

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pencemaran dan kerusakan lingkungan merupakan masalah serius yang dapat menimbulkan dampak negatif bagi manusia juga lingkungan. Permasalahan dalam lingkungan dapat terjadi kapan saja tanpa memandang wilayah maupun profesi seseorang. Tugas melestarikan lingkungan merupakan tanggung jawab bersama, baik dari pemerintah, masyarakat, perusahaan, dan lembaga lainnya untuk menciptakan lingkungan yang sehat dan lestari. Kemunculan berbagai fenomena bencana alam, seperti banjir, longsor, dan kebakaran hutan yang kian hari makin meningkat membuat persoalan lingkungan semakin meluas. Tidak hanya berdampak pada ekosistem yang ada, tetapi juga berimplikasi pada kualitas hidup manusia. Sebab, manusia hidup di dalam lingkungan yang menjadi sumber kehidupannya, apabila kualitas lingkungannya terjaga maka sumber daya manusianya pun akan terjaga dan begitu juga sebaliknya (Agustina, 2019).

Kerusakan lingkungan umumnya didasari oleh aktivitas manusia terhadap alam atau lingkungan sekitarnya. Aktivitas ini seringkali menimbulkan dampak pencemaran yang secara signifikan memengaruhi kualitas lingkungan hidup. Maka berkenaan dengan kegiatan manusia pastinya memiliki dampak pencemaran terhadap lingkungan (Wahyudin, 2017). Krisis yang terjadi di lingkungan dan dapat dirasakan manusia

merupakan hasil dari perilaku menyimpangnya pemikiran manusia tentang kehidupannya sendiri, alam dan hubungan manusia dengan segala sesuatu yang tercipta di dunia ini. Kondisi ini apabila dibiarkan akan berdampak pada terjadinya bencana yang besar terhadap penerus kehidupan manusia selanjutnya yang diakibatkan oleh ketidakstabilan lingkungan di dunia atau sering disebut “*unsustainable global eco-system*” (Fadli & Sazali, 2023).

Pada praktiknya, kerusakan lingkungan didominasi oleh pembuangan limbah industri secara ilegal tanpa memperhatikan kualitas lingkungan hidup. Hal ini dapat dilihat dari berbagai macam faktor. Salah satunya berkenaan dengan tingkat pertumbuhan industri secara signifikan dan berefek samping pada kontribusi limbah yang dihasilkan serta kerap merugikan masyarakat. Tercatat, terdapat 51 perusahaan yang terindikasi melakukan kerusakan dan pencemaran lingkungan, 11 di antaranya telah ditindaklanjuti (Bahtiar, 2024). Keadaan ini tidak mungkin terjadi apabila saat menjalankan aktivitas produksinya sebuah perusahaan dapat menutupi segala kemungkinan yang dikaitkan oleh permasalahan limbah sehingga berpotensi merusak lingkungan serta tempat tinggal masyarakat di sekitarnya. Aktivitas merusak lingkungan merupakan suatu tindakan yang berdampak pada perubahan dan degradasi secara langsung ataupun tidak langsung terhadap sifat dari hayati yang menyebabkan lingkungan hidup tidak dapat berfungsi dalam mendukung pembangunan berkelanjutan (Febriyanti et al., 2021).

Secara demografi, negara Indonesia dikenal sebagai negara dengan penyumbang sampah terbesar di dunia. Merujuk pada Kementerian Lingkungan Hidup dan

Kehutanan (KLHK) di tahun 2021, tercatat bahwa timbunan sampah mencapai 68,5 juta ton, dengan 17 persentasenya merupakan sampah plastik (Firmansyah & Murni, 2023). Pada tahun 2024, sampah plastik di Indonesia diproyeksikan mencapai sekitar 13,98% dari total timbunan sampah nasional, dengan volume diperkirakan sekitar 9,9 juta ton (Putra et al., 2025). Data ini menunjukkan bahwa permasalahan lingkungan terkait sampah masih sangat memprihatinkan, terutama dalam membatasi penggunaan plastik sekali pakai yang berpotensi merusak lingkungan. Di tambah, minimnya edukasi pengelolaan sampah oleh masyarakat yang diperburuk dengan realitas di lapangan bahwa banyak produk berbahan dasar plastik. Tentunya, fenomena ini menimbulkan perilaku konsumernya yang mengandalkan kemasan plastik sekali pakai dan apabila dibiarkan akan berdampak pada krisis lingkungan hidup. Kondisi ini merupakan bentuk evaluasi bagi pemerintah untuk menyikapi permasalahan terkait lingkungan.

Dalam menghadapi permasalahan lingkungan hidup di Indonesia, tentu tidak dapat diselesaikan hanya dengan sosialisasi ataupun menekankan pada upaya perbaikan perilaku masyarakat. Melainkan diperlukan kesadaran kolektif dan kepedulian terhadap penyelamatan lingkungan. Durkheim berpendapat bahwa kesadaran kolektif merupakan sebuah konsep kepercayaan dan perasaan bersama orang kebanyakan sehingga membentuk suatu sistem yang tetap yang memiliki kehidupannya sendiri (Arisandi, 2015). Bentuk kesadaran ini menjadi sebuah kunci dalam mengatasi kerusakan lingkungan yang berasal dari jejak ekologis manusia. Oleh karena itu, penting untuk menjaga kelestarian atas keanekaragaman hayati agar mampu menyelamatkan alam sekitar.

Perwujudan atas kepedulian lingkungan sekitar dapat dilakukan dengan berbagai macam cara, salah satunya adalah gaya hidup ramah lingkungan atau disebut “*green lifestyle*”. Sebuah aktivitas membangun perilaku lebih ramah lingkungan sebagai bentuk kepedulian alam sekitar. Pola hidup semacam ini melibatkan pertimbangan kuat mengenai resiko terburuk dari aktivitas sehari-hari terhadap lingkungan. Hal ini bertujuan dalam menciptakan perilaku moderen yang lebih memperhatikan pada dampak ekologi manusia terhadap lingkungannya melalui implementasi secara baik untuk meminimalisir permasalahan lingkungan yang lebih mengkhawatirkan (Chwialkowska, 2019). Pada penelitian ini, *green lifestyle* memiliki keterkaitan pada pembentukan perilaku ramah lingkungan.

Dalam aspeknya, pengendalian atas perilaku ramah lingkungan dapat dikatakan sulit dilakukan secara maksimal. Ini disebabkan oleh kecenderungan masyarakat Indonesia yang masih tergolong rendah untuk memiliki kesadaran penuh atas perilakunya yang berdampak pada lingkungan. Ditambah, kurangnya perhatian dari para pemangku kepentingan, termasuk di dalamnya pemerintah, sektor swasta dan gerakan masyarakat. Penyebabnya wujud daripada kelestarian lingkungan hidup masih jauh dari kata sempurna. Sugiarto dan Gabriella (2020) mendefinisikan kesadaran lingkungan sebagai suatu tindakan yang diarahkan guna mengartikulasikan pentingnya pemanfaatan lingkungan sebagai suatu kesatuan yang sehat dan terhindar dari berbagai mikroorganisme atau zat-zat berbahaya yang berpotensi merusak lingkungan.



Gambar 1 Data Tingkat Kesadaran Membuang Sampah

(Sumber : goodstats.id ; diakses 31 Maret 2025)

Berdasarkan survei GoodStats pada gambar 1, dalam mengukur tingkat kesadaran masyarakat Indonesia pada saat membuang sampah, ditemukan bahwa sekitar 42,9% masyarakat mengaku tidak selalu membuang sampah pada tempatnya, terutama berkaitan pada kondisi. Selanjutnya, 48,9% mendominasi responden dengan tingkat kesadaran isu lingkungan cukup tinggi, untuk selalu membuang sampah pada kondisi apapun. Data tersebut mencerminkan tingkat kesadaran masyarakat yang masih tergolong rendah dan sangat dipengaruhi oleh minimnya literasi pengetahuan untuk berperilaku lebih ramah lingkungan. Kendati demikian, dominasi atas kesadaran lingkungan masih memiliki suatu harapan agar dapat berkembang luas, baik di kalangan anak muda dan bahkan generasi lanjut usia. Dengan begitu, perhatian terhadap permasalahan lingkungan hidup masih menunjukkan suatu peningkatan yang cukup besar.

Dampak kerusakan lingkungan yang diakibatkan oleh manusia biasanya memiliki efek fluktuatif yang beresiko pada keberlanjutan hidup manusia itu sendiri. Kondisi ini berkenaan dari adanya suatu permasalahan yang berkaitan dengan lingkungan dan perlu untuk disampaikan (Flor & Cangara, 2018). Penyampaian di sini merujuk pada peranan komunikasi dalam aspek lingkungan yang berguna sebagai suatu metodologi untuk merancang pesan, baik itu melalui media sosial yang berkaitan dengan memberikan pembelajaran mengenai lingkungan, termasuk dukungan atas kebijakan serta partisipasi publik (Wahyudi, 2017). Hal tersebut dimaksudkan agar komunikasi lingkungan dapat memiliki implementasi melalui akomodasi dan proses interaksi yang dapat menghantarkan seorang individu untuk lebih peduli pada lingkungan tempat tinggalnya.

Kekuatan penyampaian pesan dapat diukur melalui tindakan secara prerogatif yang menasar pada bentuk interaksi secara konotatif dalam menyampaikan persoalan lingkungan hidup. Salah satu sarana yang sering dipilih adalah Kampanye, kampanye seringkali dibalut oleh program edukasi yang dijalankan dan memiliki fungsi dalam memengaruhi hingga membujuk seseorang untuk ikut serta pada kegiatan yang ditawarkannya. Rogers dan Storey, (1987) mendefinisikan kampanye sebagai sebuah aktivitas komunikasi yang sudah dikemas dan disiapkan dengan tujuan untuk memberikan dampak tertentu pada orang banyak yang dilakukan secara terus menerus dan berkelanjutan dari waktu ke waktu (Fadli & Sazali, 2023). Dengan adanya kegiatan kampanye dalam bidang lingkungan, pesan yang disampaikan akan jauh lebih mudah dan terarah pada tujuan yang diharapkan. Efektivitas sarana ini dapat dilihat sebagai

suatu instrumen yang penting dalam mengarahkan individu pada proses perubahan secara berkelanjutan.

Dewasa ini, proses penyampaian pesan cenderung jauh lebih cepat dengan tidak terhambat oleh waktu serta sumber daya yang mumpuni. Kecepatan ini merupakan bagian dari transformasi digital akibat kemajuan teknologi yang kian hari semakin berkembang. Diikuti dengan kemunculan media sosial, seperti Instagram, Facebook, X dan Tiktok yang membawa berbagai pergesaran konsumsi media pada remaja. Intensitas ini dapat diukur melalui seberapa besar konsumsi kalangan remaja dalam menggunakan media sebagai pembentukan informasi. Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), menyebutkan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 221.563.479 jiwa pada tahun 2024, dari keseluruhan jumlah penduduk sebesar 278.696.200 jiwa pada tahun 2023 (Prasetyo et al., (2024); APJII, (2024)). Terlebih, setengah (51%) pengguna internet didominasi oleh usia antara 15-24 tahun (Lestari & Dwijayanti, 2020). Angka tersebut mencerminkan pertumbuhan grafik berkonsentrasi positif secara signifikan dalam memengaruhi pengguna media secara emosional pada kondisi lingkungan yang digambarkan oleh media.

