

KONTEN EDUKATIF KOMUNIKASI LINGKUNGAN PADA MASYARAKAT BANTARAN SUNGAI CILIWUNG MELALUI INSTAGRAM @KOMUNITASCILIWUNGDEPOK

Edy Prihantoro¹, Noviawan Rasyid Ohorella², Rizky Wulan Ramadhani³, Muthi Ali Gufron⁴

^{1,2,3,4} Doktoral Ilmu Komunikasi, Universitas Gunadarma, Depok, Indonesia

E-mail korespondensi: noviawanrasyid@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui konten edukatif terkait komunikasi lingkungan yang dilakukan kepada masyarakat yang berada di bantaran sungai ciliwung melalui Instagram @komunitasciliwungdepok. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dalam paradigma konstruktivis. Metode pengumpulan data yakni observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik pemeriksaan keabsahan data pada penelitian ini menggunakan triangulasi sumber. Teori yang digunakan adalah Teori Difusi Inovasi dengan empat elemen yang dikembangkan, yakni inovasi, saluran komunikasi, sistem sosial, dan jangka waktu. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa komunikasi lingkungan yang diterapkan melalui akun instagram @komunitasciliwungdepok dengan konten edukasi lingkungan di dalamnya berjalan baik dan terencana. Komunitas Ciliwung Depok menerapkan strategi komunikasi lingkungan yang digunakan melalui tahap penilaian, tahap perencanaan, tahap produksi, serta tahap aksi dan refleksi pada akun instagramnya. Adapun kategori adopter yang ditemukan yakni pengadopsi pertama, mayoritas pengadopsi awal, dan mayoritas pengadopsi akhir. Sedangkan target sasaran Komunitas Ciliwung Depok adalah masyarakat yang berada disekitar bantaran Sungai Ciliwung di Kota Depok, Jawa Barat.

Keywords: Instagram, Konten Edukatif, Komunikasi Lingkungan, Masyarakat, Sungai Ciliwung.

PENDAHULUAN

Penyebarluasan informasi dengan cepat dan efektif bukanlah menjadi hal yang mustahil untuk dilakukan. Perkembangan teknologi menghadirkan media sosial di tengah kehidupan masyarakat luas. Media sosial dapat digunakan untuk tujuan penyebarluasan atau penyampaian informasi dari tujuan hiburan pribadi hingga memberikan manfaat bagi orang lain. Salah satunya adalah penyebaran informasi mengenai lingkungan yang biasa disebut komunikasi lingkungan (Bakti, 2024).

Komunikasi lingkungan adalah sebuah proses komunikasi dengan menyampaikan pesan yang menarik kepada individu maupun kelompok agar berpartisipasi pada suatu aktivitas yang mengarah pada kelestarian atau keberlanjutan lingkungan (Fadli, 2023). Terdapat dua fungsi utama dari komunikasi lingkungan itu sendiri, yaitu fungsi sebagai strategi meningkatkan kesadaran masyarakat untuk peduli terhadap lingkungan dengan mengajarkan, mengajak, dan mendorong masyarakat dan berbagai pihak terkait untuk berperan serta dalam mengatasi permasalahan atau keberlanjutan lingkungan. Kemudian fungsi sebagai teknik yang berperan serta dengan mengumpulkan, mempublikasikan, dan menyebarkan informasi terkait isu-isu

lingkungan. Tujuannya untuk memberikan informasi kepada masyarakat luas dalam bentuk publikasi, liputan media, atau melalui tulisan di media sosial.

Salah satu bentuk komunikasi lingkungan yang bisa memberikan dampak signifikan dalam menanggulangi permasalahan lingkungan di era globalisasi saat ini adalah melalui akun media sosial. Media sosial tidak hanya menjadi platform untuk berinteraksi secara sosial, tetapi juga menjadi saluran efektif untuk menyampaikan informasi, termasuk isu-isu lingkungan. Fenomena ini menggambarkan perubahan perilaku komunikasi manusia dalam menyebarkan pesan-pesan lingkungan kepada khalayak luas (Alif, 2024).

Pengguna media sosial secara aktif menyampaikan pandangan, pengetahuan, dan sikap mereka terkait isu-isu lingkungan melalui berbagai platform khususnya akun Instagram. Pemberitaan lingkungan serta peristiwa-peristiwa alam yang mendapat sorotan publik, semuanya dapat dengan cepat tersebar melalui jejaring sosial (Maulana, 2023). Pertumbuhan pesat penggunaan media sosial dalam beberapa tahun terakhir telah membawa perubahan signifikan dalam cara manusia berkomunikasi. Media sosial bukan hanya menjadi tempat untuk berinteraksi sosial, tetapi juga menjadi saluran penting untuk menyampaikan informasi terkini, termasuk isu-isu lingkungan. Dalam konteks ini, peran media sosial dalam menyebarkan pesan-pesan terkait lingkungan semakin penting sebagai sarana untuk menciptakan kesadaran, memobilisasi dukungan, dan merangsang tindakan positif terhadap masalah-masalah lingkungan.

