



Hubungan Konten “Pilah & Olah” @demibumi.id dengan Perilaku Ramah Lingkungan Followers

Aldisha Putri Nurmawan*

Prodi Manajemen Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung Indonesia

ARTICLE INFO

Article history :

Received : 13/12/2022

Revised : 16/12/2022

Published : 23/12/2022



Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.

Volume : 2
No. : 2
Halaman : 155-162
Terbitan : **Desember 2022**

ABSTRAK

Sampah merupakan sisa yang dihasilkan dari aktivitas manusia dan dinilai sebagai salah satu permasalahan kompleks yang dihadapi oleh berbagai negara. Indonesia merupakan negara peringkat ke-2 penghasil sampah terbanyak di dunia. Banyaknya sampah yang dihasilkan tidak seimbang dengan baiknya pengelolaan sampah yang dilakukan. Konten «Pilah & Olah» sebagai sarana untuk menyampaikan pemahaman mengenai sampah dan pengelolaannya secara mandiri yang dimulai dari rumah. Maka dari itu tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara konten «Pilah & Olah» dengan perilaku ramah lingkungan followers dengan menggunakan metode kuantitatif dan pendekatan korelasional. Populasi dalam penelitian ini merupakan followers akun Instagram @demibumi.id, dengan menggunakan teknik sampling simple random sampling yang menghasilkan sampel sebanyak 100 orang diperoleh menggunakan rumus slovin. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif dan inferensial menggunakan IBM SPSS Statistic untuk Windows versi 25.

Kata Kunci : Konten, Instagram, Perilaku Ramah Lingkungan.

ABSTRACT

Garbage is the residue resulting from human activities and is considered as one of the complex problems faced by various countries. Indonesia is the 2nd largest waste producing country in the world. The amount of waste generated is not balanced with the good waste management that is carried out. The content «Sorting & Olah» is a means to convey understanding about waste and its independent management, starting from home. Therefore the purpose of this study is to find out whether there is a relationship between «Sorting & Olah» content and followers' environmentally friendly behavior using a quantitative method and a correlational approach. The population in this study were followers of the Instagram account @demibumi.id, using the simple random sampling technique which resulted in a sample of 100 people obtained using the slovin formula. The data analysis technique used is descriptive and inferential analysis using IBM SPSS Statistics for Windows version 25.

Keywords : Content, Instagram, Environmentally Friendly Behavior.

@ 2022 Jurnal Riset Manajemen Komunikasi Unisba Press. All rights reserved.

A. Pendahuluan

Sampah memiliki arti objek yang terbuang atau dibuang dari asal muasal sisa kegiatan manusia maupun alam yang belum mempunyai taraf ekonomis. Sampah merupakan dampak dari hasil kegiatan kehidupan manusia. Setiap aktivitas manusia tidak dapat dipungkiri pasti akan menghasilkan buangan yang disebut sampah.

Pada 2017, Sustainable Waste Indonesia (SWI) melakukan riset mengenai Analisis Arus Limbah Indonesia yang hasilnya menyatakan 24% sampah-sampah di Indonesia belum terkelola dengan baik. Kurang lebih 65 juta ton sampah yang dihasilkan setiap harinya, kisaran 15 juta ton menyebabkan rusaknya ekosistem akibat dibiarkan begitu saja. Sementara 7 persen diolah untuk daur ulang, sisanya 69% berujung pada Tempat Pembuangan Akhir (TPA).

Melihat riset serta melihat fenomena sistem penanganan sampah di Indonesia hingga saat ini pun memang belum terkelola dengan baik, seiring bertambahnya zaman pula hidup semakin minimalis dan praktis mendukung penghasilan sampah yang kian banyak. Apabila hal tersebut tidak ditangani dengan penanganan yang baik, maka akan kian banyak sampah yang terbuang secara illegal dan sembarangan tanpa dipilah dan diolah. Apalagi di masa pandemi Covid-19, mendukung segala kegiatan manusia dilakukan di rumah membuat masyarakat menciptakan lebih banyak sampah, khususnya sampah plastik maupun sampah medis seperti bekas masker sekali pakai.

Melihat fenomena yang terjadi, maka dibutuhkan yang namanya komunikasi untuk memberikan sosialisasi tentang bagaimana mengelola sampah secara mandiri agar dapat diterima oleh masyarakat. Di era new normal ini, komunikasi dapat dilakukan secara virtual didukung dengan perkembangan internet yang pesat. Salah satu medium komunikasi yang menggunakan internet yaitu media sosial. Menurut survei *we are social* pada bulan Januari 2021, Instagram berada di peringkat ketiga media sosial yang masih digandrungi di Indonesia, maka dengan begitu Instagram masih efektif dijadikan peluang besar dalam menyampaikan sesuatu dengan lebih mudah. Pemanfaatan Instagram sebagai media komunikasi dalam menyampaikan isu mengenai lingkungan dan gaya hidup nol sampah dimanfaatkan oleh salah satu gerakan sosial lingkungan yang dipelopori oleh dua orang ibu rumah tangga yaitu Jessica dan Juliana yang bernama Demi Bumi dengan memanfaatkan akun Instagram @demibumi.id.

Akun Instagram @demibumi.id bergabung di Instagram sejak 23 November 2018. Demi Bumi sangat aktif mengsosialisasikan mengenai gaya hidup nol sampah pada akun tersebut, dengan tujuan senantiasa mengedukasi, mengajak dan memberikan pemahaman mengenai betapa fundamentalnya memiliki pola pikir yang lebih cermat dalam penanganan sampah pada followers-nya. Salah satunya ialah konten “Pilah & Olah”. “Pilah & Olah” merupakan kegiatan sederhana dalam manajemen sampah yang dihasilkan oleh kegiatan sehari-hari.

Akun Instagram @demibumi.id membuat konten “Pilah & Olah” (stimulus) dengan pesan yang dikemas secara baik juga tampilan yang menarik dengan harapan dapat menggerakkan followers untuk berperilaku mengikuti gerakan gaya hidup nol sampah. Bukan hanya aspek kognitif dan aspek afektif saja, tetapi jauh lebih daripada itu harapan yang ingin dicapai termasuk ke dalam bentuk perilaku ramah lingkungan yang dapat dihasilkan oleh followers (respons). Asumsi dasar tersebut termasuk ke dalam stimulus respons dimana segala bentuk pesan yang dinyatakan dengan cara verbal maupun non verbal yang dapat menciptakan suatu respons (sikap maupun perilaku) sehingga relevan dengan teori komunikasi Stimulus Respons.

Dengan demikian berdasarkan uraian latar belakang tersebut, perumusan masalah dalam penelitian ini ialah “Apakah terdapat hubungan antara konten “Pilah & Olah” dengan perilaku ramah lingkungan followers?”. Adapun tujuan dalam penelitian ini sebagai berikut: (1) Untuk mengetahui hubungan antara aspek Courtesy pada konten “Pilah & Olah” dengan perilaku ramah lingkungan followers, (2) Untuk mengetahui hubungan antara aspek Concreteness pada konten “Pilah & Olah” dengan perilaku ramah lingkungan followers, (3) Untuk mengetahui hubungan antara aspek Completeness pada konten “Pilah & Olah” dengan perilaku ramah lingkungan followers, (4) Untuk mengetahui hubungan antara aspek Correctness pada konten “Pilah & Olah” dengan perilaku ramah lingkungan followers, (5) Untuk mengetahui hubungan antara aspek Conciseness pada konten “Pilah & Olah” dengan perilaku ramah lingkungan followers, (6) Untuk mengetahui hubungan antara aspek Clarity pada konten “Pilah & Olah” dengan perilaku ramah lingkungan followers, (7) Untuk mengetahui

hubungan antara aspek Consideration pada konten “Pilah & Olah” dengan perilaku ramah lingkungan followers.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan menggunakan metode analisis korelasional. Populasi yang dipilih pada penelitian ini merupakan followers akun Instagram @demibumi.id yang berjumlah 61.600 followers. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah Simple Random Sampling, sehingga diperoleh jumlah sampel penelitian sebanyak 99,84 yang dibulatkan menjadi 100 followers. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu data primer diantaranya kuesioner, dokumentasi dan observasi. Sedangkan data sekunder diperoleh dari studi pustaka. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis deskriptif dan teknik analisis inferensial.

C. Hasil dan Pembahasan

Hubungan Antara Konten “Pilah & Olah” (X) dengan Perilaku Ramah Lingkungan Followers (Y)

Di bawah ini merupakan hasil penelitian mengenai hubungan antara konten “Pilah & Olah” dengan perilaku ramah lingkungan followers, yang diperoleh dari hasil pengujian menggunakan teknik analisis korelasi Rank Spearman. Hasil pengujian dijelaskan pada tabel 1.

Tabel 1. Hubungan Antara Konten “Pilah & Olah” (X) dengan Perilaku Ramah Lingkungan Followers (Y)

Korelasi Variabel (X)	Variabel (Y) Perilaku Ramah Lingkungan			Tingkat Hubungan	Ket. Korelasi	Ket. Hipotesis
	α	Sig. (2-Tailed)	Spearman Correlation			
Konten “Pilah & Olah”	0.05	0,000	0,385	Hubungan rendah, tetapi pasti	Signifikan	H ₁ diterima

Dari tabel di atas, diketahui besarnya hubungan antara konten “Pilah & Olah” dengan perilaku ramah lingkungan followers sebesar 0,385. Hubungan ini termasuk kategori rendah tetapi pasti menurut tabel kriteria Guilford. Dari tabel tersebut menunjukkan nilai signifikansi dari variabel Konten “Pilah & Olah” (X) dengan variabel Perilaku Ramah Lingkungan (Y) sebesar 0,000. Merujuk pada kriteria yang menjadi pengambilan hipotesis, perolehan angka tersebut lebih kecil daripada nilai *alpha*. Hal tersebut mengindikasikan penerimaan H₁ yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan signifikan bernilai positif antara konten “Pilah & Olah” dengan perilaku ramah lingkungan followers. Artinya semakin baik konten “Pilah & Olah” @demibumi.id, semakin tinggi pula peluang perilaku ramah lingkungan yang dihasilkan followers.

Konten “Pilah & Olah” dalam penelitian ini meliputi *courtesy, concreteness, completeness, correctness, conciseness, clarity, dan consideration*. Sedangkan perilaku ramah lingkungan meliputi *waste avoidance, consumerism, recycling, dan vicarious, social behavior towards conservation*. Konten dalam media sosial adalah hal yang penting dan dapat memengaruhi pengguna untuk tertarik dengan media sosial tersebut atau dengan informasi yang disajikan.

Demi Bumi menggunakan Instagram sebagai wadah untuk memiliki satu sama lain, dimana bekerja sama dan bergotong royong untuk menyelamatkan bumi dengan ajakan-ajakan hal positif yang dibagikan di feeds maupun Insta Story nya. Tak hanya itu @demibumi.id juga sering mengajak followers untuk berpartisipasi dalam memberikan tantangan *no plastic*, atau mengumpulkan barang-barang seperti tas bekas yang terbuat dari kain untuk dijadikan wadah dalam hal pengumpulan donasi sembako di tengah pandemi Covid-19 ini. Dengan kegiatan yang seperti itu membuat beberapa followers bergerak untuk mengaplikasikan gaya hidup nol sampah dengan melakukan perilaku-perilaku ramah lingkungan, sementara beberapa followers mengerti akan hal itu namun belum sampai pada tahap perubahan perilaku.

Hubungan Antara Aspek *Courtesy* pada Konten “Pilah & Olah” (X_1) dengan Perilaku Ramah Lingkungan *Followers* (Y)

Tabel 2. Hubungan Antara Aspek *Courtesy* pada Konten “Pilah & Olah” (X_1) dengan Perilaku Ramah Lingkungan *Followers* (Y)

Korelasi Variabel (X)	Variabel (Y) Perilaku Ramah Lingkungan			Tingkat Hubungan	Ket. Korelasi	Ket. Hipotesis
	α	Sig. (2-Tailed)	<i>Spearman Correlation</i>			
<i>Courtesy</i>	0,05	0,21	0,230	Hubungan rendah, tetapi pasti	Signifikan	H_0 diterima

Dari tabel di atas, diketahui besarnya hubungan antara aspek *courtesy* pada konten “Pilah & Olah” dengan perilaku ramah lingkungan *followers* sebesar 0,230. Hubungan ini termasuk kategori rendah tetapi pasti menurut tabel kriteria Guilford. Dari tabel tersebut menunjukkan nilai signifikansi dari sub variabel *courtesy* pada konten “Pilah & Olah” (X) dengan variabel Perilaku Ramah Lingkungan (Y) sebesar 0,21. Merujuk pada kriteria yang menjadi pengambilan hipotesis, perolehan angka tersebut lebih besar daripada nilai *alpha* yang berarti menandakan H_0 diterima dan H_1 ditolak. Sehingga dapat diartikan bahwa aspek *Courtesy* (X_1) pada variabel Konten “Pilah & Olah” tidak berdampak pada perubahan perilaku ramah lingkungan *followers*. *Courtesy* merupakan penyampaian pesan yang sopan santun dan bertata krama. Dengan begitu jika semakin ditingkatkan penyampaian pesan yang disajikan oleh @demibumi.id pada konten “Pilah & Olah” dengan bahasa yang sopan santun dan bertata krama maka akan menghasilkan efek yang baik pula terhadap *followers*.