Adanya peralihan informasi melalui media sosial, aktivitas yang berkenaan tentang isu lingkungan mulai merubah pola strategi dalam menarik simpati publik melalui unggahan kampanye digital. Tentunya ini berkenaan pada pentingnya kesadaran lingkungan hidup yang diperlukan sebagai suatu modal pengetahuan. Media sosial memiliki peran dalam memperoleh dukungan dari masyarakat pada skala yang

lebih besar melalui unggahan konten edukasi terkait lingkungan. Diharapkan sarana ini dapat membantu mengatasi krisis literasi yang terjadi pada masyarakat, terutama berkaitan dengan isu lingkungan hidup. Salah satu isu yang menjadi sorotan adalah isu sampah, terutama sampah anorganik yang membutuhkan waktu relatif lama untuk dapat terurai secara optimal (Swarnawati et al., 2023).

Kehadiran media sosial dalam mengatasi permasalahan lingkungan hidup, tentunya mendorong berbagai pihak untuk menjadi promotor gerakan kepedulian lingkungan melalui aktivitas unggahannya. Hal ini dapat dilihat dari karakteristik media sosial dalam memberikan pengaruh yang signifikan pada perubahan pola perilaku pengguna media. Situasi ini dapat dibuktikan dengan adanya kampanye atau gerakan lingkungan yang dikemas menjadi sebuah konten dan mendapatkan atensi publik berupa dukungan dari pengguna media. Pada praktiknya, seorang individu akan merasa terhubung secara emosional, sehingga berkeinginan untuk bergerak pada program perencanaan keberlanjutan lingkungan hidup. Kehadiran media sosial bagi isu lingkungan hidup sangat berdampak positif dalam menumbuhkan kesadaran masyarakat.

Pada peranannya, upaya mewujudkan keseimbangan ekosistem sekitar diperlukan inisiatif untuk bergerak secara aktif dalam menjaga lingkungan agar tetap lestari. Apalagi sesuatu yang berkenaan dengan sampah plastik, baik itu dari kemasan maupun botol air minum yang pastinya menimbulkan dinamika besar bagi kerusakan lingkungan. Oleh karena itu, kelestarian lingkungan perlu dijaga dan diseimbangkan sesuai dengan kebutuhan lingkungan melalui pemanfaatan sumber daya alam yang

mumpuni. Keterlibatan ini meliputi perlindungan terhadap upaya penyeimbangan ekosistem sekitar, mengurangi polusi sampai dengan mengurangi jejak ekologis manusia. Pemanfaatan media sosial menjadi kunci dalam menjaga keanekaragaman hayati, ini dikarenakan kontribusi *content creator*, *influencer* dan juga para aktivis lingkungan yang tergabung dalam komunitas dapat menjadi pelopor dalam menggalakkan aksi kepedulian lingkungan.

Dampak dari adanya kreator konten sebagai fasilitator dalam mengupayakan serta mengedukasi masyarakat terkait permasalahan lingkungan, nyatanya memberikan sebuah peluang pada upaya perbaikan dan isu kesadaran penyelamatan lingkungan hidup. Kekuatan ini dipengaruhi oleh kecakapan seorang *content creator* dalam membujuk audiensnya. Selain itu, kecenderungan khalayak menggunakan media sosial menimbulkan dampak yang besar untuk mempengaruhi kualitas perilaku pada aktivitasnya sehari-hari. Dengan begitu, peranan *content creator* yang mengedukasi masyarakat dalam menyuarakan berbagai isu-isu lingkungan sangat berdampak positif untuk mengubah gaya hidup masyarakat menjadi lebih berkelanjutan. Jelasnya, keberadaan fasilitator merupakan bagian dari komunikator yang membimbing dan melatih masyarakat sekitar agar mereka mampu mengelola persampahan di wilayah tersebut (Wahyudin et al., 2024)

Aktivitas ini sering dinamakan *eco content creator*, yakni sebuah sosok yang memiliki karakteristik unik dalam realitas digital (Fahma, 2024). Mereka cenderung membuat konten menghibur dengan membalutnya pada misi mulia untuk mengedukasi masyarakat atas pentingnya menjaga lingkungan. Dengan memanfaatkan media sosial,

eco content creator menyuarakan berbagai isu lingkungan, seperti perubahan iklim, pengelolaan sampah, dan konservasi alam. Di sisi lain, *content creator* semacam ini akan mampu menunjukkan kesadaran kolektif masyarakat atas lingkungan, apalagi karakteristik mereka yang cenderung memiliki kekuatan dalam mempengaruhi serta menjadi kunci adanya pertumbuhan kolektif dan gaya hidup ramah lingkungan yang terjadi di masyarakat akan cenderung lebih meningkat. Kendati demikian, perubahan atas gaya perilaku sangat ditentukan oleh sikap dan kepribadian masing-masing individu.

Eco content creator seringkali dibekali dengan berbagai sarana yang memadai serta peningkatan khalayak aktif yang mendukung isu lingkungan hidup. Pemanfaatan ini menyasar pada keinginan berbagai individu untuk bergerak dalam menyadarkan aksi kepedulian lingkungan. Keberadaan kreator konten mengenai isu lingkungan, seperti Jerhemy Owen (@Jerhemynemo), Pandawara (@pandawaragroup), Giri Marhara (@haramahara) dan lain sebagainya merupakan bukti bahwa perkembangan media berdampak pada kelahiran kreator konten isu lingkungan. Indikasi ini diperkuat oleh daya tarik pengguna media dalam merespon suatu kekhawatiran di lingkungan sekitarnya. Tolok ukurnya, dapat dilihat dari beragam interaksi yang terjalin antara pengguna media dengan seorang kreator ataupun aktivis lingkungan. Aktivis diartikan sebagai individu yang merupakan bagian dari organisasi, politik, buruh, petani, pemuda, mahasiswa, wanita yang bekerja aktif dalam mewujudkan pelaksanaan sesuatu atau berbagai kegiatan dalam organisasi (Agustina, 2019).

Pada peranannya, seorang *eco content creator* berupaya mempengaruhi masyarakat melalui konten yang di unggahnya dalam kanal media sosial. Berbagai media interaktif dipilih sebagai sebuah metode pengemasan pesan secara *holistik*, dengan tanpa melakukan proses reklamatif yang cenderung subjektif pada pandangan seorang kreator konten. Komodifikasi ini menyertakan opini secara *absolut* dalam memproses informasi dari konten yang disajikan. Dengan begitu, seorang kreator konten harus memiliki kemampuan dalam memengaruhi pengikutnya, baik pada tingkat kepercayaan maupun ukuran kredibilitasnya. Hal ini dikarenakan seorang komunikator harus memiliki modal pengetahuan yang memadai untuk meningkatkan kesan diri yang positif dan mampu mengemas konten secara kreatif sehingga dapat dengan mudah membujuk khalayak untuk aktif pada gerakan-gerakan lingkungan.

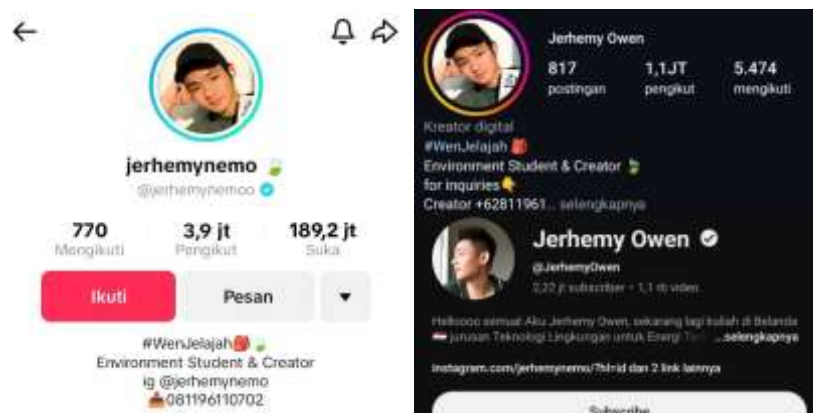
Keberadaan *eco content creator* sangat amat krusial untuk memberikan edukasi dan perubahan perilaku yang lebih mencerminkan atas pengamatan nilai-nilai tanggung jawab sosial. Perlu diperhatikan bahwa langkah ini merupakan sebuah komitmen dalam bentuk komunikasi kepada masyarakat mengenai isu lingkungan. Hal ini senada sebagaimana pendapat Wang (2015) dalam buku Muhammad (2025), mendefinisikan komunikasi lingkungan sebagai sebuah praktik terkait cara seseorang berkomunikasi tentang lingkungan atau interaksi manusia dengan alam untuk mewadahi partisipasi masyarakat dalam perlindungan lingkungan hingga sampai pada proses pengambilan suatu keputusan. Dengan kata lain, seorang kreator konten menjadi fasilitator dalam menyuarakan isu lingkungan.

Dalam penelitian ini, peneliti memfokuskan pada seorang kreator konten Jerhemy Owen yang menjadi subjek pembahasan dan berperan sebagai komunikator lingkungan dalam memberikan stimulus besar bagi pengikutnya di *platform* media sosial. Jerhemy Owen atau biasa dikenal sebagai Owen adalah seorang pria kelahiran tahun 2002, dengan latar belakang jurusan Teknologi Lingkungan dan Energi Terbarukan di Avans University of Applied Science, Breda, Belanda. Owen dalam kontennya, berfokus memberikan edukasi tentang lingkungan dan energi terbarukan melalui *platform* media sosial miliknya. Keberpihakannya pada isu lingkungan kerap kali membuatnya sadar bahwa mensosialisasikan permasalahan lingkungan hidup merupakan sesuatu yang penting. Pengalamannya pada saat berkuliah di Belanda serta keinginan untuk mengetahui berbagai upaya penyelesaian permasalahan lingkungan yang ada di negara tersebut mendorongnya menjadi salah satu *content creator* yang mampu membagikan cerita perjalanan isu lingkungan hidup.

Jerhemy Owen sering dikaitkan sebagai *ecology content creator* (Fahma, 2024), nama tersebut diberikan karena dedikasinya sebagai seorang *content creator* yang menekuni aktivitas lingkungan serta edukasi mengenai energi terbarukan. Dalam setiap kontennya, Owen memberikan suatu yang bernilai untuk dibahas dan menjadi motivasi bagi anak-anak muda yang peduli terhadap lingkungan. Hal ini dapat dibuktikan oleh gerakan “Work CleanUp Day Indonesia”, yang merupakan kolaborasi antara Jerhemy Owen dengan Andy Bahari selaku ketua “Work CleanUp Day Indonesia”, kehadiran Owen mampu memengaruhi seseorang sehingga termotivasi untuk melakukan gerakan peduli terhadap lingkungan. Jumlah reaksi positif dalam konten yang

dipublikasikannya ini menunjukkan bahwa banyak orang terinspirasi dengan adanya Jerhemy Owen, hingga gerakan tersebut dijuluki sebagai gerakan membersihkan sampah satu Indonesia pada tanggal 17 Agustus 2023 yang diikuti oleh lebih dari 12 ribu relawan dan tersebar di berbagai titik pembersihan seluruh Indonesia (Rifa, 2024).

Pada dasarnya, kesukaan masyarakat terhadap Jerhemy Owen bukan semata-mata terjadi hanya karena suatu aktifitas yang dilakukannya. Adanya kesamaan dalam diri individu, yang mana merupakan pengikut kontennya, baik itu disebabkan oleh minat ataupun perilaku yang serumpun dengan seorang kreator kontennya. Hal tersebut membuatnya tertarik dan memiliki kepercayaan, dengan harapan dapat menjadi motivator, terutama terkait edukasi di bidang lingkungan. Dalam konsep daya tarik, penampilan fisik menjadi tolak ukur keberhasilan seorang kreator konten. Sebab, penampilan fisik akan membantu membuat mereka lebih diperhatikan, dianggap kompeten dan bahkan populer (Merici et al., 2024). Kecenderungan semacam ini membuat Jerhemy Owen mendapatkan dukungan dari berbagai pengguna media sosial.



Gambar 2 Jumlah Followers di Media Sosial

(Sumber: Penulis, 2025; diakses 7 April 2025, pukul 15.00)

Saat ini Jerhemy Owen memiliki 1,1 juta pengikut di media sosial Instagram, 2,22 juta di kanal Youtube dan 3,9 juta di TikTok. Pengikut Jerhemy Owen terbilang banyak sebagai seorang kreator konten yang memberikan wawasan baru terkait lingkungan. Tentunya, ketertarikannya pada lingkungan sangat didasari pada pembelajaran yang ditekuninya. Sejalan dengan keinginannya, Owen mampu memikat masyarakat agar lebih aktif dalam menjalin dukungan untuk lebih pro terhadap permasalahan lingkungan. Dalam berbagai laman media sosialnya, Owen seringkali menyoroti permasalahan lingkungan terkini seperti isu pengelolaan sampah. Aktivitas Owen dalam mengedukasi masyarakat untuk lebih peduli terhadap isu pengelolaan sampah dilandasi oleh kekhawatiran lingkungan yang dapat memicu permasalahan besar. Konten yang diunggah oleh Owen seringkali mendapatkan perhatian publik. Salah satunya konten Bantar Gebang yang diunggah dalam bentuk foto dan berhasil mengundang sejumlah simpatisan publik.



Gambar 3 Konten Bantar Gebang

(Sumber: Instagram Jerhemy Owen/@jerhemynemo)

Melansir dari Detik.com, pendakian Owen pada gunung sampah di Bantar Gebang di latar belakang oleh niat untuk meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai isu sampah (Pingkan, 2024). Selain itu juga, Owen memiliki pemikiran inovatif yang berbeda dalam rangka memperingati kemerdekaan republik Indonesia melalui pendakian ekstrim puncak gunung sampah di Bantar Gebang. Langkah Owen didasari oleh keberaniannya untuk terus menyuarakan pengelolaan sampah yang masih menjadi persoalan di Indonesia. Melalui aktivitas ini, Owen berhasil mencuri perhatian masyarakat dengan menyoroti pada edukasi terkait kesadaran masyarakat atas kepedulian lingkungan. Baik dari kalangan publik figur, *influencer* hingga aktivis isu lingkungan mulai membanjiri kolom komentar dengan berbagai dukungan. Konten Bantar Gebang merupakan satu dari sekian banyak konten yang diunggah oleh Jerhemy Owen dalam mencerminkan betapa besar kecintaannya terhadap alam.

Ketenaran Owen sebagai anak muda yang menggiati isu lingkungan membuatnya mudah untuk mendapatkan kepercayaan publik. Apalagi konten-konten yang menyoroti suatu wilayah di Indonesia, selalu berhasil membentuk persepsi publik dengan atensi mengkhawatirkan. Pada praktiknya, atensi akan muncul ketika seseorang dihadapkan oleh sesuatu yang menimbulkan persoalan luas pada dirinya maupun lingkungan sekitarnya. Fenomena ini mampu membentuk perspektif masyarakat atas keadaan lingkungan sekitar. Dengan begitu, masyarakat akan lebih terdorong untuk memiliki niat berperilaku yang dipersepsikan sebagaimana unggahan konten Owen dalam laman media sosialnya. Apabila sebelumnya Owen berhasil mencuri perhatian dengan konten Bantar Gebang, lain halnya terkait konten yang mencuri perhatian

publik pada sebuah wilayah. Baru-baru ini, Owen menyoroti keadaan Jogjakarta yang memprihatinkan dan dijuluki sebagai “kota darurat sampah”. Tentunya, konten Owen ini membawa angin segar atas permasalahan yang ada dan membutuhkan sebuah penanggulangan. Hal ini menjadi bukti bahwa keberadaan Owen dalam menyuarakan isu lingkungan secara efektif mampu membangun kesadaran masyarakat di sekitarnya.

Konten edukasi yang dibawakan Owen seringkali menyematkan perilaku ramah lingkungan, salah satunya yang paling menonjol adalah edukasi pengelolaan sampah. Hal ini tercermin dari konten “Jogjakarta Darurat Sampah” yang dibawakan oleh Owen menyoroti keadaan lingkungan di Jogjakarta yang membutuhkan suatu upaya penanggulangan, terutama bagi para pemangku kepentingan dan masyarakat sekitarnya untuk lebih peduli pada permasalahan sampah. Tindakan ini pastinya memerlukan kesadaran tinggi atas pengelolaan sampah yang kian hari semakin meningkat. Menurut Owen pengelolaan sampah hanya dapat dilakukan ketika masyarakat sudah memiliki pengetahuan yang memadai terkait pembelajaran memilah sampah secara bijak. Kondisi tersebut pastinya memerlukan sebuah intensi untuk mengedukasi masyarakat melalui pelaksanaan fungsi kepedulian alam. Keberadaan kampanye dalam Fungsi Kepedulian Alam tidak hanya semata-mata untuk merubah perilaku masyarakat agar lebih peduli terhadap lingkungan. Kampanye di sini bertugas sebagai alat dalam menelaah keterhubungan Jerhemy Owen sebagai seorang kreator konten ekologi yang menyoroti permasalahan lingkungan hidup dan energi terbarukan.

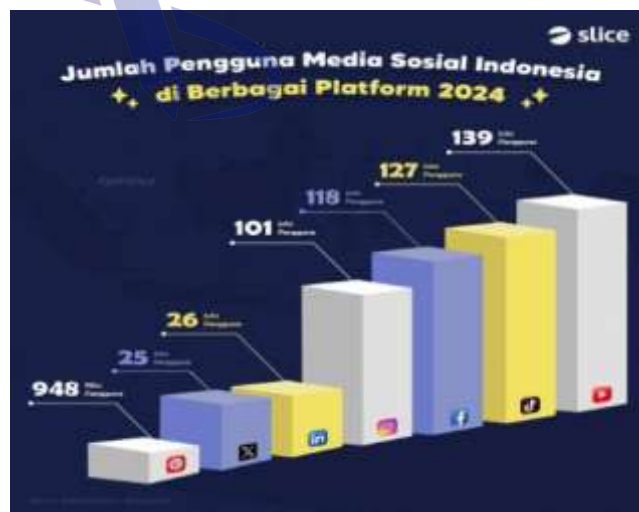
Pada konteks komunikasi lingkungan, kegiatan ini mengacu pada sebuah proses dalam menyampaikan persoalan-persoalan yang berkaitan dengan lingkungan serta

elemen-elemen di dalamnya (Wahyudin et al., 2024). Apabila dalam pelaksanaannya melibatkan seseorang berpengaruh, maka akan terjadi kontras isu yang semakin luas sehingga berpotensi mencuri perhatian publik. Peristiwa ini tentunya akan memancing keresahan publik yang semakin membesar dan akan berpengaruh pada pola pikir masyarakat terkait persoalan lingkungan. Sisi positifnya, tidak diperlukan sinergitas yang besar untuk mengubah masyarakat agar lebih aktif mempersoalkan lingkungan, karena keperuntukkan lingkungan bagi kehidupan masyarakat merupakan koherensi yang tersentral dengan tidak hanya merujuk pada keberlanjutan fungsi alam tetapi dalam kontras pengetahuan akan energi terbarukan melalui penyebaran konten yang efektif.

Kemunculan berbagai komunitas dalam wujud *environmental educational community* turut aktif menjadi pelopor pada pemberdayaan masalah sosial yang ada di masyarakat. Melalui gerakan aktif peduli lingkungan, komunitas ini bertujuan untuk menumbuhkan kesadaran dan kepedulian lingkungan pada orientasi pendidikan berbasis lingkungan. Dengan begitu, diperlukan pendekatan secara intens untuk mengajak seseorang bergabung dalam suatu komunitas berdasarkan apa yang telah disepakati sebagai suatu nilai-nilai aturan di dalam komunitas yang ditekuninya (Akhrani et al., 2020). Kaitannya pada penelitian ini adalah seberapa besar cakupan komunitas sebagai suatu wadah dalam melakukan fungsinya untuk mengajak keterlibatan warga sekitar pada kegiatan ramah lingkungan. Bila diperhatikan lebih jauh, keberadaan komunitas yang berkenaan soal pemberdayaan setidaknya memiliki keikutsertaan dalam memengaruhi sikap dan perilaku masyarakat di sekitarnya. Hal ini

mencerminkan bahwa komunitas sangat berperan aktif dalam menduduki kepercayaan di hati masyarakat.

Dalam bidang lingkungan, kehadiran komunitas dapat dikatakan efektif ketika mampu memperjuangkan berbagai gerakan kepedulian terhadap lingkungan di masyarakat. Keanggotaan komunitas biasanya terdiri dari kalangan remaja, mahasiswa, dan kelompok masyarakat. Mereka memiliki kecenderungan dalam mengedukasi persoalan-persoalan mengenai lingkungan. Salah satunya adalah Rumah Edukasi Komunitas Pilah Sampah (RE KPS) sebagai bagian dari pelaksanaan fungsi peduli lingkungan melalui pembelajaran di media sosial, terutama berkaitan dengan edukasi memilah sampah. Keberadaan komunitas ini mampu mewujudkan kreatifitas dengan menghadirkan konten-konten bermutu atas pentingnya menjaga lingkungan melalui media sosial Instagram.



Gambar 4 Jumlah Pengguna Media Sosial di Indonesia tahun 2024

(Sumber: Slice.id : diakses 10 April 2025)

Berdasarkan pengguna media sosial pada gambar 4, menunjukkan bahwa populasi pengguna didominasi oleh Youtube sebesar 139 juta, lalu disusul TikTok sebesar 127 juta pengguna dan Facebook sebesar 118 juta pengguna. Sementara, Instagram menduduki peringkat ke-4 dengan total jumlah pengguna sebanyak 101 Juta. Perolehan data tersebut mencerminkan dukungan yang positif terhadap pembentukan komunitas, terutama berkaitan dengan isu lingkungan. Salah satu media yang paling banyak digunakan dalam menyuarakan isu-isu lingkungan hidup adalah Instagram. Terlebih, pengguna Instagram merupakan kalangan remaja dan dewasa muda, 30,8% di antaranya memiliki rentang usia 18-24 tahun (Candra et al., 2024). Kondisi ini, akan jauh lebih mudah dalam membentuk kehendak atas niatan untuk lebih ramah lingkungan.

Dewasa ini, keberadaan anak muda memiliki peran aktif untuk menyuarakan isu lingkungan hidup di Indonesia. Hal tersebut ditunjukkan dengan banyaknya komunitas yang dibentuk oleh kelompok masyarakat dan menyasar pada generasi muda dalam melakukan kampanye ramah lingkungan (Achmad, 2021). Aktivitas ini serupa dilakukan oleh Rumah Edukasi Komunitas Pilah Sampah (KPS) di *platform* media sosial mereka. Bukan hanya mengandalkan daya tarik pada segi konten, mereka juga turut mengedukasi masyarakat dalam langkah-langkah pemanfaatan lingkungan sekitar. Hal ini dapat dicermatinya melalui laman media sosial Instagram mereka, yakni akun @pilahsampah. Berfokus pada penyelesaian masalah praktis sebagaimana pengetahuan akan kesadaran dalam memilah sampah. Selain itu, kegiatan komunitas ini juga memberikan perhatian bagi generasi muda, berupa seminar maupun pelatihan

(*workshop*) yang ditujukan untuk memberikan pemahaman serta kesadaran kepada publik agar lebih peduli terhadap lingkungan sekitar.



Gambar 5 Profil Komunitas Pilah Sampah

(Sumber : Penulis, 2025; diakses 7 April 2025, pukul 15.00)

Pada gambar 5 memperlihatkan bahwa Rumah Edukasi Komunitas Pilah Sampah memiliki fokus pada pemanfaatan pendidikan melalui kegiatan kunjungan dan pengenalan edukasi sampah yang berkaitan erat sebagai wadah pembelajaran lingkungan hidup. Komunitas yang digagas oleh kelompok masyarakat ini memiliki kecenderungan dalam menjaga kedekatan dengan publik melalui konten-konten unggahannya. Contohnya pada konten “Ayo belajar Jadi Ahli Upcycle Barang Bekas” yang menyajikan kepedulian lingkungan melalui efektifitas pembelajaran. Hal ini turut berkontribusi dalam memberikan informasi terkait pentingnya kesadaran untuk lebih peduli terhadap permasalahan lingkungan melalui bentuk aktivitas yang lebih ramah lingkungan, salah satunya adalah mengelaborasi teknik pemilahan sampah dengan kerajinan tangan (prakarya). Kegiatan ini pastinya menghadirkan iklim positif dalam

komunikasi lingkungan yang disematkan pada perolehan kesan pada audiens untuk menambah intensi berperilaku lebih ramah lingkungan. Di samping itu, aktivitas semacam ini akan mampu memicu berbagai interaksi di media sosial, baik itu berkenaan dengan kampanye dan program edukasi lainnya yang berkaitan erat pada faktor kepercayaan publik terhadap Rumah Edukasi Komunitas Pilah Sampah (KPS).

Kepercayaan publik terhadap Rumah Edukasi KPS dapat diukur melalui seberapa besar pengetahuan, kompetensi dan pengalaman yang dimiliki oleh Komunitas Pilah Sampah sebagai lembaga atau komunitas yang sering dijuluki “*educational environmental community*” melalui berbagai peranan dan fungsinya dalam mewadahi sikap, moral, dan kesadaran khalayak terhadap permasalahan lingkungan hidup. Pada praktiknya, kekuatan khalayak tidak bersifat individual, melainkan kolektif. Apabila dalam implementasinya melibatkan khalayak aktif melalui media, maka akan menimbulkan pengaruh yang signifikan atas dasar asumsi jika, semakin banyak orang memiliki preferensi sama, maka desakan atas ketersediaan konten media akan semakin besar (Herlina, 2019). Oleh karena itu, khalayak berperan krusial dalam memengaruhi kekuatan sebuah konten yang dikonsumsi. Konten di sini merujuk pada aktivitas unggahan Komunitas Pilah Sampah yang dapat memengaruhi kesadaran masyarakat atas persepsi dari keadaan lingkungan sekitarnya.

Berangkat dari konsep komunikasi lingkungan, aktivitas sebelumnya termasuk area studi retorika wacana yang mengunggah sebuah aktivitas lingkungan dan kampanye sebagai suatu metode untuk menginformasikan, memobilisasi hingga memberikan peringatan (*alert*) terhadap persoalan-persoalan lingkungan. Komunitas

Pilah Sampah dalam hal ini menjadi wadah bagi perkumpulan aktivis lingkungan untuk memberikan modal pengetahuan kepada masyarakat agar lebih peduli dalam menyikapi kontras lingkungan yang bersifat dinamis di berbagai wilayah di Indonesia. Bentuk kesadaran ini pastinya merupakan bagian dari pembelajaran yang serumpun di dalam Komunitas Pilah Sampah maupun aktivitas di luarnya. Melalui keberadaan komunitas ini dapat menunjukkan sebuah upaya dalam menghadapi tantangan perubahan iklim dan degradasi lingkungan yang membawa pada ranah pengetahuan kognitif dengan menggunakan media sosial sebagai perantara untuk menyampaikan pesan keberlanjutan lingkungan.

Sebagaimana Cox & Pezullo (2018) dalam buku Wahyudin et al., (2024) menjabarkannya melalui fungsi komunikasi lingkungan sebagai sarana pragmatis dan konstitutif untuk memberikan pemahaman mengenai lingkungan serta hubungan manusia dengan alam. Komunikasi lingkungan bersifat pragmatis berarti kecenderungan komunikasi untuk mendidik, memperingatkan, membujuk dan membantu dalam pemecahan masalah yang berkaitan dengan kampanye pendidikan publik. Sedangkan, komunikasi lingkungan bersifat konstitutif bermaksud dalam menyusun representasi yang terikat pada masalah alam dan lingkungan sebagai suatu subjek untuk memberikan pemahaman dan menciptakan stimulus secara sadar menumbuhkan perhatian kita. Secara kritis, pesan atas keberlanjutan lingkungan diinterpretasikan secara jelas melalui fungsi kepedulian alam. Konteks ini mengarah pada sarana pragmatis dan konstitutif yang membentuk atas kehendak untuk berperilaku peduli terhadap lingkungan sekitarnya.