Seiring dengan meningkatnya kekhawatiran global terhadap perubahan iklim, degradasi lingkungan, dan kerusakan ekosistem, komunikasi melalui media sosial menjadi lebih signifikan dalam membentuk persepsi masyarakat terhadap isu-isu terkait. Akun media sosial, baik milik individu, organisasi lingkungan, maupun lembaga pemerintah menjadi saluran utama untuk menyebarkan informasi dan berdiskusi tentang solusi-solusi yang dapat diimplementasikan. Perubahan iklim merupakan permasalahan yang harus ditangani karena berkaitan langsung dengan kehidupan di bumi (Tan, 2019).

Sungai menjadi salah satu tempat yang memberikan daya tarik suatu komunitas dalam memberdayakan lingkungannya. Pencemaran air sungai yang terutama disebabkan oleh sampah baik dari sampah rumah tangga maupun pabrik, merupakan salah satu peristiwa yang terjadi saat ini. Namun bagi manusia untuk menjaga kehidupan, air adalah elemen yang paling vital. Sungai merupakan salah satu sumber air yang sering dimanfaatkan masyarakat dan pemerintah untuk menampung air dan sebagian sumber kehidupan masyarakat di lingkungan sekitar bantaran sungai (Faisal, 2023). Pemerintah harus memprioritaskan pengelolaan sungai karena dapat membantu hal-hal seperti kebutuhan rumah tangga, pertanian, sanitasi lingkungan, industri, pariwisata, olahraga, pertahanan, perikanan, pembangkit listrik, dan transportasi. Bahkan, terkadang kelebihan sungai ini juga menjadi sumber pencemaran utamanya. Tentunya pencemaran sungai juga disebabkan oleh hal-hal lain yang berada di lingkungan tersebut.

Permasalahan lingkungan di sekitar Sungai Ciliwung dalam pengelolaan yang belum berkontribusi dengan baik, maka hal tersebut juga mendasari suatu kelompok masyarakat membentuk komunitas. Penelitian ini mengangkat hasil mengenai komunikasi lingkungan yang dilakukan oleh Komunitas Ciliwung Depok melalui akun instagram *@komunitasciliwungdepok* dalam mengedukasi pengelolaan lingkungan pada masyarakat di bantaran sungai Ciliwung yang masih tercemar akibat ulah masyarakat itu sendiri. Maka dari itu terbentuklah suatu komunitas di Kawasan Grand Depok City dimana komunitas ini sadar akan kepeduliannya terhadap lingkungan dan juga masyarakat.

Potensi besar untuk menyebarkan informasi positif tentang pengelolaan lingkungan di sekitar sungai Ciliwung, mengalami tantangan dalam komunikasi lingkungan melalui media sosial.

Kurangnya partisipasi aktif dalam kampanye lingkungan dan kurangnya kesadaran masyarakat juga dapat menjadi hambatan yang perlu diatasi. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mendalami pemahaman tentang bagaimana komunikasi lingkungan yang dilakukan oleh Komunitas Ciliwung Depok melalui akun instagramnya dapat efektif merangsang kesadaran dan aksi positif terkait isu-isu lingkungan.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti komunikasi lingkungan melalui akun instagram *@komunitasciliwungdepok*. Penelitian tersebut diharapkan dapat memberikan wawasan bagi pengembangan strategi komunikasi lingkungan yang lebih efektif dalam menyuarakan isu-isu lingkungan. Dengan demikian, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan sumbangan pemahaman yang signifikan terhadap peran media sosial dalam menggalang dukungan dan aksi nyata untuk pelestarian lingkungan. Sebagaimana juga dilakukan oleh para peneliti terdahulu mengenai komunikasi lingkungan serta kelompok-kelompok masyarakat dalam menjaga kepedulian mereka terhadap lingkungan sekitar.

TINJAUAN PUSTAKA

Komunikasi Lingkungan

Komunikasi lingkungan berkembang secara pesat dan dinamis mengingat isu-isu lingkungan saat ini sangat beragam di berbagai wilayah. Saat ini setiap masyarakat menghadapi kompleksitas permasalahannya sendiri sehingga menarik para ahli untuk mengkaji lebih dalam berbagai aspek lingkungan yang dilihat dari aspek komunikasi. Menurut Oepen, Komunikasi lingkungan adalah rencana dan strategi melalui proses komunikasi serta produk media untuk mendukung efektifitas pembuatan kebijakan, partisipasi publik, dan implementasinya pada lingkungan (Febi, 2023).

Komunikasi lingkungan adalah sarana pragmatis dan konstitutif untuk memberikan pemahaman mengenai lingkungan kepada masyarakat. Mencontohkan mengenai hubungan manusia dengan alam dimana sebuah media simbolik yang digunakan untuk menciptakan masalah lingkungan dan negosiasi perbedaan respons terhadap permasalahan lingkungan yang terjadi. Lingkungan juga berkaitan dengan manusia dan alam sekitarnya termasuk tumbuhan dan hewan yang dalam siklus kehidupan saling berhubungan satu sama lain (Lampe, 2024).

