

**PERAN INSTAGRAM DALAM DIFUSI INOVASI GAYA HIDUP
BERKELANJUTAN
(STUDI KASUS KOMUNITAS ZERO WASTE INDONESIA)**

Mochammad Iqbal Syahdilla¹, Sunnaholomi Halakrispen²

^{1,2}Universitas Paramadin

Email: iqbalsyahdilla12@gmail.com¹, krispen.academy@gmail.com²

Abstrak: Penelitian ini terkait dengan pentingnya menjaga lingkungan, yang merupakan salah satu hal yang perlu dilakukan oleh semua masyarakat dari berbagai kalangan. Salah satunya yang dilakukan oleh komunitas pecinta lingkungan bernama Zero Waste Indonesia. Mereka menyebarkan informasi dengan berbagai topik melalui media sosial Instagram, namun tetap berfokus pada upaya menjaga lingkungan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif untuk menjelaskan informasi yang disampaikan pada akun Instagram Zero Waste Indonesia. Analisis ini berupa hasil observasi yang dilakukan pada unggahan tahun 2024 terkait penerapan strategi komunikasi persuasif, sebagai salah satu strategi yang menjadi fokus penelitian. Untuk itu, hasil temuan tersebut berisikan temuan-temuan yang ada pada postingan Instagram. Hasil dari penelitian ini menunjukkan pemanfaatan media sosial dalam menyampaikan informasi tentang lingkungan, sebagai salah satu hal yang penting untuk dilakukan dan memberikan dampak positif yang lebih besar bagi masyarakat sekitar. Selain itu, menunjukkan strategi komunikasi persuasif dalam berbagai macam postingan yang dikembangkan, baik yang bersifat informasi umum maupun informasi lainnya yang terkait dengan gaya hidup berkelanjutan dan lingkungan masyarakat.

Kata Kunci: Instagram; Difusi Inovasi; Gaya Hidup Berkelanjutan; Zero Waste

Abstract: This research is related to the importance of preserving the environment and this is one of the things that needs to be done by all communities of various kinds. One of them is done by a community of environmentalists called Zero Waste Indonesia. Through social media in the form of Instagram, they disseminate information with various topics but still focus on efforts to preserve the environment. This research uses descriptive qualitative methods to explain the information conveyed on Zero Waste Indonesia's Instagram account. This analysis contains observations made on posts in 2024 regarding the application of persuasive communication strategies as one of the strategies that are the focus of the research. For this reason, the results of these findings contain the findings that exist in Instagram posts. The result of this research is that the use of social media in conveying information about the environment is one of the important things to do and has a greater positive impact on the surrounding community. In addition, in this case,

it is carried out with a persuasive communication strategy system in a variety of posts that are developed both in the nature of general information and other information related to sustainable lifestyles and the community environment.

Keywords: *Instagram; Diffusion of Innovation; Sustainable Lifestyle; Zero Waste*

PENDAHULUAN

Zero Waste Indonesia merupakan salah satu media sosial yang bergerak di bidang lingkungan hidup yang memiliki peranan penting dan tujuan untuk mengajak masyarakat khususnya masyarakat Indonesia untuk bisa meminimalkan pembuangan sampah sembarangan dan meningkatkan pengelolaan lingkungan hidup dengan sebaik mungkin. Tujuan yang ingin mereka capai dalam hal ini adalah mengajak masyarakat secara umum untuk bisa meminimalkan produksi sampah dari setiap masyarakat dan mencapai kebersihan lingkungan yang berkelanjutan termasuk juga dengan memaksimalkan gaya hidup yang hijau dengan tingkat produksi sampah yang minimal dari setiap individu sehingga pada pembuangan akhir bisa lebih minimal sampah yang dihasilkan (Hermawan & Abiyudo, 2022). Langkah mereka sebagai pihak yang berperan menjaga lingkungan hidup berupaya untuk menjaga lingkungan yang ada tetap lestari. Sebagai media sosial yang bergerak pada bidang lingkungan memiliki peranan yang cukup aktif dalam memberikan kesadaran pada masyarakat untuk memiliki pola berpikir secara lebih bijaksana dan memandang bahwa mengelola sampah yang ada menjadi salah satu hal yang penting dalam keberlangsungan hidup masyarakat secara berkelanjutan (Cahyaningtyas et al., 2021). Apalagi dalam hal ini mereka menjadi salah satu pihak yang menyadarkan pada setiap masyarakat untuk memandang bahwa mengelola sampah secara bijaksana menjadi salah satu hal yang penting demi terciptanya keberlangsungan secara jangka panjang pada pemeliharaan dan keutuhan dari alam tersebut.

