

## Representation Of Plastic Waste Care On Ecoton Instagram [Representasi Peduli Sampah Plastik Pada Instagram Ecoton]

Isa Darwisy Subrata<sup>1)</sup>, Poppy Febriana <sup>\*,2)</sup>

<sup>1)</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

<sup>2)</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

\*Email Penulis Korespondensi: [poppyfebriana@umsida.ac.id](mailto:poppyfebriana@umsida.ac.id)

**Abstract.** *The use of Instagram media in general is a forum for people to express their pleasure or passion to other users in the form of photos or videos. Instagram users can also tell their stories through Instagram Stories which disappear for 24 hours. Ecological Observation and Wetland Conservation (ECOTON) is a foundation established in the field of wetland conservation. By utilizing social media Instagram, ECOTON carries out its work program to invite and make people aware of the importance of preserving the environment free from non-degradable waste, especially plastic waste. This research aims to describe the meaning of messages in ECOTON Instagram photo and video posts. The research method used is qualitative research using Charles Sanders Pierce's semiotic theory to analyze signs and symbols in detail. This research shows that Ecoton has succeeded in utilizing Instagram social media to represent awareness of plastic waste comprehensively and effectively.*

**Keywords** - Care about trash, Plastic, Instagram, Ecoton

**Abstrak.** *Penggunaan media Instagram pada umumnya merupakan wadah bagi masyarakat untuk mengungkapkan kesenangan atau kegemarannya kepada pengguna lain dalam bentuk foto atau video. Pengguna Instagram juga bisa menceritakan kisahnya melalui Instagram stories yang menghilang selama 24 jam. Ecological Observation and Wetland Conservation (ECOTON) adalah sebuah yayasan yang didirikan di bidang konservasi lahan basah. Dengan memanfaatkan media sosial Instagram, ECOTON menjalankan program kerjanya untuk mengajak dan menyadarkan masyarakat akan pentingnya menjaga kelestarian lingkungan hidup yang bebas dari sampah non-degradable, khususnya sampah plastik. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan makna pesan pada postingan foto dan video Instagram ECOTON. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan teori semiotika Charles Sanders Pierce untuk menganalisis tanda dan simbol secara detail. Penelitian ini menunjukkan bahwa Ecoton berhasil memanfaatkan media sosial Instagram untuk merepresentasikan kesadaran akan sampah plastik secara komprehensif dan efektif.*

**Kata Kunci** - Peduli sampah, Plastik, Instagram, Ecoton

### I. PENDAHULUAN

Dewasa ini, di era perkembangan digitalisasi teknologi informasi dan komunikasi melaju dengan pesat, di media internet memiliki banyak hal untuk dijadikan alat untuk berkomunikasi antar sesama dengan mudahnya. Tanpa ada batasan oleh jarak, ruang dan waktu, sehingga pesan dapat tersampaikan oleh banyak khalayak. Dalam perkembangan ini meliputi berbagai aspek kehidupan manusia, ekonomi, budaya, sosial, maupun politik. Oleh karenanya, internet dapat digunakan dengan berbagai cara untuk membangun suatu hal di media massa tersebut. Saat ini media sosial Instagram, YouTube, X, Facebook, serta TikTok dapat di jadikan alat untuk membangun citra atau kesan yakni cara orang lain memandang seseorang melalui apa yang ditampilkan melalui postingannya [1].

Dalam media baru saat ini, masyarakat dapat membawa perubahan yang tidak biasa, perubahan tersebut mengarah ke dalam penggabungan dari berbagai media serta teknologi, yang meliputi audio, visual, telepon video, serta dapat memuat berbagai informasi. Sehingga segala jenis postingan media dapat dikonsumsi melalui berbagai platform media sosial. Adanya media baru dapat meringankan pekerjaan di berbagai jenis bidang, karena akses informasi yang didapat lebih cepat, komunikasi yang semula dengan tatap muka, kini dapat lebih efisien dengan adanya media baru. Media sosial ialah laman yang digunakan oleh warganet untuk mengakses berbagai hal untuk kepentingan pribadi atau untuk memperoleh penghasilan dari media internet. Selain itu, laman media sering digunakan untuk berbagi dan kerja sama dengan pengguna lainnya, dengan tujuan untuk mendapatkan eksistensi diri dalam penggunaan media sosial Instagram [2].

Berdasarkan data hasil survey yang dilangsungkan oleh *We Are Social* pada tahun 2023 mempresentasikan tentang platform yang banyak penggunanya ialah Facebook 83.8%, WhatsApp 92.1%, Tiktok 70.8%, dan Instagram 86.5%. Dari data survei *We Are Social* dapat disimpulkan bahwa Instagram menempati nomor kedua setelah WhatsApp sebagai media sosial paling banyak penggunanya, hal tersebut diyakini mengalami peningkatan di setiap tahunnya.

Representasi ialah aktivitas yang menghasilkan makna berupa bahasa yang disampaikan. Dengan kata lain, suatu proses komunikasi seseorang yang membentuk makna pada sesuatu melalui bahasa. Cara untuk menyampaikan

pesan menggunakan simbol, untuk mewakili, mengilustrasikan, atau menggantikan sesuatu [3]. Representasi memiliki arti strategi untuk memahami suatu makna pada benda yang telah digambarkan [4]. Menurut [5] Representasi merupakan sebuah gambaran kepada seseorang melalui media, serta sebuah bentuk perlakuan untuk mempresentasikan yang ada, seperti halnya simbol atau tanda di luar diri seseorang.

