

**ANALISIS WACANA KRITIS : AESHNINA
STRATEGI DALAM MENYUARAKAN ISU LINGKUNGAN MELALUI
WACANA DIGITAL**

Xiqoyu Freety Margaretha

Ilmu Komunikasi,
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
mgrthfreety@gmail.com

Diva Kagum Sadewa

Ilmu Komunikasi,
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
caffemild@gmail.com

Ivan Arya

Ilmu Komunikasi,
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

ABSTRAK

Penelitian ini mengulas strategi Aeshnina dalam mengadvokasi isu lingkungan melalui platform digital. Melalui analisis wacana kritis, penelitian ini mengeksplorasi bagaimana Aeshnina menggunakan bahasa dan narasi untuk mempengaruhi opini publik dan kebijakan terkait lingkungan. Penelitian ini menggunakan metode analisis wacana kritis untuk membedah strategi komunikasi yang digunakan Aeshnina, termasuk penggunaan retorika, framing isu, dan pendekatan naratif. Temuan penelitian ini dapat memberikan wawasan tentang peran media sosial dalam mengubah persepsi masyarakat terhadap isu-isu lingkungan.

Kata kunci: *Aeshnina, analisis wacana kritis, isu lingkungan, media sosial, retorika.*

A. PENDAHULUAN

Budaya kontemporer biasa dikenal sebagai budaya pop merupakan proses penyatuan yang saling terkait dan saling berhubungan satu budaya dengan budaya lainnya secara masif. Dalam era informasi, perkembangan teknologi telah memudahkan orang mendapatkan informasi dari luar, yang menjadi salah satu pemicu tumbuhnya budaya kontemporer disertai doktrin-doktrin barat masuk dalam tatanan kehidupan sosial dan budaya masyarakat Indonesia. Kontemporer adalah istilah yang berkaitan dengan masa kini, dan penggunaannya di bidang seni memang yang paling sering didengarkan oleh kebanyakan orang. Seni kontemporer adalah perkembangan seni yang terpengaruh dampak modernisasi dan berkembang. Perkembangan teknologi

telah membawa banyak dampak positif bagi kehidupan manusia. Dimulai dari kemajuan teknologi pada media social hingga media massa, teknologi memudahkan manusia dalam berbagai aspek kehidupan.

Media sosial telah menjadi salah satu platform yang sangat penting dalam kampanye digital, terutama aktivis lingkungan saat ini. Dalam beberapa tahun terakhir, media sosial telah mengubah lanskap kampanye, dengan platform seperti Tiktok, Facebook, dan Instagram menjadi medan pertempuran aktivis, tempat di mana kandidat dan tim kampanye berinteraksi dengan issue' lingkungan diantar daerah. Dengan menggunakan peran besar cyber activism saat ini gerakan sosial sangat mudah untuk dibentuk. Bahkan, peran cyber activism ini sendiri dengan didukung dengan sosial media menghilangkan batasan-batasan yang muncul.



Sumber: Komentrian Komunikasi dan Informasi Indonesia, 2019

Data Kementerian Komunikasi dan Informasi Republik Indonesia menunjukkan data pengguna user media sosial di Indonesia dari tahun ke tahun terus meningkat. Pada tahun 2019 angka pengguna media sosial di Indonesia mencapai 160 juta pengguna aktif. Angka tersebut meningkat hingga 22 juta pengguna user media aktif dibandingkan pada Tahun 2018. Pada tahun 2018 pengguna media sosial aktif hanya mencapai 138 juta pengguna. Dari data yang ada dapat kita lihat bahwa pengguna user media di Indonesia dari tahun ke tahun terus mengalami kenaikan. Bahkan meningkat sekitar hampir rata-rata 20 juta pengguna setiap tahunnya. Sehingga dengan besarnya pengguna media sosial yang aktif di Indonesia tidak heran jika respon masyarakat sangat aktif dalam berbagai kegiatan serta isu-isu publik pada media sosial. Bahkan tahun 2020, pengguna media sosial aktif mencapai 220 juta pengguna. Intensitas yang tinggi pada pengguna media sosial berdampak pada munculnya gerakan perubahan sosial akar rumput yang pada akhirnya memberikan gerakan baru (Mustaqim, 2018). Selain dampak terkait dengan pergerakan informasi yang bergerak lebih cepat, peran para aktivis atau disebut dengan cyber activism tidak bisa dilepaskan ikut bermain di balik serangkaian pemberian informasi yang tentunya memberikan pengaruh yang besar dalam menimbulkan gerakan kolektif yang berkaitan dengan isu global (Baum & Potter, 2019). Maka dari itu media sosial atau yang dikenal dengan medsos menjadi gambaran bagaimana bahasa dipahami dan dimainkan dalam konteks dan fungsi tertentu. Dengan kecanggihan teknologi, bahasa mudah diaplikasikan secara kontekstual, praktis, dan dinamis demi berbagai tujuan. Media sosial menjadi tempat tersendiri bagi masyarakat untuk menjalankan praktik sosial dan ideologi. Jutaan pengguna aktif media