Area studi dari komunikasi lingkungan mencakup antara lain:

1. Retorika dan wacana lingkungan: area paling luas dalam studi komunikasi lingkungan yang mencakup dari aktivis lingkungan, tulisan mengenai lingkungan, kampanye, kehumasan bisnis serta media dan website.
2. Media dan jurnalisme lingkungan: area studi yang berfokus pada bagaimana pemberitaan, iklan, program komersial dan situs internet menggambarkan masalah alam dan lingkungan. Area studi ini juga mencakup dampak dari media terhadap perilaku masyarakat hingga *agenda setting* dan *framing* media.
3. Partisipasi publik dalam pengambilan keputusan mengenai isu lingkungan.
4. Edukasi publik maupun kampanye advokasi atau disebut juga *social marketing* merupakan area studi yang mencakup kampanye-kampanye yang bertujuan untuk merubah perilaku masyarakat untuk mencapai suatu tujuan sosial atau lingkungan yang diinginkan.
5. Kolaborasi lingkungan dan resolusi konflik: merupakan area studi yang mengkaji model alternatif dalam mengatasi ketidakpuasan terhadap partisipasi publik dan metode resolusi konflik. Aspek penting dalam area studi ini adalah kolaborasi dengan cara mengundang para pemangku kepentingan untuk terlibat dalam diskusi pemecahan masalah dan bukan dalam bentuk advokasi maupun debat.

6. Komunikasi resiko: area studi yang secara tradisional mengevaluasi keefektifan strategi komunikasi dalam menyampaikan informasi teknis mengenai kesehatan hingga pendekatan yang lebih modern, yaitu melihat dampak dari pemahaman masyarakat terhadap penilaian publik dalam menerima risiko.
7. Representasi isu lingkungan dalam budaya populer dan *green marketing*: merupakan area studi yang mengkaji penggunaan gambar, musik, program televisi, fotografi, dan iklan komersial dalam mempengaruhi perilaku masyarakat terhadap lingkungan.

Instagram

Penggunaan media sosial instagram dinilai sangat baik untuk mendapatkan perhatian masyarakat secara cepat dalam menyampaikan pesan-pesan yang bersifat persuasive. Pesan persuasive ini bisa dilakukan dengan cara memanfaatkan fitur-fitur instagram yang telah tersedia, yakni dengan menyuarakan aspirasi kedalam sebuah konten video atau berupa foto. Penggunaan instagram sebagai medium utama dalam penyampaian informasi terkait permasalahan lingkungan. Instagram dijadikan objek penelitian karena pengguna media sosial ini lebih banyak daripada media sosial lainnya. Dengan memanfaatkan fitur-fitur yang ada di instagram, juga dapat memberikan pemahaman yang baik dan mudah untuk dicerna oleh masyarakat agar dapat membantu mengatasi permasalahan terkait isu-isu lingkungan (Rahmawati, 2024).

Berikut ini merupakan beberapa fungsi dari instagram:

1. Berbagi Foto dan Video

Salah satu fungsi utama instagram adalah memberikan kesempatan bagi pengguna untuk berbagi foto dan video dengan mudah. Pengguna dapat mengabadikan momen berharga dalam hidup mereka dan membagikannya dengan pengikut mereka.

2. Menyampaikan Pesan Melalui Stories

Fitur stories memungkinkan pengguna untuk mengunggah foto dan video singkat yang akan hilang setelah 24 jam. Hal ini memungkinkan para pengguna untuk berbagi momen sehari-hari secara instan dan spontan. Stories juga menciptakan keterlibatan yang lebih besar karena pengguna dapat mengomentari atau memberi reaksi dalam bentuk stiker atau pesa langsung pada setiap cerita.

3. Meningkatkan Engagement dengan Pengguna

Salah satu kunci kesuksesan dalam menyampaikan pesan di instagram adalah meningkatkan tingkat engagement dengan pengguna. Dengan memberikan konten yang relevan, interaktif, dan menghibur, pengguna dapat merangsang respons dari pengikutnya. Tingkat engagement yang tinggi juga dapat membantu memperluas jangkauan konten yang baik.

4. Menemukan Konten dan Tren Terkini

Instagram menjadi tempat yang tepat untuk menemukan konten dan tren terkini. Melalui eksplorasi fitur "*explore*" dan menggunakan *hashtag*, pengguna dapat menemukan beragam konten menarik yang relevan dengan minatnya.

5. Memperluas Jaringan dan Kolaborasi

Dalam dunia yang masih terhubung, instagram menjadi alat yang efektif untuk memperluas jaringan sosial dan mencari peluang kolaborasi. Akun dengan minat serupa dapat saling berinteraksi, berbagi ide, dan bahkan bekerja sama dalam berbagai proyek.

Komunitas

Komunitas merupakan suatu kelompok masyarakat yang sangat penting keberadaannya guna mencapai tujuan dan didasari oleh ketertarikan yang sama. Komunitas merupakan sumber keberagaman masyarakat dan di dalamnya terikat menjadi satu kesatuan yang utuh (Juditha,

2019). Ada juga yang menyebutkan bahwa arti komunitas adalah suatu kelompok di dalam masyarakat dimana para anggotanya memiliki kesamaan kriteria sosial sebagai ciri khas. Misalnya kesamaan minat, kesamaan profesi, kesamaan agama, kesamaan ras, kesamaan suku, dan kesamaan budaya.