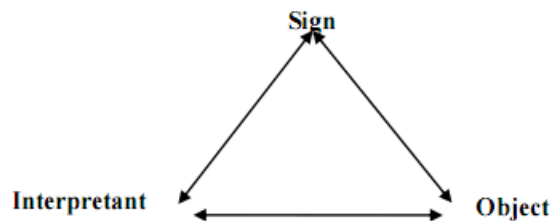
Penggunaan media Instagram secara umum ialah tempat khalayak mengekspresikan kesenangan atau berbagi rasa kepada pengguna lain dalam bentuk foto ataupun video. Namun tidak hanya itu, pengguna Instagram juga dapat mengkaitkan ceritanya melalui Instagram *story* yang menghilang selama 24 jam. Dengan kata lain, kegiatan tersebut merupakan bentuk dari eksistensi diri melalui penggunaan media Instagram. Oleh karenanya, media Instagram memiliki pengaruh yang cukup kuat untuk gaya hidup yang berkemajuan, masyarakat menjadikan Instagram untuk sarana mendapatkan *insight* yang bersumber dari *influencer* yang menjadi kiblat untuk dirinya. *Influencer* ialah pengguna media sosial yang memiliki *followers* yang cukup banyak di media YouTube, Tiktok, Instagram, maupun platform lainnya. Mereka memiliki pengaruh besar untuk memengaruhi warganet lainnya. Hal tersebut dilakukan dengan menggunakan postingan-postingan kreatif, sehingga dapat menarik perhatian dari pengikutnya.

Adanya media sosial Instagram saat ini menjadi wadah untuk mengekspresikan diri melalui kegiatan atau gaya hidup yang sedang dijalankan di setiap postingannya. Hal ini dapat dilihat dalam salah satu akun yang menyuarakan isu sampah plastik sekali pakai, akun media Instagram tersebut memiliki nama @ecoton.id. Dalam penelitian sebelumnya representasi diri melalui media sosial Instagram dapat dimanfaatkan untuk identitas online melalui makna yang disalurkan oleh gambar atau kata-kata yang ditampilkan melalui laman Instagram [6].

*Ecological Observation and Wetland Conservation (ECOTON)* merupakan sebuah yayasan yang berdiri di bidang konservasi lahan basah, khususnya memelihara dan melestarikan Sungai Brantas [7]. Pemilihan akun Ecoton merupakan salah satu media besar yang memiliki pengikut berjumlah 14k di tahun 2023. Dalam menjalankan kegiatannya kepedulian sampah plastik Ecoton memiliki tiga pilar untuk mencapai programnya, pertama dengan menjalankan gerakan internal dan komunitas, kedua mengajak masyarakat dan lingkungan sekitar, dan ketiga mendorong pemerintah untuk meluruskan kebijakan hukum untuk industri serta pihak yang terkait penyebab kerusakan lingkungan [8]. Dengan memanfaatkan media sosial Instagram, Ecoton melakukan gerakan kerjanya yang bertujuan mengajak dan menyadarkan masyarakat atas pentingnya melestarikan lingkungan dari bebas sampah yang tidak dapat terurai, terutama sampah plastik. Dengan polah hidup minim sampah plastik merupakan salah satu solusi untuk meminimalisir sampah. Gaya hidup yang menekan secara ideal penghasil pengelolaan sampah [9].

Strategi komunikasi melalui media sosial yang dilakukan oleh Ecoton ialah memposting konten kreatif dan menarik yang bertujuan untuk menginformasikan (*to inform*), mendidik (*to educate*), menghibur (*to entertain*), dan memengaruhi (*to influence*) [10]. Berdasarkan penelitian lain, media dapat mengkampanyekan isu sampah plastik melalui gambar maupun video yang ditampilkan dalam postingannya. Dalam fenomena kepedulian ini pada akhirnya perlahan tumbuh kepedulian terhadap sampah plastik yang harus dikampanyekan secara berkala dengan berkolaborasi dengan komunitas peduli lingkungan, dengan melakukan aksinya untuk turun langsung ke objek-objek vital sampah plastik di kawasan wisata, sungai dan sumber mata air [11].

