

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Krisis iklim adalah isu lingkungan yang sedang hangat diperbincangkan masyarakat. Krisis iklim masuk *dalam Sustainable Development Goals* atau SDG pada poin ke 13 yaitu *Climate Action*, dimana poin ini bertujuan untuk membuat aksi dalam menanggulangi dampak dan perubahan iklim (United Nations, 2022). Perubahan iklim tidak semata-mata membahas mengenai cuaca dalam waktu singkat, melainkan pembahasan mengenai isu lingkungan perihal suhu dalam jangka panjang yang mengakibatkan menipisnya gas rumah kaca atau GRK. Tahun 2011-2020 menjadi rekor terpanas karena, sekarang bumi 1,1°C lebih hangat daripada di akhir 1800-an. Konsekuensi dari perubahan iklim menyebabkan kerusakan alam antara lain banjir, percairan es kutub, adanya kekeringan, kebakaran, kelangkaan air dan isu lingkungan lainnya (United Nations, 2022).

Naiknya suhu bumi berpengaruh pada menipisnya gas rumah kaca yang berfungsi untuk melindungi suhu bumi. Letusan gunung merapi dan energi matahari adalah proses natural dari alam yang menjadi salah satu faktor mempengaruhi iklim bumi. Tetapi proses alam tersebut tidak menjelaskan adanya pemanasan global yang terjadi (EPA, 2022). Sebuah lembaga pemerintah federal Amerika Serikat yang bertugas untuk melindungi kesehatan lingkungan dan manusia yaitu *United States Environmental Protection Agency* (EPA), menyatakan bahwa aktivitas manusia saat revolusi industri telah memproduksi karbon dioksida dan gas rumah kaca berjumlah besar. Hal tersebut menjadi salah satu faktor yang mengakibatkan *Climate Change*.

Pada abad ke-18, manusia mengalami revolusi industri yaitu adanya kegiatan pembakaran fosil seperti minyak, gas dan batu bara dimana kegiatan tersebut dilakukan untuk memenuhi kebutuhan manusia. Seperti bensin yang menjadi bahan bakar manusia untuk mengendarai sebuah mobil atau motor. Tetapi hal tersebut menghasilkan emisi gas rumah kaca yang menyebabkan banyaknya

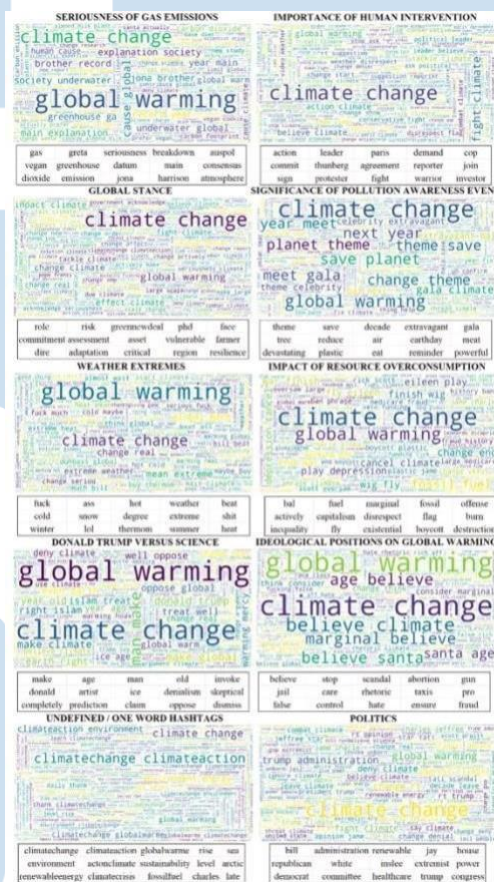
produksi karbondioksida berlebih dan berdampak bagi lapisan bumi tersebut (United Nations, 2022). Dampak dari kenaikan suhu yang menghangatkan bumi antara lain adanya perubahan suhu ekstrim, naiknya permukaan laut, kebakaran hutan, kekeringan, mencairnya es di kutub dan lain sebagainya. Mencairnya es di kutub mempengaruhi kehidupan alam di kutub utara terhadap satwa dan alam sekitar. Lalu kekeringan yang mempengaruhi hutan dan tanaman. Dan dampak lainnya dimana hal tersebut berdampak bagi manusia (World Wild Life, 2023).

