

Menurut Flor dan Cangara (2018), Komunikasi lingkungan adalah penggunaan pendekatan, prinsip, strategi dan teknik-teknik komunikasi untuk pengelolaan dan perlindungan lingkungan.

Rusaknya lingkungan alam membuat keseimbangan lingkungan hidup mengalami ketimpangan. Banyak dampak negatif dari rusaknya lingkungan alam yang terjadi. Menurut laporan Indeks kualitas lingkungan hidup (IKLH) tahun 2017 dan status Lingkungan hidup Indonesia (SHLI) tahun 2017 yang dikeluarkan oleh kementerian lingkungan hidup Indonesia. Pada indeks tersebut dilaporkan bahwa total air di Indonesia sudah tercemar mencapai kurang lebih 30% terutama di kota – kota besar. Begitu juga dengan kondisi di udara yang mengalami penurunan yang disebabkan oleh lahan hijau yang semakin menyusut, udara yang tercemar akibat penumpukan sampah yang ada.

Sampah menjadi penyebab utama yang hampir ada di setiap wilayah Indonesia, terutama sampah creator yang sudah menjadi sebuah masalah yang sangat berbahaya dalam ekosistem lingkungan karena sampah 14reator memakan puluhan bahkan ratusan tahun agar bisa terurai sampah.

Pertumbuhan sampah di Indonesia semakin meningkat setiap tahunnya, bahkan, menurut kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan, pertumbuhan sampah di Indonesia mencapai sekitar 7% per tahun, hal ini disebabkan oleh perilaku Masyarakat yang kurang sadar akan pentingnya mengelola sampah dengan baik serta kurangnya fasilitas tempat pembuangan sampah yang memadai.

Pada saat ini banyak anak muda terlebih generasi z lebih sadar akan isu lingkungan menurut *World economic forum's global shapers survey* (2017) anak muda lebih peduli mengenai lingkungan seperti isu perubahan iklim daripada isu dunia lainnya. Oleh karena itu banyak generasi muda sekarang yang menjadi pelopor dalam pencegahan dan penanganan isu – isu lingkungan yang salah satu nya menerapkan gaya hidup yang ramah lingkungan. Banyak Upaya yang dilakukan sekelompok anak muda untuk menerapkan gaya hidup yang rama lingkungan, yang menggunakan cara mengkampanyekan melalui Media Sosial.

Di era digitalisasi ini media sosial dapat digunakan sebagai alat untuk penggunaan pribadi, seperti untuk hiburan, petemanan, tempat untuk menjual dan membeli suatu barang. Banyak *platform* yang bisa kita jumpai saat ini yakni ada *TikTok*, dan *Instagram*. Hadirnya *platform* tersebut membuat banyak Masyarakat umum berlomba – lomba dalam pembuatan konten yang menarik karena dari hasil konten tersebut bisa menghasilkan konten yang memuat edukasi bagi Masyarakat yang kurang akan edukasi.

Pada saat ini sudah banyak anak muda yang sudah melek akan kebersihan lingkungan . salah satu yang saat ini sedang viral dan hangat dibicarakan dari berbagai khalayak adalah River Clean Up. River Clean Up merupakan sebuah organisasi yang telah berdiri sejak 2017 yang didirikan oleh Thomas De Groote, pada awalnya Thomas De Groote menerima tantangan untuk memungut sampah selama sepuluh menit yang dimana jadi momen titik balik yang membuka matanya terhadap permasalahan polusi sungai. Berawal dari sebuah aksi kecil yang menginspirasi, thomas memutuskan untuk mendedikasi hidupnya dalam upaya global untuk mewujudkan sungai yang bebas dari plastik.

Pada tahun 2019, River Clean Up secara resmi berdiri dan berkembang menjadi organisasi internasional yang melaksanakan kegiatan pembersihan di sepanjang sepuluh sungai di Eropa dan Asia. Dalam perjalanannya, River Clean Up merumuskan strategi berbasis tiga pilar utama, yaitu membersihkan, mendidik, dan transformasi, dengan melibatkan komunitas lokal serta membangun kemitraan strategis, River Clean Up berhasil menggerakkan lebih dari 100.000 orang di 45 Negara hanya dalam waktu satu tahun pada 2020. Inisiatif ini juga mulai memanfaatkan teknologi dengan mengoperasikan penghalang sampah pertama di Indonesia.