Zero Waste Indonesia membawa isu utama mengenai keberlangsungan pada lingkungan hidup dan juga meminimalkan sampah masyarakat serta mengajak mereka untuk berpartisipasi secara aktif serta berperan secara aktif untuk menjaga kebersihan lingkungan dan keberlangsungan lingkungan hidup. Fokus dari platform ini yaitu berkaitan dengan pembahasan dan diskusi cara menyeluruh bagaimana menerapkan hidup

yang mampu meminimalkan sampah dan berfokus untuk selalu menjaga kelestarian sehingga barang-barang yang bisa menunjang kehidupan mampu diminimalkan dari sampah-sampah (Pratiwi et al., 2023). Untuk itu sosial media yang dikembangkan oleh Zero Waste Indonesia memiliki peranan yang cukup penting dalam menunjang kehidupan masyarakat dan meminimalkan sampah yang dihasilkan pada kehidupan yang mereka lakukan. Penelitian ini berfokus pada akun Instagram Zero Waste Indonesia dan ini menjadi salah satu alasan penting dari penelitian bahwa terdapat perbedaan antara berbagai macam akun yang membahas mengenai Zero Waste dan membahas mengenai hidup untuk meminimalkan sampah.

Banyak platform yang membahas mengenai meminimalkan sampah namun dari keseluruhan platform banyak yang menyampaikan secara umum namun tidak memberikan informasi dalam hal solusi-solusi yang bisa dilakukan untuk mengatasi permasalahan sampah. Apalagi dalam hal ini sampah menjadi hal yang sangat riskan terhadap kerusakan lingkungan sehingga banyak platform Zero Waste bukan hanya memberikan informasi edukasi mengenai hidup herowasta namun mereka juga memberikan produk-produk yang bisa digunakan oleh masyarakat untuk menunjang ke perjalanan Zero Waste yang diprogramkan sebelumnya dengan harga yang lebih terjangkau daripada beberapa akun yang menjual produk-produk tersebut. Selain itu juga dalam hal ini belum ada penelitian yang mengambil kasus pada Instagram Zero Waste Indonesia sehingga hal ini bisa menjadi salah satu bahan penelitian secara lebih lanjut. Untuk itu penelitian ini menjadi salah satu hal yang menarik karena akan membahas mengenai program rencana pemerintah yang berkaitan dengan lingkungan hidup yang kemudian didukung dengan beberapa media sosial seperti Instagram dan berbagai media sosial lainnya kemas juga Zero Waste Indonesia. Penyebarannya dilakukan dengan menggunakan Instagram sebagai media media yang utama. Selain itu juga mereka memiliki media berupa website dengan alamat <https://zerowaste.id/> dengan tujuan untuk menjual produk-produk yang boleh dihasilkan dari kampanye mengenai lingkungan. Selain itu juga melalui website yang dikembangkan informasi mengenai menjaga lingkungan banyak disampaikan sehingga bukan hanya informasi dibuat melalui Instagram namun juga dibuat dalam bentuk website. Secara keseluruhan mereka memanfaatkan kemajuan internet untuk mampu menjangkau

masyarakat secara umum mengenai pentingnya menjaga lingkungan dan gaya hidup yang berkelanjutan.

Teknologi internet yang menjadi salah satu pilihan bagi semua masyarakat dengan kemudahan yang didapatkan melalui media ini menjadi salah satu hal positif untuk menyampaikan berbagai macam kepentingan termasuk juga kepedulian masyarakat mengenai lingkungan (Magdalena et al., 2023). Hal ini sesuai dengan penjelasan bahwa penawaran kemudahan yang diberikan pada internet menyebabkan banyak masyarakat yang menggunakan media ini. Bahkan sejarah nyata penggunaan internet dalam kehidupan masyarakat menjadi salah satu pusat dari segala informasi bahkan bisa dilakukan pengaksesan tanpa harus memperhatikan ruang maupun keterbatasan secara waktu (Hikmah, 2021). Untuk itu dalam hal ini semakin berkembang dari tahun ke tahun dan juga semakin meningkatnya layanan internet di Indonesia secara signifikan seiring berjalannya waktu. Hari ini sesuai dengan survei yang dilakukan oleh asosiasi penyelenggara jasa internet Indonesia dalam periode 2021 sampai 2022 ternyata pengguna internet sudah mencapai 210,03 juta pengguna.