Indonesia adalah negara kepulauan dimana letak geografis Indonesia berada di tengah dua benua dan berada di antara samudera dimana hal tersebut berpengaruh terhadap alam sekitar dan bagaimana kehidupan para penduduk (Julismin, 2013). Salah satu faktor besar dari adanya perubahan iklim adalah aktivitas manusia, dampak dari ulah manusia yang memasuki urbanisasi industrialisasi, dan lainnya (Julismin, 2013). Indonesia memiliki ambisi untuk menurunkan emisi gas rumah kaca sekitar 2% berdasarkan dokumen *Enhanced Nationally Determined Contributions* (NDC) (Hasjanah, 2022). Institute for Essential Services Reform (IESR) selaku bagian dari *Climate Action Tracker* (CAT), beranggapan bahwa Indonesia belum berupaya maksimal dalam melakukan *climate action*.

Dalam hal ini Indonesia berupaya untuk mengatasi perubahan iklim dengan memperhitungkan biaya dalam mengatasi bencana iklim di Indonesia dengan menghitung *environmental cost* dalam adaptasi dan mitigasi perubahan iklim (Hasjanah, 2022). Perhitungan tersebut terjadi karena Indonesia masih melakukan pengelolaan batu bara, karena hal tersebut penting bagi sumber energi listrik di Indonesia. Sedangkan kegiatan tersebut berpengaruh terhadap suhu perubahan iklim di Indonesia. Maka dari itu adanya perencanaan keuangan dalam penghentian kegiatan tersebut dan usaha dalam transisi energi di Indonesia (IESR, 2022).

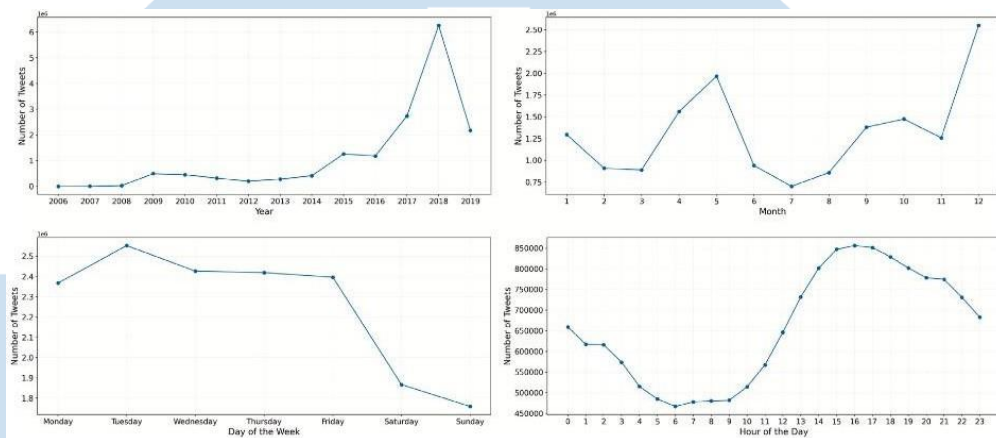
Media sosial *Twitter* adalah sebuah aplikasi yang dapat digunakan khalayak untuk berkomunikasi dengan cepat (Tamburian, 2015). Aplikasi tersebut dapat dikategorikan komunikasi dua arah, karena apabila suatu akun mengunggah *tweet*, *tweet* tersebut dapat dibalas oleh akun lainnya. Fitur dalam *Twitter* yang paling bermanfaat dalam pencarian suatu informasi adalah tagar. Tagar digunakan khalayak

pengguna *Twitter* untuk membahas topik yang sedang hangat dibicarakan (Tamburian, 2015). Tagar dapat berfungsi sebagai kata kunci, yang dapat memudahkan pengguna *Twitter* dalam mencari dan membahas informasi (León, et al., 2021). Tagar dalam *Twitter* menjadi alat yang membantu orang dalam menemukan topik yang sedang dibicarakan. *Trending topic* adalah suatu istilah akibat banyaknya orang yang membahas topik tersebut (Juditha, 2015).



Gambar 1.1 Topik pembahasan perubahan iklim di Twitter

Sumber : Effrosynidis, et al. (2022)



Gambar 1.2 Grafis Analisis *Twitter*

Sumber : Effrosynidis, et al. (2022)

Effrosynidis, Karasalidis, Sylaios dan Arampatzis (2022) menemukan bahwa terdapat 15.789.411 *tweet* terkait dengan perubahan iklim dan pemanasan global selama lebih dari 13 tahun. Gambar 1.1 memperlihatkan *keywords* terhadap topik-topik yang dibahas mengenai *climate change* di *twitter*. Lalu gambar 1.2 menunjukkan grafis pembahasan perubahan iklim di *twitter*. Pengguna *Twitter* di Indonesia mencapai 18,45 Juta lebih per Januari tahun 2022 (Databoks, 2022). Indonesia memasuki urutan ke lima negara terbanyak pengguna aplikasi *Twitter*. Dalam media sosial pembahasan *climate change* di *Twitter* sangat bervariasi dengan menggunakan tagar #perubahaniklim, #climatechange, #krisisiklim, #climateaction, dan tagar lainnya yang berhubungan dengan perubahan iklim baik dalam bahasa Indonesia, Inggris, dan bahasa lain.