Komunitas adalah Suatu masyarakat yang dihasilkan oleh relasi emosional antarpersonal timbal balik dan mutual demi pertukaran kebutuhan bersama. Komunitas merupakan suatu identifikasi dan interaksi sosial yang dibentuk dengan berbagai dimensi kebutuhan fungsional. Keberadaan suatu kelompok masyarakat dicerminkan oleh adanya fungsi-fungsi yang akan dilaksanakan oleh suatu kelompok tersebut. Semua fungsi ini dimanfaatkan untuk pembuatan kepentingan masyarakat, kelompok, dan para anggota kelompok itu sendiri (Prihantoro, 2024).

Edukasi Pengelolaan Lingkungan

Banyak cara yang bisa dilakukan untuk menjaga kelestarian lingkungan. Salah satunya dengan cara memberikan edukasi pengelolaan lingkungan kepada masyarakat (Indah, 2017). Edukasi pengelolaan lingkungan adalah strategi atau konsep yang dapat dipahami oleh masyarakat secara pribadi untuk melindungi lingkungan, melakukan pencegahan, meningkatkan kualitas lingkungan dan berhati-hati terhadap ancaman terhadap kesehatan manusia dan lingkungan.

Edukasi pengelolaan lingkungan merupakan upaya sistematis untuk mencegah terjadinya kerusakan lingkungan dan proses penyadaran melalui perencanaan, pengendalian serta penegakan hukum. Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, maka lingkungan akan menjadi dinamis dan harmonis apabila penerapan edukasi pengelolaan lingkungan tersebut berjalan baik. Dengan fungsi lingkungan tersebut diharapkan edukasi pengelolaan lingkungan juga dapat berjalan dengan sebaik-baiknya dan dilaksanakan dengan cara selaras dan seimbang. Tujuan dari edukasi pengelolaan lingkungan adalah terwujudnya peningkatan pengetahuan, kesadaran dan peran serta masyarakat dalam pengelolaan lingkungan serta menerapkan peraturan perundang-undangan.

Teori Difusi Inovasi

Teori Difusi Inovasi terdiri dari 2 padanan kata yaitu difusi dan inovasi. Teori ini dikembangkan oleh Everett M Rogers pada tahun 1964 dengan buku yang berjudul *"Diffusion of Innovations"*. Teori difusi inovasi adalah teori yang menjelaskan bagaimana suatu inovasi dikomunikasikan melalui saluran tertentu sepanjang waktu. Ini sejalan dengan pemikiran Rogers yang menjelaskan bahwa difusi merupakan proses ketika sebuah inovasi dikomunikasikan melalui beberapa saluran dengan jangka waktu tertentu dalam sebuah sistem sosial. Teori Difusi Inovasi dari Everett M Rogers (2003), ini membahas mengenai bagaimana seiring berkembangnya zaman, muncul beragam inovasi di berbagai bidang, dan kehadiran inovasi tersebut memerlukan difusi agar bisa diterima oleh masyarakat luas.

Suriani (2018), juga menjelaskan bahwa dalam upaya perubahan seseorang untuk mengadopsi suatu perilaku yang baru, perlu dilalui berbagai tahapan-tahapan pada seseorang tersebut, antara lain:

1. Tahap Awareness (Kesadaran), yaitu tahap seseorang tahu dan sadar ada terdapat suatu inovasi sehingga muncul adanya suatu kesadaran terhadap hal tersebut.
2. Tahap Interest (Keinginan), yaitu tahap seseorang mempertimbangkan atau sedang membentuk sikap terhadap inovasi yang telah diketahuinya tersebut sehingga ia mulai tertarik pada hal tersebut.

3. Tahap Evaluation (Evaluasi), yaitu tahap seseorang membuat putusan apakah ia menolak atau menerima inovasi yang ditawarkan sehingga saat itu ia mulai mengevaluasi.
4. Tahap Trial (Mencoba), yaitu tahap seseorang melaksanakan keputusan yang telah dibuatnya sehingga ia mulai mencoba suatu perilaku yang baru.
5. Tahap adoption (adopsi), yaitu tahap seseorang memastikan atau mengkonfirmasi keputusan yang diambilnya sehingga mereka mulai mengadopsi perilaku baru tersebut.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Fokus dari penelitian kualitatif adalah pada alur proses dan pemaknaan hasilnya. Menurut Sugiyono (2013), pendekatan kualitatif bercirikan realitas subjektif, fenomenologik, induktif, inner behavior, dan holistik. Dalam penelitian kualitatif, pemahaman didalamnya lebih tertuju pada elemen manusia, objek, dan institusi, serta hubungan atau interaksi diantara elemen-elemen tersebut, dalam upaya memahami suatu peristiwa, perilaku, atau fenomena. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme, dengan metode pengumpulan data observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah model interaktif dari Miles dan Huberman. Adapun teknik keabsahan data dengan menggunakan triangulasi sumber (Bungin, 2012).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Kegiatan masyarakat yang tidak bertanggung jawab di sekitar bantaran Sungai Ciliwung telah mendorong terbentuknya Komunitas Ciliwung Depok. Komunitas ini menyediakan ruang bagi para relawan yang peduli terhadap lingkungan, terutama di sepanjang Sungai Ciliwung yang melintasi Kota Depok. Relawannya berasal dari beragam latar belakang, termasuk dosen, mahasiswa, pengusaha, karyawan, pelajar, dan masyarakat yang tinggal di tepi sungai.

Komunitas Ciliwung Depok merupakan salah satu komunitas yang termasuk dalam wilayah segmen tengah Sungai Ciliwung. Komunitas ini sendiri didirikan pada tanggal 5 juni tahun 2011 di Kota Depok. Latar belakang pendiriannya berawal dari advokasi terhadap pelanggaran di sempadan Sungai Ciliwung yang dahulu ditanami pohon bambu untuk kemudian dialihfungsikan menjadi perumahan.

Komunitas Ciliwung Depok dibentuk dengan tujuan menjadi kumpulan relawan penggiat lingkungan yang berfokus pada menjaga keberlanjutan fungsi Sungai Ciliwung dan Daerah Aliran Sungai (DAS). Komunitas ini bergerak secara mandiri, memantau, dan melindungi ekosistem alami sebagai bagian dari rantai kehidupan sepanjang Sungai Ciliwung dan Daerah Aliran Sungai (DAS). Para relawan Komunitas Ciliwung Depok berpartisipasi baik secara individu maupun berkelompok dalam upaya mewujudkan visi dan misi Sungai Ciliwung yang bebas dari sampah dan limbah. Komunitas ini juga mempertahankan area tepi sungai dan melindungi keanekaragaman hayati untuk kepentingan masyarakat dan lingkungan.

Tujuan yang hendak ingin dicapai inilah yang merupakan alasan dalam melatarbelakangi terbentuknya Komunitas Ciliwung Depok. Hal tersebut dapat dilihat dari beberapa anggota yang beriringan memberikan visi dan misi dengan kepentingan bersama. Terlebih keadaan Sungai Ciliwung yang membuat masyarakat resah, disinilah peran komunitas dan masyarakat saling membantu agar terus menjaga lingkungannya. Komunitas Ciliwung Depok sebagai pendorong masyarakat juga sebagai wadah tempat edukasi dan konservasi dalam melestarikan lingkungan sekitar.



Gambar 1. Logo Komunitas Ciliwung Depok

Untuk mewujudkan visi dan misi yang telah dibuat oleh pengurus Komunitas Ciliwung Depok, maka komunitas tersebut melakukan berbagai strategi, antara lain:

1. Melakukan advokasi

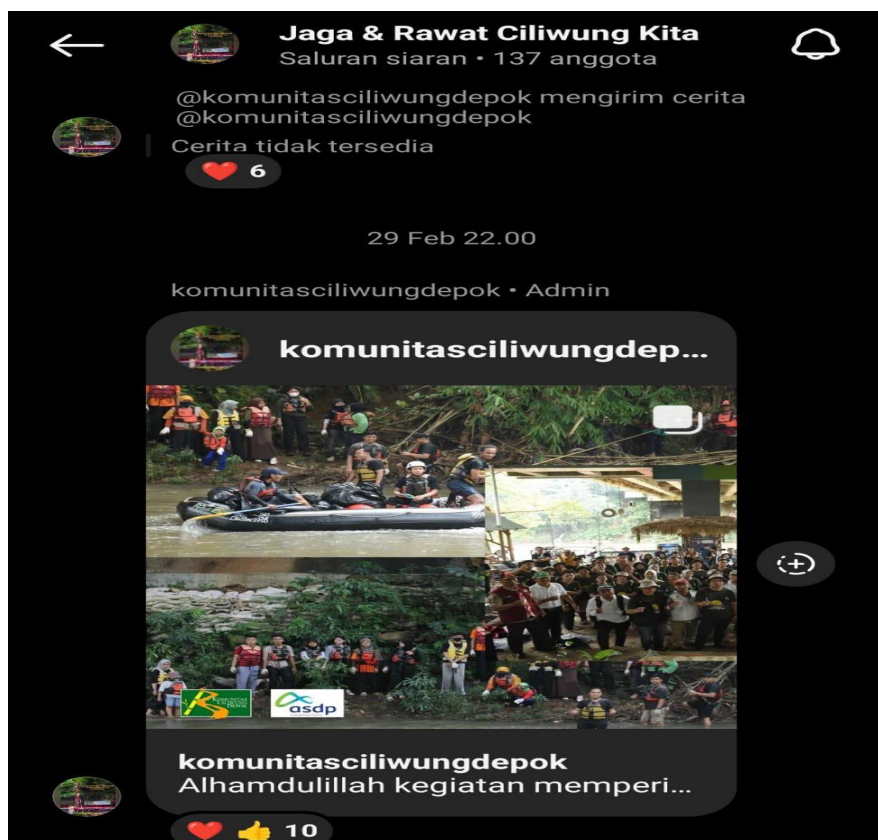
Advokasi merupakan salah satu kegiatan yang bertujuan untuk menjaga kelestarian kawasan sungai Ciliwung yang mengalir melalui Kota Depok. Komunitas Ciliwung Depok berkomitmen untuk melindungi dan melestarikan sungai Ciliwung melalui berbagai upaya advokasi. Komunitas ini secara aktif mendorong pemerintah dan masyarakat untuk Bersama-sama menjaga kebersihan sungai. Selain itu, Komunitas Ciliwung Depok juga bekerja sama dengan pemangku kepentingan lainnya untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya menjaga sungai Ciliwung sebagai sumber kehidupan dan warisan alam yang tak ternilai. Adapun yang diwujudkan oleh Komunitas Ciliwung Depok dalam melakukan kegiatan advokasi dengan melakukan beberapa kegiatan sebagai berikut:

- a. Mengajak masyarakat untuk tidak membuang sampah ke sungai Ciliwung.
- b. Merawat sungai Ciliwung sebagai kawasan pendidikan dan taman edukasi lingkungan.
- c. Menjadikan sungai Ciliwung sebagai kawasan konservasi sungai.
- d. Mensosialisasikan arti penting sejarah sungai Ciliwung.
- e. Menjadikan sungai Ciliwung sebagai perpustakaan alam untuk menunjang pengetahuan tentang keanekaragaman hayati sungai Ciliwung.

2. Melakukan edukasi pengelolaan lingkungan

Edukasi pengelolaan lingkungan menjadi salah satu strategi utama yang mendominasi program kegiatan dari Komunitas Ciliwung Depok. Komunitas ini sangat aktif dalam menyelenggarakan kegiatan yang bersifat lingkungan, terutama terkait konservasi alam yang melibatkan berbagai kelompok masyarakat, termasuk pelajar dan mahasiswa. Kegiatan edukasi pengelolaan yang dilakukan oleh Komunitas Ciliwung Depok ini menggunakan pendekatan interaksi langsung dengan alam, seperti:

- a. Ecobreak, yaitu pemanfaatan limbah sampah menjadi nilai seni yang dimanfaatkan secara langsung.
 - b. Biotilik, yaitu salah satu kegiatan pengenalan biota air yang ada di sungai Ciliwung dengan tujuan untuk memberikan pengenalan ekosistem air sungai Ciliwung dan menjaga ekosistem sungai agar tetap terjaga dari kerusakan.
 - c. Interpretasi sungai Ciliwung, yaitu salah satu kegiatan yang mengenalkan keragaman hayati sungai Ciliwung.
 - d. Kemah konservasi, yaitu salah satu bentuk kegiatan perkemahan yang muatan materinya fokus terhadap keanekaragaman hayati sungai Ciliwung dan nilai-nilai kearifan lokal masyarakat sekitar Ciliwung.
 - e. Kelas konservasi, yaitu suatu kegiatan yang dilaksanakan dengan metode teori dan praktek secara langsung tentang pengetahuan dan potensi sumberdaya alam sungai Ciliwung kepada masyarakat dan kegiatan pembelajaran ke lingkungan sekolah sejak dini mengenai edukasi lingkungan sungai Ciliwung yang melibatkan pelajar usia dini hingga mahasiswa.
3. Melakukan konservasi lingkungan
- Kegiatan konservasi lingkungan merupakan salah satu kegiatan utama yang dilaksanakan oleh banyak komunitas yang ada di Sungai Ciliwung khususnya Komunitas Ciliwung Depok. Kegiatan tersebut merupakan salah satu upaya menjaga dan melestarikan Sungai Ciliwung yang ada di wilayah Depok, Jawa Barat. Kegiatan konservasi Sungai Ciliwung ini dilakukan secara berkesinambungan melalui berbagai program yang disesuaikan dengan kelompok usia dan tingkat sosial masyarakat. Adapun beberapa kegiatan konservasi yang dilaksanakan antara lain:
- a. *Recovery* (pemulihan), yaitu perawatan area yang rawan longsor dan lahan terbuka melalui penanaman pohon dan perawatan tepi sungai yang rentan terhadap sedimentasi akibat abrasi.
 - b. Kampanye lingkungan yang rutin dilakukan, baik dalam rangka memperingati hari-hari lingkungan maupun diluar hari-hari tersebut.
 - c. Monitoring dan pendataan keragaman fauna di sekitar sungai.
 - d. Pendataan keragaman flora di sekitar Sungai Ciliwung.
 - e. Budidaya vegetasi asli Sungai Ciliwung.
 - f. Penguatan kerja sama dengan lembaga lain terkait program konservasi.



Gambar 2. Saluran Siaran Edukatif Komunitas

Proses Komunikasi Lingkungan melalui Akun Instagram @komunitasciliwungdepok.

Komunikasi lingkungan sangat dibutuhkan oleh Komunitas Ciliwung Depok untuk meningkatkan kesadaran masyarakat antar individu dalam menjaga dan merawat lingkungan. Upaya tersebut dilakukan untuk membuat masyarakat lebih sadar dan paham dalam menjaga kebersihan dan kelestarian Sungai Ciliwung. Hal ini dijelaskan dalam keterangan wawancara yang disampaikan oleh informan E yang mengatakan:

"Menurut saya, peran komunikasi itu penting banget, lho. Dengan komunikasi yang baik, kita bisa nyampein informasi penting soal lingkungan Sungai Ciliwung ke masyarakat. Misalnya, kita bisa pake media sosial, buat poster, atau ngadain acara-acara seru yang bisa menarik perhatian orang. Jadi, intinya, komunikasi itu bikin orang lebih ngerti dan peduli sama lingkungan di sekitar mereka. Kalau mereka udah paham, pasti deh mereka jadi lebih sadar dan mau ikut menjaga kebersihan dan kelestarian Sungai Ciliwung di Depok ini." (Informan E, 15/05/2024)

Pentingnya Komunikasi lingkungan dalam upaya pelestarian Sungai Ciliwung juga menjadi perhatian penting dalam melalui komunikasi yang efektif. Komunitas Ciliwung Depok selalu memberikan arahan yang baik kepada masyarakat dalam meningkatkan kesadarannya akan pentingnya menjaga kelestarian sungai. Peran andil komunitas tersebut dapat memberikan dukungan yang kuat dalam langkah-langkah pelestarian yang diperlukan. Hal ini dijelaskan dalam keterangan wawancara yang disampaikan oleh informan K yang mengatakan:

"Menurut saya, komunikasi lingkungan sangat penting dalam upaya pelestarian Sungai Ciliwung karena melalui komunikasi yang efektif, kita dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya menjaga kelestarian sungai ini. Dengan berkomunikasi

secara aktif, kita dapat mengedukasi orang-orang tentang dampak negatif dari aktivitas manusia terhadap Sungai Ciliwung, serta merangsang partisipasi aktif dalam program konservasi dan perlindungan lingkungan. Komunikasi yang baik juga membantu dalam membangun dukungan publik yang kuat untuk langkah-langkah pelestarian yang diperlukan.” (Informan K, 15/05/2024)

Komunitas Ciliwung Depok sangat baik dalam memberikan pengetahuan dan informasi mengenai lingkungan kepada masyarakat. Kemajuan pesat dalam mengkomunikasikan pesan ini mendorong masyarakat untuk berpartisipasi dalam kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh komunitas tersebut. Dalam hal ini baik bagi masyarakat karena Komunitas Ciliwung Depok memfasilitasi modernisasi dan pembangunan terarah serta terstruktur menuju ke arah yang lebih baik. Hal ini disampaikan oleh informan Y yang mengatakan:

“Komunitas Ciliwung Depok biasanya suka posting info-info penting tentang lingkungan kayak cara ngolah sampah yang bener, tips buat ngurangin penggunaan plastik, sama edukasi soal pentingnya jaga kebersihan sungai. Mereka juga sering share kegiatan mereka kayak bersih-bersih sungai bareng relawan, terus ada juga lomba-lomba atau challenge yang ngajak followers buat ikutan aksi peduli lingkungan. Kontennya variatif banget, jadi nggak bosenin buat diikuti!” (Informan Y, 15/05/2024)

Dalam hal ini Komunitas Ciliwung Depok memberikan perubahan yang baik kepada masyarakat mengenai edukasi pengelolaan lingkungan yang diberikan melalui akun instagramnya. Persoalan terkait masalah-masalah lingkungan juga diterapkan melalui komunikasi yang dijalankan dengan sebaik-baiknya. Dampak yang dilakukan terhadap edukasi pengelolaan lingkungan juga menjadi suatu peningkatan yang bisa tersampaikan kepada masyarakat akan pentingnya menjaga lingkungan dari alam sekitar. Hal ini disampaikan kembali oleh informan Y yang mengatakan:

“Dampak yang terjadi setelah edukasi pengelolaan lingkungan dari Komunitas Ciliwung Depok diterapkan tuh bener-bener kelihatan, loh. Warga jadi lebih peduli sama kebersihan sungai, mulai rajin buang sampah pada tempatnya, dan banyak yang ikut kegiatan bersih-bersih rutin. Selain itu, tanaman di sekitar sungai juga jadi lebih terawat, terus air sungainya makin jernih deh. Intinya, lingkungan jadi lebih bersih dan asri, terus kesadaran warga soal pentingnya jaga alam juga meningkat.” (Informan Y, 15/05/2024).

KESIMPULAN

Komunitas Ciliwung Depok sudah cukup baik dalam memberikan perkembangan lingkungan yang positif untuk masyarakat. Proses komunikasi lingkungan melalui akun instagram *@komunitasciliwungdepok* telah menjadi daya tarik masyarakat untuk ikut serta dalam melaksanakan aktivitas di komunitas. Fungsi komunikasi lingkungan yang diterapkan adalah fungsi pragmatis, Dimana Komunitas Ciliwung Depok berperan dalam meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya menjaga kebersihan lingkungan melalui berbagai kegiatan edukasi lingkungan yang dilakukan. Sedangkan fungsi konstitutif, dimana Komunitas Ciliwung Depok berperan sebagai penggerak aksi sosial jika komunitas tersebut melihat kondisi alam sebagai ancaman yang terjadi di lingkungan sekitar.

Komunitas Ciliwung Depok menggunakan strategi komunikasi lingkungan untuk memberikan dampak yang positif dan terarah bagi masyarakat. Adapun strategi komunikasi lingkungan yang diterapkan meliputi tahap penilaian, tahap perencanaan, tahap produksi, serta tahap aksi dan refleksi. Komunitas ini memberikan sebuah inovasi yang dapat diterima oleh

seluruh pihak. Adapun kategori pengadopsi yang ditemukan dalam penelitian ini meliputi *Early Adopter* yaitu pihak pertama yang mencoba inovasi baru, *Early Majority* yaitu pihak yang berhati-hati dalam mengambil sebuah inovasi, dan *Late Majority* yaitu pihak yang mencoba menunggu setelah adanya inovasi yang berhasil dilakukan.