Terdapat penelitian terdahulu pada tahun 2023 yang ditulis oleh Rizky Fitri Ramadhani, Abdul Rasyid, dan Sakti Ritonga sebagai standar dalam penelitian ini, yang berjudul Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce Gambar Ilustrasi “Pandemi VS Baliho” pada Akun Instagram Tempo yang menggunakan metode kualitatif dengan tujuan untuk menjelaskan fenomena dengan melalui pengumpulan data yang dikumpulkan sekomprensif mungkin. Hasil yang diperoleh ialah gambar ilustrasi “Pandemi VS Baliho” merupakan satire atau memiliki makna pesan sindiran yang ditujukan kepada orang yang terlibat dalam politik di masa pandemi [12]. Hal selaras juga terdapat pada artikel jurnal yang ditulis oleh Genta Kurniawan yang berjudul Analisis Representasi dan Interpretasi Makna Visual Dalam Iklan Marjan Edisi Ramadhan 1444 H: Analisis Semiotika Roland Barthes yang menggunakan metode penelitian deskripsi kualitatif, yang memperoleh hasil; iklan tersebut dirasa perolehan kampanye yang dilakukan memiliki hasil dalam pesan yang rumit dan mendalam melalui media visual [13]. Pada penelitian di tahun 2023, yang ditulis oleh Muhammad Fadeli, dkk, sebelumnya turut sebagai acuan, yang memiliki judul Analisis Semiotika Pemaknaan Postingan Gambar Vaksin pada Akun Instagram @nobodycorp yang menggunakan metode kualitatif deskriptif, serta memperoleh hasil objek yang diteliti memiliki kesinambungan dan bermakna penyuaaran tentang vaksinasi [14]. Maria Paragita Puspita, dkk. Pada tahun 2021 menyusun jurnal berjudul Dampak Sampah Plastik Terhadap Hewan Yang Direpresentasikan Pada Tubuh Manusia dengan menggunakan metode perwujudan karya ialah pencarian ide, pemotretan, editing, kurasi foto, dan penyajian karya foto. Dengan memperoleh hasil mengetahui bagaimana tubuh seseorang dalam mengekspresikan serta merepresentasikan perasaan hewan yang terluka dan mati yang disebabkan dampak dari sampah plastik [15]. Dan di tahun 2023 Arum Kusuma Putri menulis sebuah karya jurnal yang berjudul Representasi Pencemaran Lingkungan Dalam Iklan Sirup Marjan Tahun 2023, penelitian tersebut menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif yang memiliki hasil pengangkatan isu sosial yang berupa pencemaran alam yang masih banyak dilakukan masyarakat sekitar, pesan yang disampaikan oleh iklan marjan membawa makna kepada masyarakat agar lebih peduli terhadap lingkungan sekitar [16].



Dalam buku Semiotika dalam Riset Komunikasi karya Nawiroh Vera, M.Si, menurut Peirce, makna sebuah tanda dapat berlangsung secara pribadi, sosial, atau bergantung kepada objek tertentu. Hal tersebut didasari oleh tiap-tiap seorang penafsir berdasarkan pengalamannya dalam memaknai sesuatu. Objek merupakan sesuatu yang disatukan tanda, dapat berupa materi yang ditangkap panca-indra, bisa juga bersifat angan-angan [17]. Dengan adanya penelitian ini untuk mengetahui bagaimana peduli sampah plastik yang ditampilkan melalui media sosial Instagram Ecoton. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pesan yang memiliki makna di dalam postingan foto maupun video Instagram Ecoton.

## II. METODE

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode kualitatif. Penelitian yang digunakan untuk mendeskripsikan secara mendalam serta untuk mencari data yang memiliki makna. Istilah lain mengatakan metode ini mengungkap makna dibalik yang tak nampak tersebut. Data primer dari penelitian ini merupakan laman media sosial Instagram Ecoton, serta data sekundernya jurnal lain atau penelitian terdahulu. Untuk memperoleh data dalam penelitian ini menggunakan dokumentasi foto atau video posting, data yang terkumpul tidak menekankan pada angka, melainkan pada kata-kata atau gambar [18]. Oleh karenanya, penelitian ini tidak mengandung generalisasi melainkan menekankan kejelasan informasi dan sampai kedalaman makna.

Instagram Ecoton awal dibuat dari tahun 2018, dengan aktif postingan sekadarnya, pengumpulan data foto atau video penelitian ini diambil dari Instagram Ecoton mulai tahun 2019 sampai dengan 2023. Dengan pemilihan kriteria objek foto atau video yang dipilih dengan mempertimbangkan banyak *views* atau komenan di postingan tersebut. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data semiotika. Karena sifat tanda sangat bergantung konteks serta bergantung dalam pada cara penggunaan tanda tersebut, teknik ini berupaya menemukan makna pada tanda, termasuk mencari makna yang tersembunyi dibaliknya. Menurut Charles Sanders Peirce, semiotika merupakan suatu perbuatan, pengaruh, atau kolaborasi melalui tiga subjek ialah

- a. **Tanda (*sign*)** yaitu bentuk fisik yang dapat dikenali panca indera manusia serta mengacu pada sesuatu selain tanda itu sendiri.
- b. **Acuan tanda (*objek*)** adalah rujukan pada suatu tanda atau suatu hal yang berkaitan dengan tanda dalam konteks sosial yang menjadi acuan
- c. **Penggunaan tanda (*interpretant*)**, konsep pemikiran dari seseorang yang menggunakan tanda lalu mereduksinya menjadi makna tertentu, tergantung objek yang dilihatnya

Oleh karenanya penelitian ini, menganalisis tanda, dan objek terkait postingan Instagram Ecoton yang berkaitan dengan Peduli Sampah Plastik. Peneliti menggunakan teknik triangulasi untuk teknik keabsahan data. Menurut Moleong, triangulasi ialah teknik pemeriksaan keabsahan data melalui kebenaran data menggunakan aspek lain melalui data yang akan dipadukan [19].

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini, analisis dibagi menjadi tiga bagian sesuai dengan teori triangel Charles Sanders Peirce yaitu tanda (*sign*), acuan tanda (*objek*), interpretant.

### Analisis I

**Sign**

Postingan video pada 5 September 2023



Gambar I. Sumber: Instagram @ecoton.id

**Objek**

Video ini berdurasi tidak lebih dari satu menit yang memiliki banyak pengambilan footage yang beragam serta pewarnaan dalam video ini menggunakan warna original atau tanpa penambahan filter di setiap scenenya, untuk video yang ditampilkan menggunakan alur maju dengan enam scene dan dilengkapi dengan footage tentang penumpukan sampah.

**Interpretant**

Pada salah satu postingan Instagram @ecoton.id, unggahan tersebut menggambarkan seorang anak remaja membeli makanan pentol dengan membawa peralatan guna ulang berupa botol minum dan tempat makan yang dapat digunakan berkali-kali serta menggunakan tas kain untuk membawa makanan tersebut.

Postingan melalui akun @ecoton.id tersebut dapat memberikan pesan bahwa untuk menuju hidup minim sampah plastik dapat dilakukan melalui hal-hal kecil, seperti membawa alat yang dapat digunakan jangka panjang, kegiatan tersebut merupakan bentuk penerapan sistem 3R (*reuse*, *reduce*, dan *recycle*) yang saat ini menjadi solusi pengelolaan sampah serta mudah dilaksanakan setiap individu untuk melaksanakan dalam kegiatan sehari-hari [20]. Dalam videonya penggunaan botol, dan tempat makanan dengan bahan stainless steel membawa makna wadah guna ulang dapat memberikan kekuatan dalam kemasan serta dapat menjaga cita rasa yang ada di dalam minuman [21].

Dalam videonya terdapat footage tentang pembakaran sampah dan tumpukan sampah menggunung yang dapat menyadarkan audience melalui pesan yang disampaikan. Hal tersebut selaras dengan penelitian yang ditulis Huriah Oktavia dengan judul “Produksi Pesan Kampanye di Media Sosial Instagram”, penulis menyampaikan bahwa kampanye melalui media sosial Instagram lebih efektif karena audience dapat mengetahui unggahan rencana atau kegiatan yang telah dilakukan yang bertujuan mencakup publik lebih luas [22].

**Analisis II****Sign**

Postingan video pada 30 Agustus 2023



Gambar II. Sumber: Instagram @ecoton.id

## Objek

Video yang ditampilkan pada unggahan tersebut membawa cerita humor tentang perselisihan pendapat kemasan yang digunakan dengan menggunakan background komedi Warkop Dki guna melengkapi humor yang disampaikan, video ini memiliki durasi setengah menit dengan pewarnaan yang sedikit redup, serta ditambahkan teks dialog percakapan pada tokoh tersebut.

## Interpretant

Untuk postingan di atas menceritakan dua orang pemuda yang hendak berkelahi karena pemakaian sampah plastik sekali pakai. Seorang pemuda datang dengan berjalan santai sambil memegang barang yang dikantongi kresek, kemudian bertemu dengan temannya (saling tanya-jawab) lalu ia sadar dengan kantong kresek yang dibawanya, kemudian ia menyarankan untuk memakai tas kain yang dapat digunakan berulang kali.

Ecoton memberikan pesan melalui konten Instagramnya, bahwa penggunaan plastik sekali pakai dapat membuat praktis atau malas? Dalam video tersebut seseorang memberikan tas guna ulang untuk dipakai berulang kali. Video kampanye tersebut memiliki makna bahwa penggunaan tas guna ulang memiliki manfaat baik untuk kesehatan, menunjang program minim sampah, dan untuk menghemat biaya. Menurut [23] Semakin banyak masyarakat yang tidak peduli terhadap lingkungan, semakin tinggi pula tingkat sampah yang tidak dapat terolah dengan baik, sehingga dapat memiliki dampak langsung terhadap lingkungan. Berdasarkan pendapat di atas membuktikan bahwa pentingnya mengedukasi kepada masyarakat agar sadar terhadap pentingnya pengetahuan tentang sampah.

Informasi tentang bahaya penggunaan kantong plastik sebagian masyarakat memahami tentang pengetahuan tersebut, akan tetapi kebiasaan yang dilakukan sangat melekat kepada masyarakat sehingga sulit untuk ditinggalkan. Pemakaian plastik digunakan untuk membungkus makanan, oleh karenanya saat suhu panas makanan naik ketika di dalam plastik, risiko terhadap kesehatan sangat dikhawatirkan. Jika tertimbun dalam jumlah besar dapat mengakibatkan gangguan kesehatan oleh penggunaannya yang dapat menyebabkan kanker, bayi cacat lahir, gangguan imunitas, dan mengganggu sistem endoktrin [24].

Scene video diatas menampilkan seorang pria yang membawa makanan dengan menggunakan kantong kresek berwarna hitam. Kresek hitam sendiri memiliki harga yang lebih murah ketimbang warna yang lain khususnya putih atau bening dan memiliki ciri khas yaitu bau yang lebih menyengat ketimbang warna yang lain. Oleh karena itu sebenarnya kantong kresek khususnya warna hitam sangat amat tidak dianjurkan untuk dipakai membungkus atau membawa makanan karena akan mengkontaminasi makanan di dalamnya. Faktanya. Kresek hitam biasanya beberapa masuk proses daur ulang sebanyak 4-5 kali. Serta ditambah dengan zat pewarna, dengan bahan HDPE. Kresek warna merah dan warna belang juga berbahaya, tapi lebih berbahaya kresek berwarna hitam [25].

Video yang ditampilkan memberikan efek warna tidak terlalu terang, serta penggunaan font dialog diberikan dua warna terang kuning dan putih, sehingga pesan yang disampaikan memiliki keseimbangan warna untuk tetap

nyaman ditonton. Penggunaan bahasa Jawa pada dialog antar tokoh memberikan makna bahwa Ecoton mengangkat kebudayaan melalui postingan video Instagram.

Video tersebut memiliki konsep komedi yang dibarengi dengan edukasi sehingga mudah dipahami oleh semua kalangan, dan terdapat wawasan yang didapatkan. Menurut [26], genre humor akan membuat penonton lebih mudah terkoneksi dengan para targer masyarakat yang dituju, dan ketertarikan untuk menyebarkan konten video lebih gampang.

### Analisis III

#### Sign

Postingan video pada 9 Juni 2023



Gambar III. Sumber: Instagram @ecoton.id

#### Objek

Unggahan ini menampilkan sebuah acara yang dibalut dengan konsep minim sampah plastik dengan menggunakan tambahan background Ya Maulana untuk pelengkap suatu acara yang berkonsep Islami, dengan pewarnaan video original atau tanpa tambahan warna. Untuk keberlangsungan acara dilengkapi dengan bahan yang dapat digunakan ulang.

#### Interpretant

Kegiatan untuk mengkampanyekan kehidupan minim sampah plastik tidak hanya melalui postingan media sosial, Ecoton juga mempraktikkan secara langsung dalam menjalani kehidupannya. Postingan ini menceritakan bahwa Founder Ecoton telah mengadakan acara Walimatus Safar, kegiatan tersebut berjalan tanpa menggunakan plastik sekali pakai, bahan yang digunakan organik, serta dapat digunakan berkali-kali.

Postingan diatas membawa pesan bahwa sebuah acara dapat berlangsung dengan konsep minim sampah plastik dapat dilakukan dalam acara apapun asalkan dilakukan dengan niat. Karena sebenarnya alternatif lain selain menggunakan plastik ada banyak di sekitar kita. Contohnya kantong plastik diganti dengan kain, steorofom diganti dengan kertas, dan botol mineral kemasan diganti dengan suguhan teh, kopi, atau jus.

### Analisis IV

#### Sign

Postingan pada 1 Januari 2021





Gambar IV. Sumber: Instagram @ecoton.id

### Objek

Postingan berupa poster diatas menyuguhkan warna background biru muda dengan kata ajakan “*Stop Eating Plastic*”, yang dikampanyekan dengan konsep tahun baru, pola hidup baru, pola pikir baru.

### Interpretant

Postingan tersebut menggambarkan untuk berhenti makan-makanan yang di bungkus oleh plastik, ajakan tersebut diramaikan tepatnya di tahun baru 2021 ditandai dengan huruf tagar untuk meningkatkan kampanye yang dilakukan.

Dalam postingan tersebut memiliki makna bahwa di tahun yang baru tercipta polah hidup dan polah pikir yang baru, dan dalam poster tersebut memiliki makna semua yang masuk ke dalam mulut manusia sebagian mengandung plastik. Oleh karenanya kampanye tersebut diunggah dengan warna biru muda untuk pendukung kesan yang ditimbulkan oleh warna hijau. Warna biru menjadi representasi tema yang positif dari elemen air dan spesifik untuk menyuarakan isu lingkungan [27].

Penggunaan hashtag atau tagar memiliki makna ajakan bagi para pengikut Instagram Ecoton untuk turut mengkampanyekan lingkungan melalui media sosial Instagram. Tagar atau hastag juga menjadi bagian dari kampanye melalui media sosial [28].

### Analisis V

#### Sign

Postingan video pada 1 Oktober 2020



Gambar V. Sumber: Instagram @ecoton.id

### Objek

Dalam unggahan video di atas memiliki durasi 1.50 menit yang menampilkan banyak scene tentang suatu obrolan dengan ditambah backsound komedi di scene tertentu untuk pelengkap humor tersebut. Untuk penggunaan warna yang digunakan video di atas menggunakan warna vintage dengan konsep video judul.

### *Interpretant*

Dalam postingan tersebut menceritakan seorang yang hendak mencalonkan diri sebagai Kepala Desa (KADES), orang tersebut bernama Ibu Pudjo. Ketika bertemu Ibu-ibu lain di suatu warung, Bu Pudjo memberikan alternatif lain berupa tas kain guna ulang, memberikan masukan wadah gelas plastik dirubah dengan gelas guna ulang dan memberikan wawasan polah hidup minim sampah plastik.

Di video tersebut memiliki bermacam makna yang telah disampaikan. Konsep warung mengartikan keakraban, warung juga sering dianggap sebagai tempat yang ramah dan akrab, sehingga setting yang ditampilkan memberikan kesan keakraban dan mengangkat tradisi lokal. Menurut [29] masyarakat sosial masih banyak yang suka ke warung untuk berbicara satu sama lain sehingga warung menjadi wadah untuk bertukar fikiran dan mendapatkan informasi baru. Sehingga rasa solidaritas dan kerukunan semakin melekat dalam sebuah ruang lingkup sehingga tumbuhlah rasa toleransi serta nilai kasih sayang satu sama lain.

Penggunaan Jilbab pada penampilan scene diatas menggambarkan seorang ibu rumah tangga yang menggunakan jilbab sederhana dan praktis untuk dipakai berbelanja di sebuah warung. Menurut [30] Penggunaan jilbab langsung dinilai lebih praktis dan tidak mengganggu pekerjaan ibu rumah tangga yang cukup padat dan rumit.

Untuk pewarnaan yang digunakan dalam editing video tersebut menggunakan konsep pewarnaan vintage yang menjadikan tontonan dramatis serta semakin menarik untuk ditonton [31].

Dalam aksinya Bu Pudjo mencari suara, warna pakaian, tas, dan kendaraan yang digunakan Ibu Pudjo menggunakan warna hijau yang menunjukkan makna seorang yang pro terhadap lingkungan hidup, dan turut tolak penggunaan plastik sekali pakai.

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan, ECOTON memiliki karakter dan etos kerja yang berkesinambungan terhadap kampanye kepedulian sampah plastik. Hal tersebut ditandai dengan banyaknya kegiatan yang telah diunggah dalam media sosial ECOTON. Representasi yang dapat diketahui ialah setiap pesan membawa makna terhadap kepedulian sampah plastik tersebut. Analisis semiotika Charles Sanders Peirce terhadap konten Instagram @ecoton.id mengungkapkan strategi representasi yang kompleks dan efektif dalam menyampaikan pesan kepedulian terhadap sampah plastik. Elemen-elemen visual dalam postingan ECOTON memainkan peran penting dalam merepresentasikan konsep kepedulian lingkungan. Penggunaan warna hijau dan biru secara konsisten dalam berbagai postingan berfungsi sebagai tanda yang merepresentasikan kebersihan, kesegaran, dan kepedulian terhadap lingkungan. Misalnya, pada postingan 1 Januari 2021, penggunaan warna biru muda pada poster "Stop Eating Plastic" tidak hanya menarik perhatian visual, tetapi juga secara simbolis merepresentasikan air bersih yang terancam oleh polusi plastik.

Narasi dan pesan dalam video-video ECOTON merepresentasikan gaya hidup minim sampah melalui pendekatan yang relatable dan kontekstual. Video tentang dua pemuda yang berselisih karena penggunaan kantong plastik (postingan 30 Agustus 2023) merepresentasikan konflik antara kebiasaan lama dan kesadaran baru tentang dampak plastik. Resolusi konflik melalui penggunaan tas kain tidak hanya merepresentasikan solusi praktis, tetapi juga perubahan pola pikir yang diperlukan untuk mengatasi masalah sampah plastik. ECOTON juga berhasil mengintegrasikan isu global sampah plastik ke dalam konteks lokal. Penggunaan bahasa Jawa dalam beberapa video, seperti pada postingan 1 Oktober 2020, tidak hanya membuat pesan lebih mudah dipahami oleh audiens lokal, tetapi juga merepresentasikan bahwa kepedulian terhadap sampah plastik adalah isu yang relevan dengan kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia.

Representasi kepedulian sampah plastik oleh ECOTON tidak hanya berfokus pada dampak lingkungan, tetapi juga menggambarkan aspek sosial, budaya, dan bahkan politik dari isu ini. Ini terlihat dari konten yang menghubungkan isu sampah plastik dengan kegiatan sehari-hari, tradisi lokal, dan bahkan proses politik lokal seperti dalam video kampanye Bu Pudjo. Secara keseluruhan, strategi representasi ECOTON melalui Instagram mendemonstrasikan bagaimana media sosial dapat menjadi alat yang efektif untuk kampanye lingkungan. Dengan memanfaatkan berbagai elemen visual, narasi yang kuat, dan kontekstualisasi lokal, ECOTON berhasil menciptakan representasi yang tidak hanya informatif, tetapi juga inspiratif dan berpotensi mendorong perubahan perilaku dalam hal penggunaan plastik dan gaya hidup minim sampah.

## **VII. SIMPULAN**

Ecoton berhasil merepresentasikan kepedulian terhadap sampah plastik melalui Instagram dengan menggunakan strategi visual dan naratif yang efektif. Mereka menggunakan elemen visual seperti warna hijau dan biru, video gaya hidup minim sampah, bahasa daerah, dan kontekstualisasi lokal untuk menyampaikan pesan mereka. Ecoton memanfaatkan platform Instagram secara maksimal dengan variasi konten dan interaksi dengan audiens. Penelitian ini menunjukkan bahwa Ecoton telah berhasil memanfaatkan media sosial Instagram untuk merepresentasikan kepedulian terhadap sampah plastik secara komprehensif dan efektif.



## UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah atas ridho dan rahmat Allah Swt, penulis dapat menyelesaikan penyusunan artikel jurnal yang berjudul “Representasi Peduli Sampah Plastik Pada Instagram Ecoton” dengan lancar. Namun, penulisan artikel jurnal ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak. Oleh karenanya, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

Orang tua yang selalu memberi dukungan, dosen pembimbing yang selalu membimbing dengan sabar, keluarga besar ECOTON yang telah menuangkan ilmu-ilmunya, teman-teman yang selalu memberikan motivasi serta solusi, dan semua pihak yang berkontribusi atas selesainya jurnal ini. Penulis menyadari akan kurangnya jurnal ini. Oleh karenanya, penulis menerima kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa mendatang.

## REFERENSI

- [1] M. Sholichah and P. Febriana, “Konstruksi citra diri dalam media baru melalui aplikasi instagram (analisis semiotik postingan instagram@ mayudyayunda),” *J. Spektrum Komun.*, pp. 1–9, 2022, [Online]. Available: <https://scholar.archive.org/work/x4wva7yfhzvb3dohag2eox5gou/access/wayback/https://archive.umsida.ac.id/index.php/archive/preprint/download/384/2587/2790>
- [2] Z. Triwahyuningsih, S. Romadlan, and W. Q. Khotimah, “Representasi Gaya Hidup Modern dalam Media Sosial Instagram @tantrinamirah,” *J. Dakwah dan Komun.*, vol. 7, no. 2, p. 149, 2022, doi: 10.29240/jdk.v7i2.5769.
- [3] A. Kholqiana, Q. Fauzianin, and S. T. Azzahra, “Representasi Komodifikasi Simbol Religi dalam Iklan Wardah,” *J. Audiens*, vol. 1, no. 2, 2020, doi: 10.18196/ja.12023.
- [4] D. M. K., “Representasi Anak-Anak Dalam Tayangan Iklan Komersial Di Media,” *J. Ilm. Komun. Makna*, vol. 1, no. 1, p. 3, 2019.
- [5] M. Z. Mubarak, “Representasi Citra Diri Walikota Semarang Melalui Akun Instagram@ Hendrarprihadi.” Universitas Islam Sultan Agung, 2019.
- [6] Z. D. I. A. M. Zelfia, “Representasi Gaya Hidup Hedonisme Generasi Millennial Dalam Media Sosial Instagram,” pp. 1–21, 2020.
- [7] D. Wulandari and I. M. Suwanda, “Peran Yayasan Ecoton Dalam Menumbuhkan Kesadaran Ecological Citizenship Pada Masyarakat Daerah Aliran Sungai Brantas (Studi Kasus Kecamatan Wringinanom Kabupaten Gresik),” *Kaji. Moral dan Kewarganegaraan*, vol. 7, no. 2, pp. 1008–1022, 2019.
- [8] D. Ardiansah and A. S. Adi, “Peran Lsm Ecoton Dalam Upaya Memperjuangkan Hak Atas Lingkungan Hidup Masyarakat Daerah Aliran Sungai Brantas,” *Kaji. Moral dan Kewarganegaraan*, vol. 10, no. 3, pp. 633–649, 2021, [Online]. Available: <https://doi.org/10.26740/kmkn.v10n3.p633-649>
- [9] K. Rustan, A. Agustang, and I. I. Idrus, “Penerapan Gaya Hidup Zero Waste Sebagai Upaya Penyelamatan Lingkungan Di Indonesia,” *SIBATIK J. J. Ilm. Bid. Sos. Ekon. Budaya, Teknol. dan Pendidik.*, vol. 2, no. 6, pp. 1763–1768, 2023, doi: 10.54443/sibatik.v2i6.887.
- [10] S. M. V. S. K. A. A. Maulana and T. Afrianto, “Strategi Komunikasi Ecoton Pada Instagram Sebagai Upaya Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Terhadap Pengurangan Plastik Sekali Pakai,” *Environ. Pollut. J.*, vol. 2, no. 1, pp. 317–323, 2022, doi: 10.58954/epj.v2i1.42.
- [11] I. K. A. Widiantara, “Strategi Public Relations Pemprov Bali Menuju Bali Bebas Sampah Plastik,” ... *J. Ilmu Sos. Dan Hum.*, no. 97, pp. 84–91, 2020, [Online]. Available: <http://jayapanguspress.penerbit.org/index.php/ganaya/article/view/390>
- [12] R. Fitri Ramadhani, A. Rasyid, and S. Ritonga, “Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce Gambar Ilustrasi ‘Pandemi Vs Baliho’ Pada Akun Instagram Tempo,” *Berajah J.*, vol. 3, no. 1, pp. 143–154, 2023, doi: 10.47353/bj.v3i1.207.
- [13] G. Kurniawan, “Analisis Representasi dan Interpretasi Makna Visual Dalam Iklan Marjan Edisi Ramadan 1444H: Analisis Semiotika Roland Barthes Jupriani Program Studi Desain Komunikasi Visual FBS, Universitas Negeri Padang,” *SENIMAN J. Publ. Desain Komun. Vis.*, vol. 1, no. 2, pp. 379–396, 2023, doi: 10.59581/seniman-widyakarya.v1i2.1921.
- [14] M. Fadel, T. Fitriawardhani, and H. Kurniawan, “Analisis Semiotika Pemaknaan Postingan Gambar Vaksin Pada Akun Instagram @Nobodycorp,” *Publicio J. Ilm. Polit. Kebijak. dan Sos.*, vol. 5, no. 1, pp. 14–26, 2023, doi: 10.51747/publicio.v5i1.1189.
- [15] A. S. Puspita, Maria Paragita, Wulandari, “Dampak Sampah Plastik Terhadap Hewan Yang Direpresentasikan Pada Tubuh Manusia,” pp. 11–14, 2006.
- [16] A. Dahlan and U. A. Dahlan, “Representasi Pencemaran Lingkungan Dalam Iklan Sirup Marjan Tahun 2023,” pp. 1–11, 2024.
- [17] N. Vera, *Semiotika dalam Riset Komunikasi*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2014.
- [18] U. S. R. Hadi, “Analisis Multimodal Representasi Ibu pada Feed Instagram @jokowi: Ibu Yang Berdaya

- (?),” *Calathu J. Ilmu Komun.*, vol. 5, no. 1, pp. 25–36, 2023, doi: 10.37715/calathu.v5i1.3515.
- [19] L. J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2019.
- [20] M. Ramdhan and E. Hermawan, “Permasalahan Sampah di Kota Bogor Sebagai Wilayah Penyangga DKI Jakarta,” *J. Ris. Jakarta*, vol. 15, no. 2, 2022, doi: 10.37439/jurnaldrd.v15i2.59.
- [21] D. Agung, A. Prawira, and E. B. Syarif, “Perancangan Tempat Penyimpanan Untuk Minuman Tradisional Khas Bali Dengan Menggunakan Material Stainless Steel,” vol. 11, no. 1, pp. 3128–3137, 2024.
- [22] O. Huriah, “Produksi Pesan Kampanye Di Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Gerakan Indonesia Diet Kantong Plastik Dalam Membangun Public Awareness).” STIKOM PROSIA, 2020.
- [23] P. A. Baskoro and B. Kurniawan, “Implementasi Kebijakan Penanganan Sampah Di Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo,” *Publika*, pp. 149–158, 2021, doi: 10.26740/publika.v9n2.p149-158.
- [24] BKPP. Kab. Demak, “Dampak Negatif Sampah Plastik, Kesehatan Hingga Lingkungan,” <https://bkpp.demakkab.go.id/>. Accessed: May 10, 2024. [Online]. Available: <https://bkpp.demakkab.go.id/2020/06/dampak-negatif-sampah-plastik-kesehatan.html>
- [25] Y. Virginia, Deddi Duto Hartanto, and Merry Sylvia, “Perancangan Kampanye Pengolahan Sampah Plastik Menjadi Dispenser Kresek Sebagai Solusi Pengurangan Sampah Plastik,” *J. DKV Adiwarna*, vol. 1, no. 16, p. 10, 2020, [Online]. Available: <http://publication.petra.ac.id/index.php/dkv/article/view/10427>
- [26] F. S. Siregar, “Pemberitaan Media Dan Motivasi Kerja Anggota Satlantas Polresta Sidoarjo,” *J. Kawruh Abiyasa*, vol. 2, no. 2, pp. 127–138, 2022.
- [27] L. C. Hartanto, P. A. Pascarina, G. L. D. Swastika, R. S. Nirwan, and K. R. S. Kedaton, “Perancangan Media Sosial Instagram Untuk Memberdayakan Lsm Lingkungan Hidup,” *SHARE “SHaring - Action - REflection,”* vol. 8, no. 1, pp. 65–72, 2022, doi: 10.9744/share.8.1.65-72.
- [28] A. Fadli and H. Sazali, “Peran Media Sosial Instagram @Greenpeaceid Sebagai Media Kampanye Dalam Menjaga Lingkungan,” *J. Ilmu Komun. UHO J. Penelit. Kaji. Ilmu Komun. dan Inf.*, vol. 8, no. 2, pp. 209–222, 2023, doi: 10.52423/jikuho.v8i2.32.
- [29] N. Hidayati and H. Huriyah, “Nilai-Nilai Sosial Tradisi Mawarung dalam Perspektif Islam di Kalimantan Selatan,” *Al-Banjari J. Ilm. Ilmu-Ilmu Keislam.*, vol. 21, no. 1, pp. 54–65, 2022.
- [30] N. Rohmaniyah, R. Rusli, A. Sani, and A. Sholikhin, “Jilbab: Ajaran Agama, Budaya dan Peradaban,” *Cakrawala J. Stud. Islam*, vol. 18, no. 1, pp. 49–61, 2023, doi: 10.31603/cakrawala.8513.
- [31] H. Sama, Z. Zulkarnain, and F. A. Putra, “Design and Development of Documentary Video in Batam as Dark Tourism Promotion Media,” *J. Informatics Telecommun. Eng.*, vol. 6, no. 1, pp. 1–9, 2022, doi: 10.31289/jite.v6i1.5395.

**Conflict of Interest Statement:**

*The author declares that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.*