Hubungan Antara Aspek *Concreteness* pada Konten “Pilah & Olah” (X_2) dengan Perilaku Ramah Lingkungan *Followers* (Y)

Tabel 3. Hubungan Antara Aspek *Concreteness* pada Konten “Pilah & Olah” (X_2) dengan Perilaku Ramah Lingkungan *Followers* (Y)

Korelasi Variabel (X)	Variabel (Y) Perilaku Ramah Lingkungan			Tingkat Hubungan	Ket. Korelasi	Ket. Hipotesis
	α	Sig. (2-Tailed)	<i>Spearman Correlation</i>			
<i>Concreteness</i>	0,05	0,000	0,348	Hubungan rendah, tetapi pasti	Signifikan	H_1 diterima

Dari tabel di atas, diketahui besarnya hubungan antara aspek *courtesy* pada konten “Pilah & Olah” dengan perilaku ramah lingkungan *followers* sebesar 0,348. Hubungan ini termasuk kategori rendah tetapi pasti menurut tabel kriteria Guilford. Dari tabel tersebut menunjukkan nilai signifikansi dari sub variabel *concreteness* pada konten “Pilah & Olah” (X) dengan variabel Perilaku Ramah Lingkungan (Y) sebesar 0,000. Merujuk pada kriteria yang menjadi pengambilan hipotesis, perolehan angka tersebut lebih kecil daripada nilai *alpha*. Temuan penelitian menunjukkan bahwa *Concreteness* (X_2) dari konten “Pilah & Olah” memiliki hubungan dengan perilaku ramah lingkungan *followers*. *Concreteness* berkenaan dengan pesan yang dibuat didukung dengan fakta-fakta yang spesifik baik data maupun angka. Pesan yang konkrit dapat memperkuat kepercayaan kepada komunikator. @demibumi.id dalam menyampaikan pesan selalu mencantumkan sumber darimana data tersebut didapat, jika mereka menggunakan gambar ataupun visual yang bukan hasil karya mereka sendiri selalu mencantumkan darimana gambar itu didapat.

Hubungan Antara Aspek *Completeness* pada Konten “Pilah & Olah” (X₃) dengan Perilaku Ramah Lingkungan *Followers* (Y)

Tabel 4. Hubungan Antara Aspek *Completeness* pada Konten “Pilah & Olah” (X₃) dengan Perilaku Ramah Lingkungan *Followers* (Y)

Korelasi Variabel (X)	Variabel (Y) Perilaku Ramah Lingkungan			Tingkat Hubungan	Ket. Korelasi	Ket. Hipotesis
	α	Sig. (2-Tailed)	<i>Spearman Correlation</i>			
<i>Concreteness</i>	0.05	0,000	0,378	Hubungan rendah, tetapi pasti	Signifikan	H ₁ diterima

Dari tabel di atas, diketahui besarnya hubungan antara aspek *completeness* pada konten “Pilah & Olah” dengan perilaku ramah lingkungan *followers* sebesar 0,378. Hubungan ini termasuk kategori rendah tetapi pasti menurut tabel kriteria Guilford. Dari tabel tersebut menunjukkan nilai signifikansi dari sub variabel *completeness* pada konten “Pilah & Olah” (X) dengan variabel Perilaku Ramah Lingkungan (Y) sebesar 0,000. Merujuk pada kriteria yang menjadi pengambilan hipotesis, perolehan angka tersebut lebih kecil daripada nilai *alpha Completeness* (X₃) dari konten “Pilah & Olah” memiliki hubungan dengan perilaku ramah lingkungan *followers*. Pesan yang diunggah oleh @demibumi.id pada konten “Pilah & Olah” selalu menjelaskan mengenai pertama apa yang dibahas, selanjutnya siapa sumber dari pesan tersebut hingga bagaimana hal tersebut terjadi atau penanganan dari masalah yang sedang dibicarakan.

Hubungan Antara Aspek *Correctness* pada Konten “Pilah & Olah” (X₄) dengan Perilaku Ramah Lingkungan *Followers* (Y)

Tabel 5. Hubungan Antara Aspek *Correctness* pada Konten “Pilah & Olah” (X₄) dengan Perilaku Ramah Lingkungan *Followers* (Y)

Korelasi Variabel (X)	Variabel (Y) Perilaku Ramah Lingkungan			Tingkat Hubungan	Ket. Korelasi	Ket. Hipotesis
	α	Sig. (2-Tailed)	<i>Spearman Correlation</i>			
<i>Concreteness</i>	0.05	0,000	0,328	Hubungan rendah, tetapi pasti	Signifikan	H ₁ diterima

Dari tabel di atas, diketahui besarnya hubungan antara aspek *completeness* pada konten “Pilah & Olah” dengan perilaku ramah lingkungan *followers* sebesar 0,328. Hubungan ini termasuk kategori rendah tetapi pasti menurut tabel kriteria Guilford. Dari tabel tersebut menunjukkan nilai signifikansi dari sub variabel *correctness* pada konten “Pilah & Olah” (X) dengan variabel Perilaku Ramah Lingkungan (Y) sebesar 0,001. Merujuk pada kriteria yang menjadi pengambilan hipotesis, perolehan angka tersebut lebih kecil daripada nilai *alpha Correctness* (X₄) dari konten “Pilah & Olah” memiliki hubungan dengan perilaku ramah lingkungan *followers*. *Correctness* berkenaan dengan kebenaran pesan dalam segi substansi dan tata bahasa. Dalam pesan pada konten *Instagram* @demibumi.id dibuat dengan cermat dan berdasarkan riset pada khalayak sebelumnya. Sehingga setiap informasi yang telah dipaparkan oleh @demibumi.id pada konten “Pilah & Olah” berdasarkan persiapan yang matang.

Hubungan Antara Aspek *Conciceness* pada Konten “Pilah & Olah” (X₅) dengan Perilaku Ramah Lingkungan *Followers* (Y)

Tabel 6. Hubungan Antara Aspek *Conciceness* pada Konten “Pilah & Olah” (X₅) dengan Perilaku Ramah Lingkungan *Followers* (Y)

Korelasi Variabel (X)	Variabel (Y) Perilaku Ramah Lingkungan			Tingkat Hubungan	Ket. Korelasi	Ket. Hipotesis
	α	Sig. (2-Tailed)	<i>Spearman Correlation</i>			
<i>Concreteness</i>	0.05	0,000	0,315	Hubungan rendah, tetapi pasti	Signifikan	H ₁ diterima

Dari tabel di atas, diketahui besarnya hubungan antara aspek *completeness* pada konten “Pilah & Olah” dengan perilaku ramah lingkungan *followers* sebesar 0,315. Hubungan ini termasuk kategori rendah tetapi pasti menurut tabel kriteria Guilford. Dari tabel tersebut menunjukkan nilai signifikansi dari sub variabel *conciceness* pada konten “Pilah & Olah” (X) dengan variabel Perilaku Ramah Lingkungan (Y) sebesar 0,001. Merujuk pada kriteria yang menjadi pengambilan hipotesis, perolehan angka tersebut lebih kecil daripada nilai *alpha* maka *Conciceness* (X₅) dari konten “Pilah & Olah” memiliki hubungan dengan perilaku ramah lingkungan *followers*. *Conciceness* (X₅) berkenaan dengan meminimalisir penggunaan kata-kata yang berlebihan dan tidak perlu. Dalam hal ini @demibumi.id mengemas pesannya secara singkat dan semenarik mungkin selain itu mendesain sedemikian rupa tata letak dari setiap kata-kata yang diunggah di konten tersebut, sehingga komunikasi tidak merasa terganggu ketika membaca informasi yang disampaikan.

Hubungan Antara Aspek *Clarity* pada Konten “Pilah & Olah” (X₆) dengan Perilaku Ramah Lingkungan *Followers* (Y)

Tabel 7. Hubungan Antara Aspek *Clarity* pada Konten “Pilah & Olah” (X₆) dengan Perilaku Ramah Lingkungan *Followers* (Y)

Korelasi Variabel (X)	Variabel (Y) Perilaku Ramah Lingkungan			Tingkat Hubungan	Ket. Korelasi	Ket. Hipotesis
	α	Sig. (2-Tailed)	<i>Spearman Correlation</i>			
<i>Concreteness</i>	0.05	0,000	0,313	Hubungan rendah, tetapi pasti	Signifikan	H ₁ diterima

Dari tabel di atas, diketahui besarnya hubungan antara aspek *completeness* pada konten “Pilah & Olah” dengan perilaku ramah lingkungan *followers* sebesar 0,313. Hubungan ini termasuk kategori rendah tetapi pasti menurut tabel kriteria Guilford. Dari tabel tersebut menunjukkan nilai signifikansi dari sub variabel *clarity* pada konten “Pilah & Olah” (X) dengan variabel Perilaku Ramah Lingkungan (Y) sebesar 0,002. Merujuk pada kriteria yang menjadi pengambilan hipotesis, perolehan angka tersebut lebih kecil daripada nilai *alpha* maka *Clarity* (X₆) dari konten “Pilah & Olah” memiliki hubungan dengan perilaku ramah lingkungan *followers*. *Clarity* (X₆) berkenaan dengan pesan didistribusikan dengan memakai kata-kata yang tepat, tidak membingungkan sehingga tidak menimbulkan persepsi lain. Dalam hal ini @demibumi.id sudah menyajikan pesan yang mudah dipahami dan tidak bertele-tele pada konten “Pilah & Olah”. Kemudahan komunikasi dalam menangkap dan menafsirkan pesan adalah tujuan yang ingin dicapai sehingga dapat menimbulkan *feedback* perilaku yang diharapkan.

Hubungan Antara Aspek *Consideration* pada Konten “Pilah & Olah” (X₇) dengan Perilaku Ramah Lingkungan *Followers* (Y)

Tabel 8. Hubungan Antara Aspek *Consideration* pada Konten “Pilah & Olah” (X₇) dengan Perilaku Ramah Lingkungan *Followers* (Y)

Korelasi Variabel (X)	Variabel (Y) Perilaku Ramah Lingkungan			Tingkat Hubungan	Ket. Korelasi	Ket. Hipotesis
	α	Sig. (2-Tailed)	<i>Spearman Correlation</i>			
<i>Concreteness</i>	0.05	0,000	0,378	Hubungan rendah, tetapi pasti	Signifikan	H ₁ diterima

Dari tabel di atas, diketahui besarnya hubungan antara aspek *completeness* pada konten “Pilah & Olah” dengan perilaku ramah lingkungan *followers* sebesar 0,378. Hubungan ini termasuk kategori rendah tetapi pasti menurut tabel kriteria Guilford. Dari tabel tersebut menunjukkan nilai signifikansi dari sub variabel *consideration* pada konten “Pilah & Olah” (X) dengan variabel Perilaku Ramah Lingkungan (Y) sebesar 0,000. Merujuk pada kriteria yang menjadi pengambilan hipotesis, perolehan angka tersebut lebih kecil daripada nilai *alpha* maka *Consideration* (X₇) dari konten “Pilah & Olah” memiliki hubungan dengan perilaku ramah lingkungan *followers*. *Consideration* berkenaan dengan desain pesan yang menarik serta pesan yang disajikan penuh pertimbangan dari segi apapun, baik dari segi sudut pandang, pola pikir, kebutuhan, dan situasi kondisi saat itu. Dalam hal ini @demibumi.id menyajikan pesan pada konten “Pilah & Olah” merujuk atau sesuai dengan keadaan sampah yang menjadi persoalan lingkungan di Indonesia.

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut: (1) Tidak terdapat hubungan yang signifikan bernilai positif antara *courtesy* pada konten “Pilah & Olah” dengan perilaku ramah lingkungan *followers* yang termasuk kategori rendah tetapi pasti menurut tabel kriteria Guilford. Hal ini menandakan jika semakin ditingkatkan penggunaan bahasa yang sopan dengan tata krama yang semakin baik maka pesan dalam konten dapat diterima dengan baik. *Followers* mendapatkan perasaan nyaman saat melihat konten yang lebih tertata, (2) Terdapat hubungan yang signifikan bernilai positif antara *concreteness* pada konten “Pilah & Olah” dengan perilaku ramah lingkungan *followers* yang termasuk kategori rendah tetapi pasti menurut tabel kriteria Guilford. Hal ini berarti semakin spesifik tema dan tujuan dari konten yang dibuat maka akan semakin baik pemahaman dari *followers* karena tidak terjadi ambigu dalam menafsirkan makna pesan. Dengan begitu *followers* merasa tertarik dan ingin mengerti lebih seksama terhadap konten yang disajikan, (3) Terdapat hubungan yang signifikan bernilai positif antara *completeness* pada konten “Pilah & Olah” dengan perilaku ramah lingkungan *followers* yang termasuk kategori rendah tetapi pasti menurut tabel kriteria Guilford. Hal ini berarti bahwa jika semakin lengkap pesan yang disampaikan pada konten maka semakin baik kepercayaan *followers*. Setelah melihat konten “Pilah & Olah” di Instagram, *followers* memiliki keinginan untuk mencoba menerapkan gaya hidup ramah lingkungan karena ingin ikut andil dalam menyelamatkan bumi yang diperoleh dari informasi yang terdapat dalam konten tersebut, (4) Terdapat hubungan yang signifikan bernilai positif antara *correctness* pada konten “Pilah & Olah” dengan perilaku ramah lingkungan *followers* yang termasuk kategori rendah tetapi pasti menurut tabel kriteria Guilford. Hal ini berarti bahwa jika semakin cermat pembuatan pesan dan berdasarkan riset terlebih dahulu secara sistematis untuk kemudian disajikan kepada khalayak sasaran maka semakin baik pula hasil yang diharapkan. *Followers* akan mengikuti suatu gerakan jika sumber yang tertera pada konten jelas asal-usulnya sehingga meminimalisir kekhawatiran akan hoax, (5) Terdapat hubungan yang signifikan bernilai positif antara *conciseness* pada konten “Pilah & Olah” dengan perilaku ramah lingkungan *followers* yang termasuk kategori rendah tetapi pasti menurut tabel kriteria Guilford. Hal ini berarti bahwa semakin jelas dan ringkas pengemasan pesan pada konten maka semakin mudah pula dalam penerimaan pesan., (6) Terdapat hubungan yang signifikan bernilai positif antara *clarity* pada konten “Pilah & Olah” dengan perilaku ramah lingkungan

followers yang termasuk kategori rendah tetapi pasti menurut tabel kriteria Guilford. Hal ini berarti semakin tepat pemilihan kata-kata dalam penyampaian pesan pada konten maka semakin baik pemahaman followers karena tidak menimbulkan persepsi lain, (8) Terdapat hubungan yang signifikan bernilai positif antara consideration pada konten “Pilah & Olah” dengan perilaku ramah lingkungan followers yang termasuk kategori rendah tetapi pasti menurut tabel kriteria Guilford. Hal ini berarti semakin unik dan menarik pengemasan desain pada konten maka semakin ketertarikan dari penerima pesan akan semakin tinggi.

Daftar Pustaka

- Ahmad, Syakir et al, 2019. “*Pengaruh Bank Sampah terhadap Perilaku Pengelolaan Sampah Rumah Tangga dan Kepedulian Lingkungan di Desa Baturagung Kecamatan Gubug Kabupaten Grobogan*” dalam *Indonesian Journal of Geography Education*, Universitas Ivet. Volume 1, Nomor 1, Tahun 2020 (hlm. 33-45)
- Effendy, Onong Uchjana. 2015. *Ilmu Komunikasi; Teori dan Praktek*. Bandung: Penerbit Remaja Rosda Karya.
- H’Mida, S., Chavez, E., & Guindon, C. (2008). *Determinants of ProEnvironmental Behaviours Within Individual Consumers*.
- Kaiser, F., & Wilson, M. (2004). *Goal-directed conservation behavior: the specific composition of a general performance. Personality and individual differences*, 36 (2), 1531–1544. DOI: 10.1016/j.paid.2003.06.003
- Mukarom, Zaenal, & Mubihuddin Wijaya Laksana. 2015. *Manajemen Pelayanan Publik*. Pengantar Pustaka Setia. Bandung
- Mulyana, Dedy. 2017. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung : Remaja. Rosdakarya.
- Notoatmodjo, Soekidjo. 2003. *Pendidikan Dan Perilaku Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sendjaja, S. Djuarsa, 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Universitas Terbuka. Senjaya,
- Sasa Djuarsa. 2007. *Teori Komunikasi*.