Apalagi banyak masyarakat yang telah menggunakan media-media masa maupun media sosial untuk berbagai kepentingan salah satunya adalah Instagram. Banyak pihak-pihak yang menggunakan Instagram dikarenakan secara kondisi nyata di lapangan peminat dari pengguna menunjukkan hasil yang cukup banyak. Untuk itu banyak pihak-pihak yang menjangkau informasi melalui Instagram tersebut. Sesuai dengan hasil riset Napoleon cat banyaknya masyarakat yang menggunakan media sosial termasuk juga Instagram Facebook maupun LinkedIn di tahun 2023 sudah mencapai 109 juta pengguna yang ada di seluruh Indonesia (Kadarisman, 2019). Selain itu juga dari data yang disampaikan riset tersebut sebanyak 38,9% masyarakat Indonesia ternyata banyak menjadi pengguna dari Instagram. Kemudian dari riset yang dilakukan oleh Napoleon cat kayaknya pengguna Instagram tersebut didominasi oleh perempuan sebesar 55,9% dan pengguna laki-laki sebesar 44,1% dengan jumlah pengguna aktifnya masuk dalam kategori usia 18-24 tahun (Azhar, 2024). Untuk itu dari hal ini Zero Waste Indonesia memilih untuk memanfaatkan Instagram guna menyebarluaskan informasi mengenai lingkungan hidup dan gaya hidup berkelanjutan yang sesuai dengan kondisi lingkungan maupun sesuai

dengan rencana jangka panjang yang memperhatikan lingkungan. Untuk itu dalam hal ini dengan menggunakan Instagram terdapat berbagai macam fitur yang lebih memudahkan mereka untuk menjangkau masyarakat secara menyeluruh supaya bisa mampu hidup dengan mengurangi atau meminimalkan sampah.

Sesuai dengan hasil penelitian menyampaikan bahwa Instagram menjadi salah satu media sosial yang memiliki kekuatan dan memiliki pengaruh secara kuat terhadap penggunaannya (Satyavira & Kartika, 2024). Media ini menempati posisi kedua sebagai salah satu media yang paling populer dalam kehidupan masyarakat. Kemudahan yang didapatkan mereka mampu mencari berbagai macam informasi dalam wujud foto maupun video serta keterangan-keterangan penjelasan lainnya. Melalui Instagram mereka mampu menyampaikan secara pribadi maupun secara umum pendapat dan lain sebagainya. Terkadang para komunitas menggunakan Instagram dengan memanfaatkan hashtag untuk mengkampanyekan sebuah aktivitas komunikasi. Penggunaan hashtag mampu menjadi salah satu cara mengkampanyekan topik yang sedang dibahas atau isu lingkungan yang sedang berkembang. Salah satu wujud komunikasi yang biasanya dilakukan oleh para komunitas melalui Instagram adalah dengan kampanye. Kampanye merupakan bagian dari aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh masyarakat secara umum dengan tujuan memberikan dampak maupun pengaruh sesuai dengan apa yang kita sampaikan (Hidayat et al., 2023).

Bagian yang tidak bisa dipisahkan dari kehidupan manusia merupakan lingkungan hidup (Karim & Yulianita, 2021). Untuk itu demi keberlangsungan manusia perlu adanya kerjasama antara manusia dengan lingkungan hidup dengan sebaik mungkin. Apabila tidak ada kerjasama yang baik dari manusia dalam menjaga lingkungan maka hal tersebut akan berdampak pada kehidupan manusia di masa yang akan datang hal ini dikarenakan terdapat kerusakan-kerusakan yang mengakibatkan terganggunya kehidupan makhluk lain. Untuk itu langkah yang perlu dilakukan dalam hal ini dengan adanya komunikasi simbolik terutama mengajak masyarakat untuk bisa menjaga lingkungan, melakukan perawatan dan juga melestarikan lingkungan yang ada di sekitar (Fadli & Sazali, 2023). Langkah ini dikarenakan sesuai dengan hasil penjelasan penelitian menyampaikan bahwa ketika jumlah penduduk semakin banyak maka hal tersebut akan berdampak pada jumlah

sampah yang dihasilkan. Untuk itu semakin tinggi jumlah penduduk maka pengelolaan sampah juga menjadi masalah yang aktual (Eryc, 2023).

