

ANALISIS WACANA KRITIS TERHADAP TEKS MEDIA KOMUNIKASI KAMPANYE SOSIAL LINGKUNGAN DI INSTAGRAM: STUDI KASUS AKUN @GREENPEACEID

Azrul Mahadi Pane¹, Windah Kustiawan²

azrulpane0@gmail.com¹, windakustiawan@uinsu.ac.id²

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis konstruksi makna dan ideologi dalam teks media komunikasi kampanye sosial lingkungan yang dipublikasikan melalui akun Instagram @greenpeaceid. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan metode Analisis Wacana Kritis (AWK) model Norman Fairclough, penelitian ini mengeksplorasi bagaimana teks, praktik diskursif, dan praktik sosial berperan dalam membentuk persepsi publik terhadap isu lingkungan. Data dikumpulkan dari unggahan akun @greenpeaceid selama periode tertentu. Hasil analisis menunjukkan bahwa teks-teks kampanye memuat narasi persuasif yang dibangun melalui diksi emotif, visual simbolik, dan pemilihan hashtag yang berorientasi pada aktivisme. Penelitian ini mengungkap bahwa media sosial, khususnya Instagram, tidak hanya menjadi saluran komunikasi, tetapi juga arena ideologis yang memengaruhi cara pandang audiens terhadap isu lingkungan.

Kata Kunci: Komunikasi Media, Kampanye Lingkungan, Instagram, Analisis Wacana Kritis, Greenpeace, Aktivisme Digital, Ideologi Dalam Media.

ABSTRACT

This study aims to analyze the construction of meaning and ideology within media communication texts used in environmental campaigns disseminated through the Instagram account @greenpeaceid. Using a qualitative approach and Norman Fairclough's Critical Discourse Analysis (CDA), this research explores how textual features, discursive practices, and social contexts interact to shape public perception of environmental issues. Data were collected from selected Instagram posts by @greenpeaceid over a specific campaign period. The findings reveal that the texts employ persuasive narratives through emotive diction, symbolic imagery, and activism-oriented hashtags. These strategies are used not only to inform but also to mobilize the audience into environmental action. The study concludes that Instagram functions not merely as a communication channel but as an ideological arena where discourse is constructed, contested, and negotiated. The integration of linguistic and visual semiotics within these texts underscores the significant role of social media in shaping contemporary environmental movements.

Keywords: Media Communication, Environmental Campaign, Instagram, Critical Discourse Analysis, Greenpeace, Digital Activism, Ideology In Media.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah lanskap media massa, dengan media sosial menjadi platform dominan dalam penyebaran informasi dan kampanye sosial. Instagram, sebagai salah satu platform media sosial berbasis visual, menawarkan ruang bagi organisasi non-pemerintah seperti Greenpeace Indonesia untuk menyampaikan pesan-pesan lingkungan kepada publik secara luas dan interaktif. Dalam konteks ini, teks media komunikasi yang dipublikasikan melalui Instagram tidak hanya berfungsi sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai alat untuk membentuk opini publik dan memobilisasi dukungan terhadap isu lingkungan. Namun, bagaimana teks-teks tersebut dikonstruksi dan bagaimana ideologi di baliknya memengaruhi persepsi publik masih menjadi pertanyaan yang perlu dijawab melalui penelitian yang mendalam.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode Analisis Wacana Kritis (AWK) model Norman Fairclough, yang terdiri dari tiga dimensi analisis: teks, praktik diskursif, dan praktik sosial.(Hofkirchner et al., 2015) Data dikumpulkan dari unggahan akun Instagram @greenpeaceid selama periode tertentu, yang dipilih berdasarkan relevansi dan intensitas kampanye lingkungan yang dilakukan. Analisis teks dilakukan untuk mengidentifikasi struktur linguistik, pilihan diksi, dan penggunaan visual dalam menyampaikan pesan. Analisis praktik diskursif mengeksplorasi bagaimana teks-teks tersebut diproduksi dan dikonsumsi dalam konteks media sosial. Sementara itu, analisis praktik sosial bertujuan untuk memahami konteks sosial, budaya, dan politik yang melatarbelakangi produksi dan penyebaran teks-teks tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa teks media komunikasi yang dipublikasikan oleh akun Instagram @greenpeaceid dibangun secara strategis untuk menciptakan kesadaran lingkungan, menginspirasi aksi kolektif, dan memperkuat identitas gerakan lingkungan. Melalui pendekatan Analisis Wacana Kritis (AWK) Fairclough, temuan dibagi ke dalam tiga level utama: teks (linguistik dan visual), praktik diskursif (produksi dan konsumsi pesan), dan praktik sosial (struktur kekuasaan dan ideologi yang menyertainya). (Wahyuni et al., 2023).

1. Analisis Teks: Strategi Linguistik dan Visual

Secara linguistik, @greenpeaceid menggunakan gaya bahasa yang cenderung persuasif dan emotif. Pilihan kata seperti "genting", "darurat", "krisis", dan "ancaman" sering kali dimunculkan dalam teks untuk menciptakan sense of urgency (rasa mendesak) yang kuat. Penggunaan metafora seperti "paru-paru dunia terbakar" atau "suara hutan yang bisu" menjadi ciri khas dalam membangun representasi dramatis atas kerusakan lingkungan. Hal ini sejalan dengan temuan (Yasmin & Mayangsari, 2021) bahwa kampanye lingkungan di media sosial menggunakan diksi- diksi simbolik dan narasi emosional untuk menciptakan keterlibatan psikologis.