Selain penggunaan tagar, pembahasan *climate change* Media sosial *Twitter* digunakan para user untuk menjadi ruang protes (Segeberg & Bennet, 2011), dan mengakibatkan banyaknya *tweets* dari berbagai opini publik mengenai perubahan iklim atau *climate change*. Media sosial dapat mempengaruhi opini dan perilaku seseorang (Williams, et al., 2015). Penelitian ini akan meneliti unggahan yang menggunakan #krisisiklim.

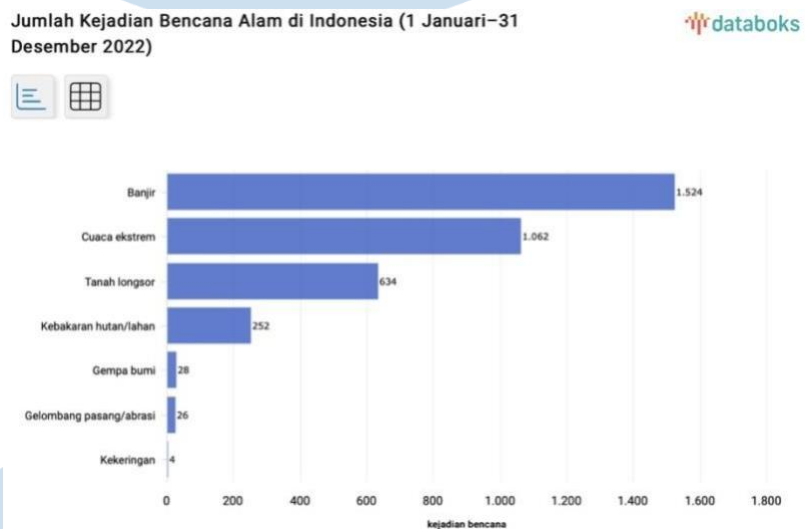
Jangka waktu untuk data yang digunakan adalah dalam kurun waktu satu tahun yaitu 20 Desember 2021 - 20 Desember 2022 karena terdapat banyak kejadian akibat perubahan iklim yang terjadi di dunia khususnya Indonesia pada tahun 2022.



Gambar 1.3 Grafis Suhu di Indonesia

Sumber : bmgk.go.id (2023)

Gambar 1.3 memperlihatkan grafis perubahan suhu yang berdampak pada perubahan iklim. Selain itu dampak dari perubahan suhu yang terjadi, terdapat banyak bencana yang terjadi di dunia dan Indonesia dapat dilihat pada gambar 1.4.



Gambar 1.4 Data Bencana Alam di Indonesia Tahun 2022

Sumber : Databoks (2022)

Dengan penjelasan di atas, data yang digunakan yaitu *tweets* atau unggahan menggunakan tagar #krisisiklim 20 Desember 2021 - 20 Desember 2022, tahap penelitian selanjutnya adalah menganalisis pembingkai *tweets* tersebut agar mengetahui pengertian *tweets* yang membahas *climate change* di media sosial.

Dalam ilmu komunikasi, terdapat *Climate Change Communication* dimana topik pembahasan perihal perubahan iklim dapat dikomunikasikan tidak hanya menaikkan *awareness* saja melainkan dapat memberikan pesan persuasif yang dapat membuat individu maupun kelompok melakukan aksi dalam menanggapi perubahan iklim (Priest, 2016). Tujuannya adalah bagaimana cara mengomunikasikan perubahan iklim dalam khalayak yang lebih luas (Moser & Dilling, 2007). *Climate Change Communication*, karena topik tersebut sudah menjadi topik internasional karena topik perubahan iklim tidak hanya dilihat dari sisi komunikasi, melainkan di bidang perubahan iklim, kebijakan lingkungan, psikologi, sosiologi, dan geografi (Moser & Dilling, 2007).