Kondisi ini diperkuat dengan hasil riset yang dilakukan oleh kementerian lingkungan hidup bahwa sebesar 41,1% sampah yang dihasilkan masyarakat didapatkan dari sampah sisa makanan lalu diikuti dengan sampah plastik sebesar 18,7%. Beserta sampah lain yang berkaitan dengan kayu kertas karet kain maupun logam sisa dari keseluruhan jumlah tersebut. Selain itu juga dari data yang didapatkan sebesar 33 juta ton per tahun sampah dihasilkan oleh kegiatan atau kehidupan masyarakat. Bahkan hasil ini besar 38,2% dihasilkan dari sumbangan limbah rumah tangga yang menyebabkan banyaknya sampah yang dihasilkan. Kemudian selisih dari nilai tersebut dihasilkan dari sampah-sampah perkantoran maupun pasar tradisional serta fasilitas publik lainnya (Pratiwi et al., 2023). Untuk itu dari banyaknya sampah yang dihasilkan masyarakat Indonesia dari tahun ke tahun menyebabkan tidak mudah menerapkan Zero waste yang ada di Indonesia karena hal ini asing bagi telinga masyarakat dan banyak masyarakat yang tidak memahami mengenai konsep dari Zero Waste tersebut.

Sesuai dengan permasalahan sampah yang semakin banyak dari tahun ke tahun bahkan masyarakat yang belum memahami dengan baik konsep dari Zero Waste untuk itu diperlukan peranan langsung dari pihak-pihak yang berkaitan dengan pemerhati lingkungan termasuk juga komunitas-komunitas maupun lembaga masyarakat lain. Komunitas memperhatikan lingkungan hidup diperlukan untuk mengedukasi masyarakat dan menyampaikan informasi serta membuka wawasan dengan semakin luas mengenai konsep dari Zero Waste. Jelaskan konsep-konsep tersebut perlu dibangun dengan baik supaya masyarakat memahami dan mampu menerapkan di lingkungan sekitarnya. Bahkan dengan adanya komunitas pemerhati lingkungan diharapkan juga isu-isu mengenai lingkungan bisa disampaikan dengan lebih baik melalui komunikasi persuasif dengan berbagai macam kampanye Zero Waste. Begitu dari hal ini tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana komunitas online mampu mempengaruhi gaya hidup berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini memanfaatkan pendekatan kualitatif. Pendekatan ini memiliki tujuan utama adalah menjelaskan bagaimana komunitas online mampu mempengaruhi gaya hidup berkelanjutan terutama dalam hal lingkungan. Penelitian yang dilakukan secara kualitatif memiliki karakteristik sesuai dengan tujuan penelitiannya yaitu memahami sebuah arti yang disampaikan dari setiap responden terhadap fenomena yang sedang diteliti, melalui pendekatan ini penelitian bisa dilakukan dengan pertanyaan yang lebih terbuka dan peneliti mampu memahami fenomena yang sedang diteliti, data-data yang didapatkan dari penelitian ini dapat berupa kata-kata maupun gambar sesuai dengan lokasi penelitian, semua informasi dan data yang didapatkan akan dilakukan analisis berdasarkan teks gambar maupun tema, serta penelitian ini mengidentifikasi pendapat dari setiap partisipan. Secara keseluruhan gambaran dari penelitian ini berkarakteristik seperti tersebut (Arikunto, 2019).

Penelitian ini berfokus pada metode kualitatif deskriptif dengan metode ini penelitian akan dilakukan secara sistematis maupun spesifik untuk mendapatkan informasi secara detail mengenai peranan dari komunitas online yang diwujudkan dalam bentuk media sosial untuk mendukung gaya hidup berkelanjutan pada bidang lingkungan. Metode ini dilakukan dengan melaksanakan penelitian lapangan secara spesifik maupun secara sistematis guna menyelesaikan permasalahan tertentu yang diangkat dalam topik penelitian. Beberapa penelitian menyampaikan metode ini tidak memiliki keterkaitan dengan angka-angka (Moleong, 2018). Untuk itu dari penelitian ini hasil akhirnya diharapkan mampu memiliki hasil informasi yang bermakna secara jelas maupun secara spesifik. Begitu dalam hal ini penelitian yang akan dilakukan akan didapatkan data-data dari kajian terdahulu yang sudah disatukan oleh peneliti kemudian akan ditulis untuk menjadi referensi dalam analisis penelitian. Penelitian nanti didesain dengan menganalisis postingan-postingan yang disampaikan oleh komunitas di media sosial untuk mendapatkan makna-makna tertentu dari media yang ada. Menurut penjelasan menganalisis penelitian kualitatif dilakukan untuk menghasilkan sebuah komunikasi dalam wujud informasi yang lebih akurat (Sugiyono, 2022).

