

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini memiliki dua tujuan yaitu, mengidentifikasi dan menganalisis kategori yang ada pada konten Instagram @greenpeaceid mengenai isu banjir sebagai persoalan ekologis dan menganalisis perbedaan narasi yang diangkat oleh @greenpeaceid dalam kontennya di Instagram dengan narasi berita di media *mainstream* tentang banjir Sumatera. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, penelitian ini menarik dua kesimpulan utama yang menjawab tujuan penelitian secara langsung:

1. Berdasarkan hasil analisis terhadap 16 konten yang diunggah selama periode 25 November hingga 30 Desember 2025, menunjukkan bahwa konten @greenpeaceid terbagi ke dalam enam kategori, yaitu Kritik Kebijakan, Framing Moral-Keagamaan, Edukasi Ekologis, Seruan Aksi, Visualisasi Dampak, dan Analisis Ekonomi-Politik. Dari seluruh kategori tersebut, Kritik Kebijakan menjadi kategori yang paling dominan. Hal ini memperlihatkan bahwa Greenpeace Indonesia lebih banyak memosisikan banjir Sumatera sebagai persoalan yang berkaitan dengan kebijakan pemerintah dan tata kelola lingkungan, bukan hanya sebagai bencana alam biasa.

Greenpeace Indonesia melalui unggahan yang dianalisis, menyampaikan informasi mengenai banjir, tetapi juga membangun cara pandang baru tentang penyebab bencana. Greenpeace secara konsisten membingkai banjir Sumatera sebagai akibat dari eksploitasi sumber daya alam, lemahnya

perlindungan kawasan hutan, serta kebijakan negara yang dianggap memberi ruang bagi industri ekstraktif. Narasi tersebut diperkuat melalui penggunaan data ilmiah, visual dampak bencana, kutipan tokoh agama, hingga analisis ekonomi-politik yang menghubungkan kerusakan lingkungan dengan kepentingan elit dan perusahaan.

2. Penelitian ini juga menemukan perbedaan yang signifikan antara narasi yang dibangun @greenpeaceid dengan narasi media arus utama dalam membingkai banjir Sumatera 2025. Perbedaan tersebut tampak nyata pada dimensi hierarki penyebab, media arus utama seperti Kompas.com dan CNN Indonesia secara dominan menempatkan Siklon Tropis Senyar dan curah hujan ekstrem sebagai penyebab utama bencana, dengan deforestasi sebagai faktor sekunder yang memperparah. Sementara @greenpeaceid membalik hierarki tersebut sepenuhnya dengan menempatkan kebijakan industri ekstraktif dan deforestasi sebagai akar persoalan utama, sementara fenomena cuaca hanya dipahami sebagai pemicu terakhir dari rantai kerusakan yang sudah berlangsung lama. Pada dimensi waktu konstruksi narasi, media utama bergerak dari peristiwa menuju penjelasan struktural secara bertahap dan membutuhkan waktu berminggu-minggu, sementara @greenpeaceid sudah membangun framing ekosida sejak hari pertama bencana terjadi, bahkan mendahului pengakuan resmi lembaga negara BMKG tentang hubungan bencana dengan krisis iklim hingga tiga bulan. Pada dimensi spesifitas pertanggungjawaban, media arus utama membahas deforestasi sebagai fenomena umum tanpa menyebut secara konkret siapa yang harus dimintai pertanggungjawaban, sementara @greenpeaceid

langsung menyebut nama perusahaan, mengutip struktur kepemilikan saham, dan menghubungkan kebijakan dengan individu pemimpin negara secara langsung.

Perbedaan-perbedaan yang didapat memperlihatkan bahwa @greenpeaceid berfungsi sebagai aktor komunikasi lingkungan yang menghasilkan narasi tandingan (*counter-discourse*) terhadap wacana dominan media arus utama, menggunakan Instagram sebagai ruang public alternatif untuk menyuarakan perspektif ekosida yang tidak mendapatkan ruang proporsional dalam pemberitaan media konvensional. Dalam perspektif komunikasi lingkungan Cox dan Pezzullo (2017), @greenpeaceid menjalankan fungsi pragmatis dan konstitutif secara bersamaan, yaitu tidak hanya menyampaikan informasi dan tuntutan kebijakan, tetapi secara aktif membentuk cara publik memaknai banjir Sumatera sebagai persoalan ekosida yang dapat dimintai pertanggungjawaban.

5.2 Saran

1. Peneliti menyarankan agar penelitian selanjutnya tidak hanya fokus pada isi pesan yang diproduksi oleh akun media sosial organisasi lingkungan, tetapi juga mengkaji bagaimana audiens menerima dan memaknai pesan tersebut. Analisis terhadap respons audiens mampu memengaruhi kesadaran, sikap, maupun tindakan masyarakat terhadap isu lingkungan dan krisis iklim.
2. Peneliti selanjutnya juga dapat memperluas objek kajian dengan membandingkan strategi komunikasi lingkungan di berbagai platform media sosial seperti Instagram, Tiktok, dan X. Setiap platform memiliki karakteristik audiens dan pola komunikasi yang berbeda sehingga dapat

menghasilkan bentuk penyebaran pesan yang berbeda pula. Selain itu, kajian mengenai konsep ekosida di Indonesia masih relatif terbatas, sehingga penelitian berikutnya dapat mengembangkan pembahasan mengenai bagaimana konsep tersebut dipahami dan diperdebatkan di ruang publik.

3. Secara praktis, peneliti selanjutnya disarankan untuk melibatkan lebih banyak sumber data primer seperti wawancara langsung dengan tim produksi konten Greenpeace Indonesia, agar dapat memahami secara lebih mendalam pertimbangan strategis dibalik pemilihan narasi konten, pendekatan visual, dan waktu publikasi konten.