sosial (netizen) yang menyeluruh dari berbagai faktor demografis dan geografis yang berbeda, semakin menunjukkan sentralnya peran teknologi informasi dalam peradaban masyarakat era digital. Hal tersebut, secara signifikan telah memengaruhi pola pikir dan gaya hidup para penggunanya.

Dalam mewujudkan isu lingkungan di era digital ini tentunya memerlukan strategi. Aeshnina adalah seorang aktivis lingkungan digital yang menggunakan platform media sosialnya untuk menyuarakan isu-isu lingkungan. Dia aktif di Twitter, Instagram, dan YouTube, di mana dia berbagi informasi tentang berbagai topik lingkungan, seperti perubahan iklim, polusi, dan deforestasi. Aeshnina juga menggunakan platformnya untuk mengkampanyekan aksi untuk melindungi lingkungan, seperti mengajak masyarakat untuk melakukan *reduce, recycle, dan reuse*. Aeshnina menggunakan berbagai strategi dalam menyuarakan isu lingkungan melalui wacana digital. Berdasarkan latar belakang tersebut, dapat dirumuskan masalah: “Strategi apa saja yang digunakan oleh Aeshnina dalam menggunakan media sebagai kampanye digital?”

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menganalisis strategi Aeshnina dalam menyuarakan isu lingkungan melalui wacana digital menggunakan metode penelitian wacana kritis, observasi, dan wawancara. Aeshnina, seorang aktivis muda yang aktif di media sosial, memanfaatkan platform digital untuk mengedukasi dan menggerakkan masyarakat terhadap isu-isu lingkungan. Metode penelitian wacana kritis memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi bagaimana bahasa dan narasi yang digunakan oleh Aeshnina membentuk persepsi dan sikap publik terhadap isu lingkungan. Observasi dilakukan dengan memantau aktivitas dan konten Aeshnina di berbagai platform digital, sementara wawancara mendalam dilakukan untuk memahami motivasi, tujuan, dan dampak dari strategi komunikasinya. Hasil analisis menunjukkan bahwa Aeshnina berhasil membangun wacana yang kuat dan mempengaruhi audiensnya melalui penggunaan bahasa yang persuasif, visual yang menarik, dan narasi yang relevan dengan pengalaman sehari-hari. Dengan memanfaatkan wacana digital, Aeshnina mampu menjangkau audiens yang lebih luas dan memperkuat gerakan lingkungan di Indonesia. Penelitian ini berkontribusi pada pemahaman tentang peran penting aktivisme digital dalam mengadvokasi isu lingkungan dan bagaimana strategi komunikasi yang efektif dapat meningkatkan kesadaran dan tindakan kolektif.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Wacana Kritis

Analisis wacana kritis (Critical Discourse Analysis) adalah pendekatan yang digunakan untuk memahami bagaimana bahasa digunakan dalam konteks sosial dan politik. Dalam konteks Aeshnina, analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi bagaimana ia menggunakan bahasa dan platform digital untuk memengaruhi opini publik dan mengadvokasi perubahan kebijakan. Aeshnina, seorang aktivis lingkungan muda asal Indonesia, telah mendapatkan perhatian nasional dan internasional melalui kampanyenya melawan polusi plastik. Ia memanfaatkan berbagai platform digital untuk menyuarakan isu-isu lingkungan,

menciptakan diskursus yang kuat dan memengaruhi banyak orang. Melalui analisis wacana kritis, peneliti dapat memahami bagaimana Aeshnina menggunakan bahasa dan media untuk memajukan tujuannya.

2. Strategi Retoris

Penggunaan Narasi Pribadi

Salah satu strategi utama yang digunakan oleh Aeshnina adalah penggunaan narasi pribadi. Ia sering mengaitkan pesan lingkungan dengan pengalaman pribadinya, membuat pesan tersebut lebih relatable dan emosional bagi audiensnya. Misalnya, Aeshnina sering berbagi cerita tentang pengalamannya melihat langsung dampak polusi plastik di sungai-sungai lokal di kampung halamannya. Narasi pribadi ini tidak hanya membuat pesan lebih menarik, tetapi juga menciptakan kedekatan dan kepercayaan dengan audiens. Dengan menceritakan pengalaman pribadinya, Aeshnina mampu menunjukkan bahwa masalah lingkungan adalah nyata dan dekat dengan kehidupan sehari-hari.

Pemberdayaan Diri dan Audiens

Aeshnina juga menggunakan bahasa yang memotivasi dan menginspirasi untuk memberdayakan audiensnya. Ia mendorong pengikutnya untuk mengambil tindakan dan menjadi bagian dari solusi. Dalam banyak postingan di media sosialnya, Aeshnina sering menggunakan kalimat-kalimat seperti "Kita bisa membuat perubahan" atau "Mari bersama-sama melindungi bumi kita." Bahasa yang memberdayakan ini membantu audiens merasa bahwa mereka memiliki kekuatan dan peran penting dalam menyelesaikan masalah lingkungan.

Konteks Global

Aeshnina sering mengaitkan isu-isu lokal dengan konteks global, menunjukkan bagaimana masalah lingkungan di Indonesia adalah bagian dari krisis lingkungan yang lebih luas. Misalnya, ia sering menyebutkan bagaimana polusi plastik di Indonesia berkontribusi terhadap masalah sampah plastik di lautan dunia. Dengan mengaitkan isu lokal dengan masalah global, Aeshnina berhasil memperkuat urgensi pesan dan menghubungkan audiens lokal dengan gerakan global. Hal ini juga membantu audiens melihat bahwa tindakan mereka memiliki dampak yang lebih luas.

Penggunaan Media Sosial

Aeshnina memanfaatkan berbagai platform media sosial untuk menyebarkan pesannya, termasuk Instagram, Twitter, dan YouTube. Analisis ini menemukan beberapa pola penting dalam penggunaan media sosialnya.

Visualisasi yang Kuat

Penggunaan gambar dan video yang menarik secara visual membantu meningkatkan daya tarik pesan. Misalnya, Aeshnina sering membagikan foto-foto polusi plastik di sungai-sungai lokal atau video kampanye yang menyentuh hati. Visualisasi yang kuat ini tidak hanya menarik perhatian audiens tetapi juga membantu menyampaikan pesan dengan lebih efektif. Gambar dan video memiliki kemampuan untuk menyampaikan emosi dan dampak visual yang lebih besar daripada kata-kata saja.

Interaksi dengan Audiens

Aeshnina aktif berinteraksi dengan pengikutnya, menjawab pertanyaan, dan mengadakan sesi tanya jawab. Ini membantu membangun komunitas yang

solid dan mendukung di sekitar isu yang diangkatnya. Interaksi langsung dengan audiens juga memungkinkan Aeshnina untuk memahami kekhawatiran dan kebutuhan mereka, sehingga ia dapat menyesuaikan pesan dan strategi komunikasinya dengan lebih efektif.

Hashtag dan Kampanye Virality

Penggunaan hashtag yang strategis dan partisipasi dalam kampanye global seperti #BreakFreeFromPlastic membantu memperluas jangkauan pesan dan menarik perhatian media internasional. Hashtag memungkinkan pesan Aeshnina untuk ditemukan oleh audiens yang lebih luas dan terlibat dalam diskusi yang lebih besar. Selain itu, kampanye virality ini juga membantu menciptakan momentum dan kesadaran publik yang lebih besar tentang isu polusi plastik.

3. Kolaborasi dan Aliansi

Aeshnina juga berhasil membangun aliansi dengan berbagai organisasi lingkungan dan aktivis internasional. Kolaborasi ini tidak hanya memperkuat pesan tetapi juga memberikan platform yang lebih luas untuk suaranya.

Kolaborasi dengan Organisasi Lingkungan

Misalnya, kolaborasi dengan Greenpeace dan partisipasi dalam konferensi internasional meningkatkan kredibilitas dan dampak kampanyenya. Aliansi dengan organisasi besar seperti Greenpeace memberikan legitimasi tambahan pada pesan Aeshnina dan membantunya mencapai audiens yang lebih luas. Selain itu, kolaborasi ini juga membuka peluang untuk mendapatkan dukungan sumber daya dan jaringan yang lebih luas.

Partisipasi dalam Konferensi Internasional

Partisipasi dalam konferensi internasional memungkinkan Aeshnina untuk berbagi pengalamannya dan belajar dari aktivis lain. Ini juga memberinya kesempatan untuk mempengaruhi kebijakan pada tingkat yang lebih tinggi. Dengan berpartisipasi dalam forum internasional, Aeshnina dapat mengangkat isu-isu lokal ke panggung global dan mendorong tindakan kolektif.

4. Observasi

Observasi terhadap aktivitas digital Aeshnina menunjukkan dedikasi dan konsistensinya dalam mengadvokasi isu lingkungan. Beberapa temuan penting dari observasi ini adalah sebagai berikut.

Konsistensi Pesan

Aeshnina menjaga konsistensi dalam pesan yang disampaikan, baik dari segi tema maupun gaya bahasa. Ini membantu membangun brand activism yang kuat dan mudah dikenali. Konsistensi pesan juga membantu audiens memahami dan mengingat pesan utama yang ingin disampaikan oleh Aeshnina.

Adaptasi terhadap Platform

Ia mampu menyesuaikan gaya komunikasinya sesuai dengan platform yang digunakan. Misalnya, pesan yang lebih formal dan informatif di LinkedIn, serta pesan yang lebih personal dan visual di Instagram. Adaptasi ini memungkinkan Aeshnina untuk menjangkau berbagai segmen audiens dengan lebih efektif dan sesuai dengan preferensi mereka.

5. Wawancara

Wawancara dengan Aeshnina dan para pengikutnya memberikan wawasan tambahan mengenai motivasi dan dampak dari kampanye digitalnya. Beberapa

poin penting dari wawancara ini adalah sebagai berikut.

Motivasi Pribadi

Aeshnina terinspirasi oleh pengalaman pribadinya melihat dampak polusi plastik di lingkungan sekitarnya, yang mendorongnya untuk bertindak dan menyuarakan isu tersebut. Motivasi pribadi ini memberikan kekuatan tambahan pada pesan yang disampaikannya dan menunjukkan komitmen yang tulus terhadap isu lingkungan.

Dampak pada Audiens

Banyak pengikutnya yang merasa terinspirasi untuk mengambil tindakan lingkungan setelah terpapar pada pesan-pesan Aeshnina. Hal ini menunjukkan efektivitas strategi komunikasinya dalam memobilisasi audiens. Dampak ini juga mencerminkan bahwa Aeshnina berhasil membangun komunitas yang peduli dan berkomitmen terhadap isu lingkungan.

D. KESIMPULAN

Melalui analisis wacana kritis, kita dapat melihat bagaimana Aeshnina menggunakan berbagai strategi retorik, platform media sosial, dan kolaborasi untuk menyuarakan isu lingkungan. Penggunaan narasi pribadi, di mana Aeshnina mengaitkan pesan lingkungan dengan pengalaman pribadinya, membuat pesan tersebut lebih relatable dan emosional bagi audiens. Pemberdayaan audiens juga menjadi kunci dalam strateginya, dengan bahasa yang memotivasi dan menginspirasi untuk mendorong pengikutnya mengambil tindakan dan menjadi bagian dari solusi. Selain itu, konteks global yang sering disisipkan dalam pesannya menunjukkan bagaimana masalah lingkungan di Indonesia adalah bagian dari krisis yang lebih luas, memperkuat urgensi pesan dan menghubungkan audiens lokal dengan gerakan global.

Penggunaan visualisasi yang kuat dalam media sosialnya, seperti gambar dan video yang menarik secara visual, membantu meningkatkan daya tarik pesan dan menyampaikan emosi dengan lebih efektif. Interaksi aktif dengan audiens, melalui sesi tanya jawab dan respons terhadap komentar, membangun komunitas yang solid dan mendukung. Partisipasinya dalam kampanye global dan penggunaan hashtag strategis, seperti #BreakFreeFromPlastic, memperluas jangkauan pesan dan menarik perhatian media internasional. Kolaborasi dengan organisasi lingkungan, seperti Greenpeace, dan partisipasinya dalam konferensi internasional, tidak hanya memperkuat pesan tetapi juga memberikan platform yang lebih luas dan kredibilitas tambahan.

Observasi terhadap aktivitas digital Aeshnina menunjukkan dedikasi dan konsistensinya dalam mengadvokasi isu lingkungan. Pesannya tetap konsisten baik dari segi tema maupun gaya bahasa, membangun brand activism yang kuat dan mudah dikenali. Adaptasi terhadap berbagai platform media sosial, dengan menyesuaikan gaya komunikasi sesuai dengan audiens masing-masing platform, juga menunjukkan fleksibilitas dan pemahaman yang baik terhadap media digital. Wawancara dengan Aeshnina dan para pengikutnya mengungkapkan motivasi pribadinya yang kuat, terinspirasi oleh pengalaman melihat dampak polusi plastik secara langsung, serta dampak positif kampanyenya yang menginspirasi banyak pengikut untuk mengambil tindakan nyata dalam menjaga

lingkungan. Dengan demikian, Aeshnina berhasil memanfaatkan diskursus digital untuk mengadvokasi perubahan kebijakan dan meningkatkan kesadaran publik tentang isu polusi plastik.

DAFTAR PUSTAKA

- Boyatzis, R. E. (2021). Strategic dreaming: An innovative coaching technique for generative self awareness and vision. *Journal of Management Education*, 45(2), 216–234. <https://doi.org/10.1177/1052562920968067>
- Bryant, A., & Charmaz, K. (2019). *The SAGE Handbook of Current Developments in Grounded Theory*. <https://doi.org/10.4135/9781526436061>
- Cohen, E., Caburnay, C.A., Luke, D.A., Cameron, G.T., Kreuter, M. W. (2018). Beyond the checklist: understanding advocacy coalitions through interviews with tobacco control policy elites. *BMC Public Health*, 18(1), 1203. <https://doi.org/DOI:10.1186/s12889-018-6086-9>.
- Craig, R. T., & Tracy, K. (2014). Building Grounded Practical Theory in Applied Communication Research: Introduction to the Special Issue. *Journal of Applied Communication Research*, 42(3), 229–243. <https://doi.org/10.1080/00909882.2014.916410>
- Craig, R. T., & Tracy, K. (2021). Grounded practical theory investigating communication problems. November 2020, 2020–2022.
- Fitriani, L. P., Utami, E. S., & Arafah, K. (2018). The Role of Social Media in Activism: A Literature Review. *Journal of Political Science and Leadership Research*, 1(2), 62–71.
- Setyawan, B. (2018). The digital transformation of student activism in Indonesia: A study of student protests against the proposed criminal code changes in 2019. *Asian Journal of Communication*, 4(4), 374–391.
- Stoler, A. L. (2019). Saving Leuser Ecosystem: Social media and environmental activism in Aceh, Indonesia. *Asian Journal of Social Science*, 47(3), 308–325.