Penelitian ini menempatkan metode pengumpulan data berupa pemantauan maupun pengamatan pacar kelamaan media sosial instagram Zero Waste Indonesia. Peneliti

melakukan pengamatan dan juga pemantauan mengenai berbagai macam postingan yang dihasilkan dari media sosial komunitas tersebut. Untuk itu langkah-langkah yang dipakai dalam analisis media adalah menetapkan informasi apa yang ingin disampaikan, melakukan analisis pada postingan postingan yang berat ditentukan, memberikan interpretasi pada postingan tersebut dan memberikan kesimpulan atas postingan yang dihasilkan dari komunitas tersebut (Ruslan, 2021). Sedangkan data-data penelitian ini merupakan postingan media sosial yang berkaitan dengan lingkungan hidup.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Media sosial berupa instagram merupakan salah satu media sosial yang memiliki pengaruh maupun dampak yang cukup besar pada aktivitas komunikasi maupun pergantian sebuah informasi (N. Ramadhani, 2024). Pada berbagai macam akun termasuk juga salah satunya akun yang dimiliki oleh komunitas lingkungan Zero Waste Indonesia dengan melakukan berbagai macam aktivitas kampanye untuk mencapai tujuan utama mengantisipasi para pemakai Instagram supaya tidak merusak lingkungan yang ada di Indonesia dan menciptakan masyarakat yang sadar untuk menjaga kelestarian lingkungan. Mereka fokus pada tujuan utama tersebut dan selalu memberikan postingan pentingnya menjaga lingkungan dan mencintai produk-produk yang ada di Indonesia. Sesuai dengan hasil pengamatan atau pemantauan yang dihasilkan pada akun Instagram terdapat berbagai macam postingan yang berkaitan dengan lingkungan. Berdasarkan hasil perhitungan mengenai postingan yang dihasilkan sebanyak 63 postingan dari Instagram di tahun 2024 membahas mengenai lingkungan dan berbagai solusi mengatasi gaya hidup berkelanjutan pada sebuah lingkungan. Pada postingan tersebut menyampaikan berbagai macam hal termasuk salah satunya adalah himbauan untuk menjaga lingkungan maupun ajakan untuk memanfaatkan bahan-bahan alam dalam kehidupan masyarakat secara umum. Mereka juga memberikan saran kepada masyarakat untuk menggunakan bahan-bahan yang sehat dan memperhatikan lingkungan sekitar termasuk juga mengelola sampah sesuai dengan wujud dari sampah tersebut. Seperti memberikan informasi berupa simbol-simbol maupun jenis dari sebuah plastik itu memberikan pengaruh yang cukup

kuat pada setiap masyarakat karena akan memahami dengan baik jenis plastik dan juga memahami limbah plastik tersebut.

Selain itu juga mereka juga terus mengembangkan informasi dan juga mindset mengenai jangan menggunakan plastik sekali pakai dengan adanya kampanye kampanye menyampaikan dampak buruk dari plastik sekali pakai maupun kampanye dalam wujud ajakan masyarakat di bulan Juli untuk bebas dari plastik yang digantikan dengan produk-produk yang tidak sekali pakai seperti botol minuman tempat makan tas rajut dan lain sebagainya. Walaupun komunitas ini terus memperhatikan lingkungan dan juga mengajak masyarakat untuk menjaga kebersihan menjaga lingkungan namun komunitas ini juga memberikan informasi kepada masyarakat untuk memperhatikan gaya hidup berkelanjutan. Tindakan tersebut diwujudkan dengan mengajak masyarakat untuk mengumpulkan berbagai macam pakaian yang sudah tidak dipakai namun masih layak untuk digunakan oleh mereka yang membutuhkan. Selain itu juga mereka juga menyampaikan pentingnya mencintai produk lokal sehingga akan mampu mengurangi emisi karbon dari produk impor tersebut serta mengembangkan ekonomi sesuai dengan kearifan lokal yang ada sehingga kesejahteraan bisa dicapai.

Untuk itu ajakan-ajakan ini bukan hanya berfokus pada lingkungan namun mereka juga berfokus pada bagaimana menciptakan kehidupan di masa yang akan datang dengan lebih baik. Kemudian semua postingan tersebut dilakukan analisis sesuai dengan periode waktunya selanjutnya akan dilakukan pendeteksian postingan yang ada apakah memiliki peranan yang penting bagi masyarakat secara umum terutama dalam isu kerusakan lingkungan supaya publik bisa memantau perkembangan-perkembangan isu-isu yang dikembangkan oleh setiap komunitas dalam rangka menjaga lingkungan dan menciptakan masyarakat sehat. Postingan yang dihasilkan dari akun Instagram Zero Waste kebanyakan berisi solusi-solusi maupun saran-saran yang berkaitan dengan menjaga lingkungan agar tetap sesuai dengan kondisi yang baik walaupun masyarakat melaksanakan kegiatan aktivitas sehari-hari. Salah satu wujudnya adalah dengan membuat postingan camping ala Zero Waste. Postingan ini berisikan informasi kepada para masyarakat yang suka camping untuk tetap menjaga lingkungan sekitarnya dan menjaga kondisi alam sekitar. Poin penting yang disampaikan dari postingan ini adalah mengurangi bahan-bahan yang

berasal dari plastik namun digantikan dengan barang yang lebih ramah lingkungan, mereka juga menyarankan untuk membawa tempat sampah sendiri supaya tidak dibuang secara sembarangan, mengajak masyarakat untuk membawa alat-alat makan yang bisa digunakan secara berulang kali, dan berbagai macam tips lainnya selama camping ala Zero Waste.

Selain itu juga dalam postingan yang dibuat oleh Zero Waste Indonesia mereka juga membahas mengenai gaya-gaya hidup yang ramah lingkungan salah satunya adalah dengan membuat postingan tips skin care yang ramah lingkungan. Padahal kita tahu bahwa setiap masyarakat yang ada di sekitar kita selalu menggunakan skin care untuk memenuhi kebutuhan perawatan wajah maupun kulit. Untuk itu mereka memberikan berbagai macam saran skin care yang ramah lingkungan salah satunya adalah memilih produk-produk yang berasal dari brand lokal karena mengurangi efek dari jejak karbon, mengajak masyarakat untuk membeli skin care dari bahan-bahan yang alami seperti bahan organik maupun tumbuhan, perlu memahami komposisi yang dimiliki oleh skin care tersebut, harus memilih skin care yang terdapat informasi biodegradable sehingga bahan-bahan yang dimiliki oleh skin care bisa diurai menjadi komponen organik, serta saran terakhir adalah memperhatikan ingredient yang berakhiran cone seperti silikon dll karena bahan-bahan ini dinilai susah untuk terurai dan banyak ditemukan di sungai maupun laut. Kemudian dari kampanye yang berkaitan dengan hashtag tukar baju komunitas ini telah memberikan pengaruh secara positif mengenai gaya hidup berkelanjutan.

Fokus dari kampanye ini adalah mengajak masyarakat untuk tidak terlalu sering membeli pakaian sehingga mereka diminta untuk gunakan pakaian yang ada di rumah. Langkah ini dilakukan karena secara dampak positif maupun negatif lebih banyak dampak negatifnya pada lingkungan. Pada postingan ini juga mereka menyampaikan dampak-dampak negatif yang dihasilkan efek dari fast fashion. Salah satunya adalah adanya pencemaran air karena produksi dari baju tersebut, lingkungan menjadi semakin banyak sampah plastiknya, apalagi mereka yang menggunakan binatang untuk fashion tertentu menjadikan jumlah hewan menurun. Sesuai dengan hasil pengamatan yang dilakukan ternyata terdapat penggunaan strategi komunikasi terutama strategi komunikasi persuasif yang dikembangkan oleh komunitas lingkungan hidup tersebut. Strategi ini merupakan

strategi yang dilakukan untuk mempengaruhi seseorang dalam wujud tindakan, mempengaruhi perilaku-perilaku maupun pemikiran serta pendapat pribadi tanpa menggunakan unsur paksaan baik fisik maupun nonfisik (A. P. Ramadhani, 2019). Pada sebuah strategi komunikasi persuasif perlu adanya argumen-argumen yang masuk akal serta rasional artinya adalah mampu dilaksanakan oleh masyarakat secara lebih mudah. Bahkan dalam penyampaian komunikasi persuasif terkadang mereka menemukan berbagai macam tanggapan baik itu positif maupun negatif.

Pada strategi komunikasi persuasif terdapat tiga strategi yang berkaitan dengan strategi ini yaitu strategi psikodinamika, strategi sosiokultural dan strategi the meaning of construction. Setiap komunitas yang ada selalu menggunakan teori ini untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat secara umum. Apabila kita memahami mengenai teori psikodinamika teori ini berusaha untuk menjelaskan bagaimana pemikiran setiap orang dan juga perkembangan kepribadian baik itu perasaan maupun pengalaman dalam jiwanya (Azhar, 2024). Untuk itu orientasi dalam perspektif ini adalah sikap setiap manusia dibentuk berdasarkan unsur biologis maka strategi komunikasi psikodinamika lebih menekankan pada internal dari seseorang. Komunikasi dengan menggunakan strategi ini mengarahkan seseorang untuk memahami karakter-karakter secara personal dari setiap manusia serta menentukan arah yang akan dituju dalam perubahan sikap tersebut (Satyavira & Kartika, 2024). Untuk itu dalam hal ini setiap komunitas yang menggunakan strategi ini akan memberikan informasi secara lebih mendalam yang biasanya dilakukan oleh setiap individu setiap harinya dan akan mempengaruhi karakter personal setiap manusia.

Selain itu juga penggunaan strategi sosiokultural dipakai dalam komunikasi persuasif. Strategi sosiokultural ini merupakan strategi yang dilakukan untuk berkomunikasi atas dasar perilaku dari setiap manusia baik itu kekuatan yang ada di luar dari individu maupun yang ada di dalam individu. Namun dalam hal ini kekuatannya didasarkan atas luar dari individu tersebut atau kaitanya dengan sosial (Sakhinah, 2018). Teori ini menunjukkan bahwa setiap orang akan dipengaruhi oleh interaksi yang ada di lingkungan sekitarnya serta kelompok-kelompok yang ada di sekitarnya akan memberikan kendali yang kuat dalam berinteraksi. Untuk itu dari komunitas Zero Waste Indonesia

perlu mengetahui tindakan sadar dari setiap individu bahwa mereka akan membeli baju secara terus-menerus atau fast fashion sehingga dari tindakan sadar yang mereka analisis muncul informasi persuasif untuk mempengaruhi perilaku dari setiap manusia. Bahkan mereka juga memberikan informasi mengenai skin care yang aman atau ramah bagi lingkungan karena strategi ini akan mempengaruhi mereka dalam menentukan produk-produk yang sekiranya sesuai dengan kondisi lingkungan.

Teknik komunikasi persuasif lainnya dengan melakukan strategi the meaning construction. Strategi ini memberikan asumsi bahwa semua kata-kata yang dimanipulasi akan mampu menciptakan makna baru bagi setiap orang (Fadli & Sazali, 2023). Secara hasil kajian pengetahuan yang dikembangkan dengan bahasa yang baru akan menciptakan pengertian yang baru. Asuransi komunikasi ini akan mengkonstruksi sebuah makna yang kemudian memberikan pengetahuan mengenai sesuatu kepada orang tersebut sesuai dengan lingkungan sekitar maupun berita yang beredar sehingga dalam hal ini akan memberikan pengaruh yang lebih baik sesuai dengan kondisi masyarakat. Pada hasil pengamatan yang dilakukan strategi ini juga banyak ditemukan di beberapa postingan Zero Waste Indonesia. Salah satu postingan yang berkaitan dengan strategi ini adalah mengenai Tumblr. Dalam informasi yang dibuat ini merupakan bagian dari ajakan masyarakat untuk menggunakan Tumblr dibandingkan botol plastik sekali pakai. Pada postingan yang dibuat kemudian dikembangkan dengan informasi berita sehingga muncul postingan bahwa Tumblr bagian dari cerminan validasi. Melalui postingan ini diharapkan masyarakat juga bisa memahami bahwa penggunaan botol Tumblr dalam kehidupan sehari-hari bisa meningkatkan validasi dari setiap orang.

KESIMPULAN

Sesuai dengan hasil pembahasan dan temuan penelitian analisis mengenai peranan komunitas yang menggunakan Instagram dalam mempengaruhi gaya hidup berkelanjutan terutama dalam hal lingkungan ternyata memiliki hasil bahwa penggunaan media sosial dalam menyampaikan informasi terhadap lingkungan menjadi salah satu hal yang penting dilakukan dan memberikan dampak positif yang lebih besar terhadap masyarakat sekitar. Selain itu juga dalam hal ini dilakukan dengan sistem strategi komunikasi persuasif dalam

berbagai macam postingan yang dikembangkan baik itu yang bersifat informasi secara umum maupun informasi-informasi lain yang berkaitan dengan gaya hidup berkelanjutan maupun lingkungan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Azhar, A. (2024). *STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF SARAH AULIA DI INSTAGRAM @BUMIJO.ID DALAM PENERAPAN ZERO WASTE SEBAGAI UPAYA MENJAGA KELESTARIAN LINGKUNGAN*. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Cahyaningtyas, J., Udasmoro, W., & Sofjan, D. (2021). Pembelajaran Sosial Termediasi dan Aktivisme Media Sosial untuk Pola Hidup Berkelanjutan di Indonesia. *Jurnal Komunikasi*, 16(1), 1–15. <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol16.iss1.art1>
- Eryc. (2023). Analisa pemanfaatan instagram dalam mempengaruhi motivasi dan intensi green consumption. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komputer*, 9(1), 63–72. <http://ejournal.fikom-unasman.ac.id>
- Fadli, A., & Sazali, H. (2023). Peran Media Sosial Instagram @Greenpeaceid Sebagai Media Kampanye Dalam Menjaga Lingkungan. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, 8(2), 209–222. <https://doi.org/10.52423/jikuho.v8i2.32>
- Hermawan, S., & Abiyudo, G. I. B. (2022). Potensi Penggunaan Platform Sosial Media Guna Mengurangi Sampah Plastik di Lautan Indonesia. *Kosmik Hukum*, 22(2), 132. <https://doi.org/10.30595/kosmikhukum.v22i2.14140>
- Hidayat, N., Ningsih, W., Halim, U., & Agustina, A. (2023). Media Sosial sebagai Social Engineering untuk Membentuk Mindset Masyarakat dalam Penyelamatan Lingkungan Hidup. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 17(2), 212. <https://doi.org/10.35931/aq.v17i2.1975>
- Hikmah, N. N. (2021). Mengelola transformasi digital. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 1–4.

- Kadarisman, A. (2019). Peran Generasi Muda dalam Pemanfaatan Media Sosial untuk Mempromosikan Geopark Ciletuh. *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(2), 92–108. <https://doi.org/10.31937/ultimacomm.v11i2.1101>
- Karim, I. Y., & Yulianita, N. (2021). Peran Instagram @greenarationid sebagai Media Kampanye Ramah Lingkungan. *Jurnal Riset Public Relations*, 1(2), 120–129. <https://doi.org/10.29313/jrpr.v1i2.418>
- Magdalena, I., Chantika, D., Azarah, I., & Denisa, N. P. (2023). Difusi Inovasi Dalam Era Digital : Taktik Desain Yang Mengubah Paradigma. *Cendekia Pendidikan*, 2(6), 10–20. <https://doi.org/10.9644/scp.v1i1.332>
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Pratiwi, C., Yunarti, S., & Komsiah, S. (2023). Peran Mahasiswa Dalam Menjaga Kelestarian Lingkungan Dengan Memanfaatkan Media Sosial. *Sosial Dan Humaniora*, 7(3), 390–404.
- Ramadhani, A. P. (2019). *Strategi Komunikasi Greenpeace Indonesia Dalam Mensosialisasikan Gerakan Global #Breakfreefromplastic Di Instagram* [UIN Syarif Hidayatullah]. [https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/63464%0Ahttps://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/63464/1/AISYAH PUTRI RAMADHANI-FDK.pdf](https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/63464%0Ahttps://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/63464/1/AISYAH%0APUTRI%0ARAMADHANI-FDK.pdf)
- Ramadhani, N. (2024). Changes In Social Media Users' Behavior Toward Plastic Consumption Before And After Exposure To Environmental Educational Content. *DIGICOMMTIVE : Journal of Communication Creative and Digital Culture*, 2(2), 139–148.
- Ruslan, R. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi Dan Public Relations*. Raja Grafindo Persada.
- Sakhinah, S. (2018). *Strategi komunikasi persuasif pengurus komunitas terang jakarta dalam mengajak anak muda berhijrah melalui new media* [UIN Syarif Hidayatullah]. [https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/42745/1/SITI SAKHINAH-FDK.pdf](https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/42745/1/SITI%0SAKHINAH-FDK.pdf)

- Satyavira, J. U., & Kartika, T. (2024). Strategi Komunikasi Pembangunan dalam Pemanfaatan Media Sosial Instagram oleh @ Giliecotrust sebagai Media Kampanye Zero Waste. *Arus Jurnal Sosial Dan Humaniora (AJSH)*, 4(3), 1553–1562.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Sutopo (ed.)). Alfabeta.