Adanya Komunitas Ciliwung Depok dapat memberikan inovasi baru dan gagasan baru terkait dengan Pembangunan masyarakat. Melalui akun instagramnya, komunikasi lingkungan yang diterapkan oleh Komunitas Ciliwung Depok untuk mengedukasi pengelolaan lingkungan kepada masyarakat bisa menjadi alat yang sangat efektif untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam upaya pelestarian lingkungan. Dengan strategi komunikasi yang tepat, akun instagram @komunitasciliwungdepok dapat menjadi platform yang kuat untuk menggerakkan dan mengedukasi masyarakat dalam usaha pelestarian lingkungan.

REFERENSI

- Alif, M & Sevilla, V. 2024. *Peran Konten di Media Sosial Tiktok terhadap Sikap Peduli Lingkungan*. Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora dan Seni Vol 8 No 3. <https://doi.org/10.24912/jmishumsen.v8i3.32251.2024>.
- Bakti, I. 2024. *Peran Media Sosial dalam Meningkatkan Kepedulian terhadap Isu Lingkungan*. Indonesian Research Journal on Education Vol 4 No 4. <https://doi.org/10.31004/irje.v4i4.1561>.
- Bungin, B. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Aktualisasi Metodologis ke Arah Ragam Varian Kontemporer (Cetakan kesembilan)*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Fadli, A & Sazali, H. 2023. *Peran Media Sosial Instagram @greenpeaceid sebagai Media Kampanye dalam Menjaga Lingkungan*. Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi & Informasi Vol 8 No 2. <https://orcid.org/0000-0001-9988-0826>.
- Faisal, M. Claudy, C. Zeitira, Z & Mani, L. 2023. *Strategi Komunikasi Lingkungan Pemerintah dalam Mengkampanyekan Pencemaran Sungai di Jakarta*. Jurnal Media Bina Ilmiah Vol 18 No 5. <https://doi.org/10.33758/mbi.v18i5.507>.
- Febi, T. Dwi, A & Saraswati, E. 2023. *Environmental Crisis and Legitimacy Struggle: A Discourse Network Analysis in the Prabumulih Oil Spill Case*. Jurnal Komunikasi Indonesia Vol 12 No 2. <https://doi.org/10.7454/jkmi.v12i2.1203>.
- Indah, H & Partini, P. 2017. *Literasi Sampah Berbasis Komunikasi Pembangunan di Kabupaten Bantul*. Jurnal Ilmu Komunikasi Vol 15 No 3. <https://doi.org/10.31315/jik.v15i3.2171>.
- Juditha, C. 2019. *Literasi Informasi Melawan Hoaks Bidang Kesehatan di Komunitas Online*. Jurnal Ilmu Komunikasi Vol 16 No 1. <https://doi.org/10.24002/jik.v16i1.1857>.
- Lampe, I. Yusuf, A. Kudratullah, K & Bayu, G. 2024. *Environmental Communication Strategy Against Deep-Sea Tailings Disposal In Morowali*. Jurnal Manajemen Komunikasi Vol 8 No 2. <https://doi.org/10.24198/jmk.v8i2.49527>.
- Maulana, M & Hafri, H. 2023. *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Walhi Bengkulu Sarana Kampanye Lingkungan*. J-Sikom Jurnal Sarjana Ilmu Komunikasi Vol 4 No 2. <https://doi.org/10.36085/jsikom.v4i2.5832>.

-
- Prihantoro, E. Rasyid, N. Adnan, M & Ferdinand, N. 2024. *Innovative Educational Broadcasting: UGTV's Influence on Gunadarma Students and the Wider Community*. Communicatus Jurnal Ilmu Komunikasi Vol 8 No 1. <https://doi.org/10.15575/cjik.v8i1.35701>.
- Rahmawati, A. Nurrachmi, S. Firda, B. Hanan, H & Satrio, G. 2024. *Green and Glam: Celebritisation of Environmental Activism on Instagram*. Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi Vol 10 No 2. <http://dx.doi.org/10.30813/bricolage.v10i2.5331>.
- Rogers, E. M. 2003. *Diffusion of Innovations* (5th ed.). Free Press.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Suriani, J. 2018. *Difusi Inovasi dan Sistem Adopsi Program Siasy (Studi Aplikasi Siasy pada Pelayanan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau)*. Komunikasiana Journal of Communication Studies Vol 1 No 1. <http://dx.doi.org/10.24014/kjcs.v1i1.6287>.
- Tan, A. Sarmiati, S & Elfitra, E. 2019. *Komunikasi Lingkungan sebagai Upaya Pencegahan Kerusakan Lingkungan Kawasan Wisata (Studi Deskriptif pada Pemerintah Kabupaten Pesisir Selatan di Kawasan Wisata Mandeh)*. Jurnal Komunikasi Vol 13 No 2. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v13i2.5300>.