**Gambar 1.1**

**Akun Media Sosial Instagram River Clean Up**  
Sumber : Akun Instagram River Clean Up, 2024

Gambar diatas merupakan gambar Media Sosial Instagram River Clean Up yang mempunyai kurang lebih 17,8 Ribu pengikut. Akun media sosial tersebut bisa menjadi viral dan banyak memiliki pengikut karena hasil dari dari konten kreatif yang River Clean Up buat. Konten kreatif yang River Clean Up buat ini disajikan dengan konten yang *fresh* dan beda dari yang lain.

Masuknya River Clean Up ke Indonesia bermula dari kesadaran akan tingginya Tingkat pencemaran creator di Sungai-sungai Indonesia, yang menjadi salah satu penyumbang terbesar polusi 18reator di lautan Indonesia dengan penghalang sampah (*trash barrier*) di salah satu Sungai di Kawasan perkotaan, teknologi ini berfungsi untuk menangkap sampah yang mengalir di Sungai sebelum mencapai laut, sekaligus menjadi symbol penting dari Upaya penanggulangan polusi plastic di Indonesia.

Pada tahun 2021, River Clean Up menetapkan Indonesia sebagai salah satu negara inti untuk mengembangkan pengembangan operasi lebih lanjut. Organisasi ini membentuk tim Lokal yang bertugas melaksanakan program pembersihan, edukasi Masyarakat, dan melibatkan komunitas. Sejak saat itu, River Clean Up aktif mengadakan kegiatan pembersihan Sungai di berbagai daerah, bekerja sama dengan komunitas lokal, sekolah, dan Perusahaan untuk memperkuat kesadaran serta Tindakan nyata dalam mengurangi pencemaran Creator.

Menurut Buchanan dan Sandstrom turut menggaris bawahi konten – konten positif yang dapat memantik perasaan untuk melakukan kebaikan,

dampak positif dari konten kreatif yang River Clean Up buat adalah hal yang positif sehingga bisa memantik perasaan seseorang untuk melakukan kebaikan, dengan menyaksikan konten positif, seseorang akan mendapatkan persepsi baik dari perbuatan orang lain kemudian bercermin untuk melihat apa yang kurang dari dirinya. Hal ini bisa membuat seseorang menjadi terpancing, serta ada beberapa orang yang merasa dengan munculnya konten yang dibuat River CleanUp ini dinilai hal yang sangat positif karena kontennya yang kreatif.

Dalam konten ini, konten kreatif memiliki potensi besar untuk mengubah perilaku Masyarakat. Melalui platform media sosial, konten kreatif yang dibuat River CleanUp dapat menjangkau audiens yang luas dan menyampaikan pesan – pesan lingkungan secara menarik dan efektif. River CleanUp telah berhasil membangun citra sebagai influencer lingkungan yang berpengaruh di Indonesia. Melalui konten – konten kreatif yang mereka buat.

River CleanUp telah berhasil membangun citra sebagai influencer lingkungan, mereka tidak hanya menyuarakan pentingnya menjaga kebersihan lingkungan, tetapi juga memberikan contoh nyata tentang aksi nyata yang dapat dilakukan oleh setiap individu.

Oleh karena itu, dalam penelitian ini peneliti berfokus pada konten kreatif yang dilakukan oleh River CleanUp dalam mengkampanyekan komunikasi lingkungan dengan cara membuat konten kreatif yang mereka lakukan di sosial media dalam Upaya meng *influence* banyak Masyarakat melalui konten mereka tersebut karena masih kurangnya Masyarakat yang

belum *aware* terhadap kebersihan lingkungan ini, nilai kebaruan dari judul penelitian ini adalah menganalisis mendalam terhadap strategi konten kreatif yang River CleanUp gunakan, selain itu juga memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi elemen -elemen konten yang paling efektif dalam membawa kesadaran dan Tindakan yang pro akan lingkungan.