Dari sisi visual, @greenpeaceid memanfaatkan kekuatan gambar secara maksimal. Banyak unggahan menampilkan citra-foto yang sangat simbolik: hewan yang terperangkap sampah plastik, lanskap hutan gundul, atau aktivis yang sedang melakukan aksi damai. Gambar-gambar ini tidak hanya berfungsi sebagai ilustrasi tetapi juga menjadi bagian penting dari retorika visual yang menggugah empati audiens.(Anisa Putri, 2024) Visual semacam ini memiliki efek perlokusi yang kuat, yaitu mendorong audiens untuk mengambil tindakan, seperti menandatangani petisi, mengikuti kampanye, atau menyumbang dana.

2. Analisis Praktik Diskursif: Produksi dan Konsumsi Pesan

Unggahan-unggahan tersebut tidak diproduksi secara sembarangan, melainkan mengikuti strategi komunikasi digital yang terencana. Tim konten Greenpeace Indonesia menyusun kampanye dalam rangkaian unggahan tematik yang konsisten, misalnya kampanye

"#IklimDarurat" selama Pekan Iklim Dunia atau "#SelamatkanHutan" menjelang musim kebakaran hutan. Setiap unggahan biasanya terdiri atas kombinasi teks, infografis, dan caption yang bersifat edukatif sekaligus mobilisasi.

Dari sisi konsumsi pesan, keterlibatan pengikut @greenpeaceid terlihat dalam bentuk komentar, likes, dan repost. Analisis komentar menunjukkan bahwa audiens tidak hanya pasif menerima pesan, tetapi juga aktif berdiskusi, mengkritik kebijakan pemerintah, atau berbagi pengalaman pribadi. Dengan demikian, akun ini tidak hanya menyampaikan

informasi tetapi juga membangun komunitas diskursif yang merefleksikan keprihatinan kolektif terhadap isu lingkungan. Seperti disampaikan Ramadhan (Ramadhan et al., 2024) media sosial memberi ruang partisipatif yang dapat memperkuat efek kampanye sosial melalui dialog horizontal antar pengguna.

3. Analisis Praktik Sosial: Ideologi dan Relasi Kekuasaan

Dalam konteks sosial-politik, kampanye lingkungan yang dilakukan oleh Greenpeace tidak bisa dilepaskan dari dinamika kekuasaan di Indonesia. Banyak unggahan mereka secara implisit mengkritik kebijakan pemerintah terkait industri sawit, pertambangan, dan deforestasi. Misalnya, teks “pemerintah harus berhenti tunduk pada kepentingan oligarki sawit” memperlihatkan bagaimana Greenpeace menggunakan Instagram sebagai sarana perlawanan terhadap dominasi kekuasaan ekonomi.

Dengan demikian, teks-teks ini bukan sekadar kampanye, melainkan juga wacana perlawanan (resistance discourse) terhadap hegemoni pembangunan yang eksploitatif. Di sinilah Analisis Wacana Kritis menunjukkan relevansinya: bahwa bahasa adalah medium ideologis yang mencerminkan dan sekaligus membentuk struktur sosial. Seperti ditegaskan oleh Fairclough (Hofkirchner et al., 2015), setiap teks adalah bagian dari praktik sosial yang lebih luas dan membawa implikasi kekuasaan tertentu.

Selain itu, representasi identitas dalam teks juga memperlihatkan upaya pembentukan “kolektif moral” – yaitu sekelompok orang yang merasa bertanggung jawab terhadap alam dan makhluk hidup. Identitas ini dibangun melalui ajakan seperti “bersama kita bisa”, “gabung jadi bagian solusi”, dan “kamu bisa menyelamatkan bumi”. Kalimat-kalimat tersebut berfungsi untuk membangun rasa memiliki, solidaritas, dan tanggung jawab bersama.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa teks media komunikasi dalam kampanye sosial lingkungan di Instagram, khususnya oleh akun @greenpeaceid, dikonstruksi dengan strategi linguistik dan visual yang kuat untuk membentuk opini publik dan mendorong aksi kolektif. Melalui pendekatan Analisis Wacana Kritis, ditemukan bahwa teks-teks tersebut tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga mengandung ideologi yang berupaya mengubah persepsi dan perilaku masyarakat terhadap isu lingkungan. Dengan demikian, media sosial seperti Instagram berperan penting sebagai arena diskursif dalam perjuangan lingkungan di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Anisa Putri, S. (2024). LAPORAN PENELITIAN Isu Lingkungan dalam Media Sosial Instagram Organisasi Non-Profit..
- Hofkirchner, W., Koukou, A., & Sarikakis, K. (2015). The role of Social Movements in the governance of ICT Commons in Times of Crisis.
- Ramadhan, C. W., Pratidina, G., & Hasbiyah, D. (2024). ANALISIS TERPAAN KAMPANYE MEDIA SOSIAL INSTAGRAM GREENPEACE INDONESIA TERHADAP PERILAKU MAHASISWA FISIPKOM (Vol. 3).
- Wahyuni, I., Nurkhasanah, B., & Ilmu Budaya, F. (2023). INCLUSION STRATEGIES ON @GREENPEACEID INSTAGRAM POSTS: A CRITICAL DISCOURSE ANALYSIS Strategi
- Inklusi pada Unggahan Instagram @greenpeaceid: Sebuah Analisis Wacana Kritis.
- Yasmin, N., & Mayangsari, I. D. (2021). Analisis Terhadap Penanganan Krisis Iklim Pada Akun Instargam @greenpeaceid (Studi Analisis Wacana Postingan Greenpeace Indonesia) Analysis of Climate Crisis Handling on Instagram Account @greenpeaceid (Critical Discourse Analysis of Greenpeace Indonesia Posts).