Framing atau membingkai dalam ilmu komunikasi sering digunakan untuk menganalisis suatu peristiwa atau realitas yang dibingkai oleh media (Eriyanto, 2015). Berbeda dengan *framing* secara umum, *framing climate change* (Moernaut, et al., 2017), menjelaskan pembingkaiian *climate change* dengan model *multi-level* atau dapat disebut *Climate Change Frames*. Terdapat lima *frames* dalam penelitian Moernaut, dan dua masterframe atau kerangka induk yang membedakan dua sudut pandang *climate change frames* yaitu *Anthropocentric Masterframe* atau kerangka induk Antroposentris dan *Transformation Masterframe* atau dapat disebut Biosentris. Perbedaan keduanya adalah bagi kerangka induk Antroposentris manusia adalah korban dari alam. Sedangkan dari sudut pandang Biosentris, manusia adalah bagian dari alam.

Terdapat *subframe* atau subkerangka dari masing-masing kerangka induk. Kerangka induk Antroposentris memiliki subkerangka *Scala Naturae*, *Unequal Vulnerability*, *Human Wealth*, *Consumer Rights*, *Rights of the Free Market*, dan *Natural Machine*. Lalu Biosentris yang berasal dari kerangka induk Transformasi memiliki sub kerangka *Natural Web*, *Unequal Attribution*, *Civil Rights*, dan *Gaia*. Maka dari itu, penelitian ini akan meneliti unggahan *tweets* menggunakan #krisisiklim. Lalu dari unggahan tersebut peneliti akan menganalisis dengan *climate change frames*, apakah unggahan tersebut termasuk *framing climate change*

Antroposentris atau *framing climate change* Biosentris. Dan mengetahui apa *masterframe* dari perubahan iklim.

1.2 Rumusan Masalah

Perubahan iklim berdampak besar pada kehidupan. Salah satu cara menyadarkan masyarakat akan isu lingkungan perubahan iklim di era digital adalah dengan membahasnya di media sosial. Isu lingkungan banyak dibicarakan baik di media massa maupun media sosial. Terdapat banyak pembahasan tentang perubahan iklim oleh berbagai kelompok seperti ilmuwan, lembaga ilmiah, organisasi, pemerintah dan kelompok lainnya (Priest, 2016). Media sosial memudahkan masyarakat untuk berkomunikasi secara *online*. Terdapat banyak *user* yang menggunakan media sosial sebagai jendela protes bagi mereka (Segeberg & Bennett, 2011) dengan topik yang berbeda-beda, dimana topik yang bersangkutan dalam penelitian ini adalah perubahan iklim / *climate change*. Maka dari itu, peran komunikasi dalam penelitian ini adalah meneliti analisis konten dengan pembahasan *climate change communication* pada *tweets* atau unggahan yang menggunakan tagar #krisisiklim dengan mencari tahu *masterframe* perubahan iklim.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan penjelasan dalam latar belakang, didapati pertanyaan yang telah disimpulkan, yaitu :

1. Perbincangan apa yang berkembang di media sosial dalam #krisisiklim dalam mengkomunikasikan perubahan iklim?
2. Apa *masterframe* dari komunikasi perubahan iklim di media sosial melalui #krisisiklim?

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan penjelasan dalam latar belakang dan pertanyaan penelitian, tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Mengetahui apa perbincangan yang berkembang di media sosial dalam #krisisiklim dalam mengkomunikasikan perubahan iklim.
2. Mengetahui apa *masterframe* dari komunikasi perubahan iklim di media sosial melalui #krisisiklim.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis

1. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pendukung dan referensi dalam pengembangan analisis *framing climate change* di media sosial yang berguna untuk mahasiswa yang sedang melaksanakan penelitian sejenis.
2. Penelitian ini diharapkan mampu membantu memperluas wawasan mengenai analisis *framing climate change* dalam meneliti suatu konstruksi realitas sosial dan penjelasan perihal *climate change communication*.

1.5.2 Kegunaan Praktis

1. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan dalam membuat penelitian analisis *framing climate change* terhadap suatu isu lingkungan perubahan iklim yang menjadi suatu topik perbincangan di media sosial.

1.5.3 Kegunaan Sosial

1. Penelitian ini diharapkan dapat menyadarkan pembaca untuk dapat *aware* dengan adanya *climate change*.
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberi wawasan kepada pembaca bahwa adanya permasalahan lingkungan disekitar kita

yang berdampak pada kehidupan manusia dari segala aspek yaitu *climate change*.

1.5.4 Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari bahwa terdapat keterbatasan dalam penelitian ini, yaitu ruang lingkup pada penelitian ini terbatas pada data penggunaan #krisisiklim di media sosial *twitter* periode 20 Desember 2021 - 20 Desember 2022. Penelitian ini berfokus pada pembahasan #krisisiklim di media sosial *twitter* dalam mengkomunikasikan perubahan iklim dan *masterframe* apa yang dikomunikasikan dari komunikasi perubahan iklim di media sosial melalui #krisisiklim.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA