

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Youtube merupakan platform media sosial yang digunakan untuk menonton dan berbagi video gratis dengan seluruh dunia di internet. Dianggap sebagai platform paling populer di dunia, Youtube ini didirikan pada 14 februari 2005 oleh tiga mantan karyawan PayPal, Steve Chen, Chad Hurley dan Jawed Karim. Semenjak adanya Youtube, perkembangan teknologi semakin signifikan khususnya dalam penyebaran informasi. Banyak sekali orang-orang menggunakan YouTube untuk menyebarkan juga mendapatkan berbagai informasi dalam bentuk video, salah satunya informasi mengenai edukasi. Menurut data Business Off Apps YouTube, pengguna aktif YouTube saat ini di seluruh dunia sekitar 2,7 miliar per bulan 12 tahun 2023. Youtube Terus melakukan inovasi dalam menyeimbangkan perkembangan teknologi hingga saat ini, seperti kualitas dari video yang lebih ditingkatkan, sehingga video terlihat lebih jelas dan menarik (Arni, 2024).

Lebih dari sekadar media hiburan, YouTube kini berkembang menjadi ruang diskusi, edukasi, dan kampanye sosial, termasuk isu-isu lingkungan hidup. Kanal YouTube “Kok Bisa?” menjadi contoh nyata peran media baru dalam menyampaikan informasi edukatif dengan pendekatan visual dan naratif yang mudah dicerna. Tayangan mereka yang berjudul *“Apa Jadinya Jika Tidak Ada Hutan di Dunia?”* menghadirkan simulasi tentang dampak hilangnya hutan terhadap kehidupan di bumi, mulai dari kerusakan ekosistem hingga perubahan iklim (Smith, 2020).

Akun media sosial youtube "Kok bisa?" Merupakan akun yang memiliki 5 juta lebih subscriber. Akun "kok bisa?" Diciptakan pertama kali pada 15 juni 2015 oleh tiga mahasiswa komunikasi yaitu Ketut Yoga Yudistira, Gerald Sebastiandan dan Alvin Dwi Saputra, dibawah naungan PT Rombak Media. Dimulai dari kekhawatiran terhadap tontonan yang ada saat ini, mereka menganggap bahwa tontonan yang ada kurang mengedukasi. Jadi, mereka ingin

membuat konten edukasi yang membuat penonton menjadi lebih pintar dengan cara yang menyenangkan (Jeko, 2015).

Akun ini diciptakan untuk menjawab pertanyaan pertanyaan sehari hari melalui video animasi yang edukatif dengan menciptakan pengalaman belajar sains yang inovatif. Melalui konten video "kok bisa?", konsep yang rumit bisa digambarkan dengan kontekstual dan lebih mudah dipahami. Salah satu konten video edukasi yang dibagikan dalam channel youtube "Kok bisa?" Ini berjudul "Apa jadinya jika tidak ada hutan di dunia?". Pada tayangan ini, menyuguhkan gambaran simulasi dari dampak lingkungan dan sosial dari hilangnya hutan di bumi. Munculnya video kampanye ekologis, seperti tayangan yang membahas konsekuensi dari hilangnya hutan, berpotensi meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya pelestarian lingkungan (Williams, 2021).

Indonesia merupakan salah satu Negara dengan luas hutan sebanyak 96,23 juta hektar (badan Pusat Statistik, 2023). Hal ini menandakan bahwa Indonesia memiliki peran penting dalam menjaga ekosistem hutan. Dengan banyaknya hutan Indonesia, tidak sedikit kerusakan hutan terjadi salah satunya adalah kebakaran hutan dan lahan (kahutla). Berdasarkan data sistem pemantauan kahutla (SiPongi), luasan kahutla indonesia cukup fluatif. Pada tahun 2015 luasan kahutla Indonesia mencapai 2.611.411,44 ha. Walaupun sempat menurun pada tahun 2016-2018, luasan kahutla kembali naik mencapai 1.649.258,00 ha yang sebelumnya sudah menurun dan berada pada angka 529.266,64 ha. Angka ini merupakan tertinggi ke 2 setelah luasan kahutla tahun 2015 (SiPongi, 2024).

Di tahun 2020-2022 luasan kahutla kembali turun mencapai 204.894,00 ha. Namun pada tahun 2023 kembali mengalami kenaikan mencapai 1.161.192,90 ha. Meski pada tahun 2023, luasan kahutla meninggi, pada 2024 tahun lalu Indonesia berhasil melakukan penekanan hingga mengalami penurunan luasan kahutla hingga pada angka 376.805,05 ha (SiPongi, 2024).

Secara tidak langsung, tayangan ini merupakan salah satu bentuk tanggapan dari temuan data di atas dan data yang dirilis oleh Forest Declaration pada selasa (8/10/2024) bahwa hampir 6,4 juta hectare lahan hutan di seluruh

dunia habis di babat. Bahkan 62,6 juta hectare terdegradasi karena pembangunan jalan, penebangan hutan, dan kebakaran hutan. Angka ini sangat tinggi mengingat bagaimana janji 140 negara pada tahun 2020 untuk menghentikan deforestasi pada tahun 2030 mendatang, termasuk Indonesia. Hal ini mengakibatkan deforestasi terus menjadi menyumbang utama gas rumah kaca. Pada 2023, sekitar 3,5 milyar metrik ton karbon dioksida lepas akibatnya deforestasi yang sangat membahayakan atmosfer bumi. Tidak hanya berpengaruh terhadap atmosfer bumi, dampak buruk akibatnya deforestasi ini juga akan berpengaruh terhadap ekosistem makhluk hidup, termasuk bagi manusia sendiri (Danur, 2024).

Dalam tayangan video "Apa jadinya jika tidak ada hutan di dunia?" Memberikan gambaran singkat mengenai pentingnya hutan dalam menjaga ekosistem kehidupan di dunia dengan menggunakan platform youtube. Tidak hanya memberikan informasi, tayangan ini juga mengajak para penonton untuk berfikir kritis dan bertindak terhadap isu ekologi. Resepsi khakayak terhadap tayangan ini sangat penting untuk dipahami karena dapat memberikan gambaran mengenai efektifitas kampanye dalam menyampaikan pesan ekologi (Jeko, 2015).

Dalam penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya, bahwa kampanye yang menggunakan pendekatan terhadap emosional dianggap cenderung lebih efektif dalam meningkatkan kesadaran lingkungan (Brosius & Kepplinger, 1990). Seseorang yang tergugah emosinya lebih gampang untuk mengambil sebuah tindakan baik secara individu maupun kolektif. Oleh karena itu, memahami jenis respons yang muncul dari tayangan seperti "Apa Jadinya Jika Tidak Ada Hutan di Dunia?" sangat penting untuk mengevaluasi dampak dari kampanye ini dalam konteks yang lebih luas. Penelitian mengenai resepsi khalayak lebih terfokus pada bagaimana respon penonton terhadap pesan yang disampaikan dalam sebuah tayangan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teori resepsi Stuart Hall sebagai landasan teoretis utama. Teori resepsi Hall memandang audiens sebagai subjek aktif yang memiliki kapasitas untuk menafsirkan pesan

media berdasarkan latar belakang sosial, budaya, pendidikan, dan pengalaman mereka. Hall membagi proses penafsiran ini ke dalam tiga kategori: hegemonic (dominant reading), negotiated, dan oppositional. Dalam konteks penelitian ini, pendekatan tersebut digunakan untuk memahami bagaimana penonton dari berbagai latar belakang memaknai pesan lingkungan dalam tayangan “*Apa Jadinya Jika Tidak Ada Hutan di Dunia?*” serta bagaimana makna tersebut membentuk sikap atau tindakan terhadap isu ekologi (Stuart Hall, 1993).

Hal hal yang mempengaruhi cara pandang seseorang terhadap sebuah isu lingkungan bisa disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain latar belakang pendidikan, pengalaman pribadi hingga nilai-nilai budaya (Hall, 1993). Dalam konteks kampanye ekologi di YouTube, sangat penting untuk mengeksplorasi bagaimana cara penonton dari berbagai latar belakang menangkap makna dan dampak dari pesan yang disampaikan dalam tayangan tersebut. Hal ini dapat membantu dalam melahirkan strategi komunikasi yang lebih efektif di masa depan (Stuart Hall, 1993).

Objek dalam penelitian ini adalah tayangan YouTube “*Apa Jadinya Jika Tidak Ada Hutan di Dunia?*” dari kanal “Kok Bisa?” yang dikaji sebagai bentuk kampanye ekologi digital. Sementara itu, subjek penelitian ini terdiri dari individu dari berbagai latar belakang berbeda, berusia 16–64 tahun yang telah menonton tayangan tersebut dan memiliki kepedulian terhadap isu lingkungan. Peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* untuk memilih informan yang dianggap mampu memberikan informasi secara mendalam. Melalui wawancara semi-terstruktur, penelitian ini mengeksplorasi pemaknaan personal para informan atas pesan kampanye yang ditampilkan dalam tayangan tersebut.

Berdasarkan gambaran latar belakang yang sudah di jabarkan, peneliti tertarik untuk meneliti tentang “RESEPSI KHALAYAK TERHADAP KAMPANYE EKOLOGI PADA TAYANGAN “*APA JADINYA JIKA TIDAK ADA HUTAN DI DUNIA*” PADA PLATFORM YOUTUBE”. Dengan rumusan masalah yang diambil oleh peneliti adalah mengetahui Resepsi

khalayak terhadap pesan yang disampaikan dalam tayangan “Apa jadinya jika tidak ada hutan di dunia” pada salah satu channel Youtube “Kok Bisa?”.

1.2 Rumusan Masalah

1.2.1 Bagaimana Resepsi khalayak terhadap pesan yang disampaikan dalam tayangan "*Apa Jadinya Jika Tidak Ada Hutan di Dunia*" pada platform YouTube, kanal “**Kok Bisa?**”?

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Untuk memahami bagaimana khalayak memandang dan menafsirkan pesan yang disampaikan dalam tayangan "*Apa Jadinya Jika Tidak Ada Hutan di Dunia*" pada platform YouTube, kanal “**Kok Bisa?**”.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini yang pertama adalah mampu memberikan sumbangan pemikiran atau sumbangan ilmiah dalam bidang pengembangan teori ilmu komunikasi lingkungan, yaitu khususnya memberi peningkatan pemahaman tentang bagaimana media sosial dapat mempengaruhi persepsi dan pemahaman publik terhadap isu- lingkungan khususnya isu deforestasi. Manfaat teoritis ke dua adalah penelitian ini berpotensi mengembangkan teori persepsi public dengan mengeksplorasi tanggapan dari para khalayak dalam menanggapi video tayangan tersebut. Hal ini juga termasuk dalam pemahaman lebih lanjut mengenai factor-faktor negative dan positif yang membentuk kesan-pesan dari khalayak mengenai pesan lingkungan yang di bahas.

1.4.2 Manfaat Praktis

1.4.2.1 Bagi penulis

Manfaat penelitian ini bagi penulis adalah dapat mengembangkan kemampuan analisis media social dengan melakukan penelitian langsung dalam menganalisis respon dan pola persepsi khalayak terhadap konten di media social,

khususnya Youtube. hal ini dapat meningkatkan kemampuan analisis media social yang berguna dalam pekerjaan terkait pemasaran, kampanye, atau komunikasi public. Manfaat selanjutnya adalah penyusunan strategi komunikasi lingkungan yang lebih efektif dan menarik. Penulis dapat memahami cara terbaik menyusun dan menyampaikan pesan tentang isu lingkungan secara tepat dan cepat. Pengetahuan ini juga dapat mengembangkan strategi komunikasi lingkungan yang lebih terarah di masa depan.

1.4.2.2 Bagi Khalayak

Manfaat penelitian bagi khalayak atau audiens adalah dapat meningkatkan kesadaran lingkungan. Dengan memahami persepsi yang sudah terbentuk, konten Youtube bisa di sesuaikan agar lebih menarik dan mudah dipahami, sehingga khalayak lebih teredukasi dan terdorong untuk peduli pada isu lingkungan. Manfaat selanjutnya adalah khalayak dapat memahami tindakan apa yang dapat dilakukan mulai dari sebelum, saat hingga setelah isu lingkungan terjadi. Hal ini dirancang unruk mengajak audiens untuk terlibat langsung dalam kehidupan sehari-hari, seperti menanam pohon, mendukung organisasi peduli lingkungan hingga membangun komunitas peduli lingkungan.