Berdasarkan pemaparan tersebut maka peneliti akan memfokus penelitian ini dengan didasari kasus – kasus secara umum dengan actual yang terjadi di lingkungan dengan judul **“Analisis Pembuatan Konten Kreatif kebersihan lingkungan River CleanUp melalui platform Instagram”**

## 1.2 Fokus Penelitian

Dalam uraian yang telah dikemukakan oleh peneliti maka fokus penelitian ini mengenai **“Bagaimana River CleanUp mengembangkan konten yang menarik di platform Instagram menggunakan analisis *SOSTAC*?”**

## 1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian tersebut, peneliti memperoleh pertanyaan sebagai berikut :

1. Bagaimana situasi dan kondisi penggunaan Instagram oleh River Clean Up dalam kampanye kebersihan lingkungan ?
2. Apa Tujuan yang ingin dicapai oleh River Clean Up atas pembuatan konten kreatif yang dibuat ?
3. Bagaimana Strategi yang digunakan River CleanUp dalam menciptakan dan menyebarluaskan konten kreatif di Instagram ?

4. Bagaimana Teknik produksi video yang digunakan oleh River Clean Up untuk membuat konten yang menarik secara visual dan informatif ?
5. Bagaimana Proses kreatif apa yang dilalui River Clean Up dalam menghasilkan konten – konten yang viral ?
6. Bagaimana River Clean Up mengevaluasi efektivitas konten kreatif mereka di Instagram ?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

1. Menganalisis situasi dan kondisi penggunaan Instagram oleh River Clean Up
2. Mengidentifikasi tujuan spesifik yang ingin dicapai oleh River Clean Up
3. Menjelaskan strategi yang digunakan River Clean Up
4. Menganalisis Teknik produksi video yang digunakan oleh River Clean Up
5. Mengungkap proses kreatif yang dilalui River Clean Up
6. Mengevaluasi efektivitas konten kreatif yang di produksi River Clean Up

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

##### **1.5.1 Manfaat teoritis**

1. Hasil penelitian ini dapat mengembangkan teori tentang bagaimana analisis *SOSTAC* (*Situation, Objective, Strategy, Tactics, Action dan Control*) digunakan dalam pengembangan konten yang menarik.

2. Penelitian ini dapat memperkaya pemahaman mengenai bagaimana organisasi seperti River CleanUp memanfaatkan media sosial, khususnya Instagram, dalam menyampaikan pesan kampanye sosial.
3. Hasil penelitian ini dapat memperkuat teori terkait strategi komunikasi digital, terutama dalam penggunaan media sosial sebagai alat untuk membangun kesadaran publik dan mendorong partisipasi Masyarakat dalam gerakan kebersihan lingkungan
4. Studi ini dapat menjadi referensi akademik dalam mengevaluasi efektivitas kampanye berbasis media sosial, khususnya dalam mengukur keberhasilan kampanye lingkungan berdasarkan interaksi dan keterlibatan audiens
5. Hasil penelitian ini dapat menjadi dasar bagi penelitian lanjutan mengenai strategi komunikasi digital untuk kampanye sosial lainnya, baik di bidang lingkungan maupun isu sosial yang menggunakan pendekatan serupa
6. Penelitian ini dapat memberikan wawasan mengenai Teknik produksi konten kreatif

### **1.5.2 Manfaat akademis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan para pembaca dan dapat dijadikan referensi pembaca mengenai konten kreatif River Clean Up untuk meningkatkan kesadaran Masyarakat, dari hasil penelitian diharapkan agar :

1. Menambah pengetahuan tentang kebersihan lingkungan
2. Menambah edukasi mengenai kesadaran lingkungan
3. Menjadi acuan dalam pengembangan Konten Kreatif di Media Sosial
4. Menambah literatur dalam Bidang Komunikasi Digital
5. Memberikan pemahaman tentang strategi kampanye di Media Sosial
6. Menambah pengetahuan mengenai strategi kampanye sosial melalui platform Instagram.