Pada penelitian ini, *followers* Komunitas Pilah Sampah merupakan objek yang akan menjadi sasaran untuk diteliti dan digali dalam melihat seberapa besar intensi publik berpengaruh atas daya tarik dari seorang Jerhemy Owen sebagai kreator konten ekologi yang membentuk perspektif bagi kesadaran lingkungan terhadap pentingnya memilah sampah dan termasuk di dalamnya faktor kepercayaan pada Rumah Edukasi Komunitas Pilah Sampah sebagai wadah pendidikan peduli lingkungan yang berfokus pada pengelolaan sampah secara efektif dan bijak. Tentunya, ini dilatarbelakangi oleh kesamaan arah tujuan sebagai sebuah fasilitator lingkungan atau menggeluti bidang lingkungan yang berimplikasi pada persoalan lingkungan hidup. Keberadaan Jerhemy Owen turut menjadi motivator bagi *followers* Komunitas Pilah Sampah dalam mengupayakan kehendak terhadap perilaku ramah lingkungan yang mencerminkan kepedulian lingkungan secara keberlanjutan.

Selain faktor eksternal seperti pesan keberlanjutan yang disampaikan oleh Jerhemy Owen sebagai kreator konten ekologi maupun kepercayaan pada Rumah Edukasi KPS, terdapat pula aspek penting berupa fungsi kepedulian alam yang tercermin dalam konten-konten media sosial yang mampu membangkitkan rasa peduli terhadap lingkungan. Fungsi ini tidak hanya menjadi representasi pesan keberlanjutan, tetapi juga memperkuat keterhubungan emosional individu dengan isu lingkungan yang mereka hadapi sehari-hari. Dalam konteks ini, keterlekatan media sosial memainkan peran sentral, karena interaksi *followers* akun @pilahsampah di Instagram tidak sebatas pada penerimaan pesan, tetapi meluas pada tiga dimensi *social media engagement* sebagaimana dikemukakan oleh Sulistyono & Jakaria (2022), yaitu

konsumsi (*consumption*), kontribusi (*contribution*), dan kreasi (*creation*). Aktivitas tersebut menjadikan individu tidak hanya sebagai penerima pesan, tetapi juga kontributor aktif dalam menyebarkan nilai-nilai lingkungan, sehingga secara signifikan mendorong terbentuknya intensi berperilaku ramah lingkungan.

Berdasarkan pemaparan sebelumnya, peneliti berkeinginan mengukur daya tarik Jerhemy Owen sebagai kreator konten ekologi yang berperan dalam mengangkat persoalan lingkungan melalui konten edukasinya dan faktor kepercayaan Rumah Edukasi Komunitas Pilah Sampah (KPS) serta pesan keberlanjutan lingkungan di dalamnya yang berkenaan dengan Fungsi Kepedulian Alam melalui aktivitas yang secara tidak langsung menciptakan keterlekatan di media sosial bagi *followers* Komunitas Pilah Sampah dalam menghendaki perubahan perilaku lebih ramah lingkungan. Pada penelitian ini mencoba merumuskan aspek kognitif yang lebih dari sekedar membentuk intensi tetapi juga perspektif pada pemahaman mengenai pentingnya menjaga keanekaragaman hayati. Oleh karena itu, peneliti merumuskan permasalahan penelitian yang berjudul “Pengaruh Daya Tarik Kreator Konten Ekologi Jerhemy Owen, Kepercayaan pada Rumah Edukasi KPS, Fungsi Kepedulian Alam, dan Keterlekatan Media Sosial terhadap Intensi Berperilaku Ramah Lingkungan *Followers* Instagram Pilah Sampah”

1.2 Rumusan Masalah

1.2.1 Masalah Utama

Berdasarkan latar belakang sebelumnya, maka peneliti merumuskan masalah penelitian adalah “Seberapa besar Pengaruh Daya Tarik Kreator Konten Ekologi Jerhemy Owen, Kepercayaan Pada Rumah Edukasi KPS, Fungsi Kepedulian Alam dan Keterlekatan Media Sosial terhadap Intensi Berperilaku Ramah Lingkungan *Followers* Instagram Pilah Sampah”.

1.2.2 Masalah Khusus

Adapun permasalahan turunan/khusus dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut;

1. Apakah terdapat pengaruh Daya Tarik Kreator Konten Ekologi Jerhemy Owen terhadap Intensi Berperilaku Ramah Lingkungan *Followers* Instagram Pilah Sampah?
2. Apakah terdapat pengaruh Kepercayaan pada Rumah Edukasi KPS terhadap Intensi Berperilaku Ramah Lingkungan *Followers* Instagram Pilah Sampah?
3. Apakah terdapat pengaruh Fungsi Kepedulian Alam terhadap Intensi Berperilaku Ramah Lingkungan *Followers* Instagram Pilah Sampah?
4. Apakah terdapat pengaruh Keterlekatan Media Sosial terhadap Intensi Berperilaku Ramah Lingkungan *Followers* Instagram Pilah Sampah?
5. Apakah terdapat perbedaan pengaruh antara Daya Tarik Kreator Konten Ekologi Jerhemy Owen, Kepercayaan pada Rumah Edukasi KPS, Fungsi

- Kepedulian Alam dan Keterlekatan Media Sosial masing-masing terhadap Intensi Berperilaku Ramah Lingkungan *Followers* Instagram Pilah Sampah?
6. Apakah secara simultan terdapat pengaruh Daya Tarik Kreator Konten Ekologi Jerhemy Owen, Kepercayaan Pada Rumah Edukasi KPS, Fungsi Kepedulian Alam dan Keterlekatan Media Sosial terhadap Intensi Berperilaku Ramah Lingkungan *Followers* Instagram Pilah Sampah
 7. Apakah Daya Tarik Kreator Konten Ekologi Jerhemy Owen dan Kepercayaan pada Rumah Edukasi KPS secara bersamaan berpengaruh terhadap Intensi Berperilaku Ramah Lingkungan *Followers* Instagram Pilah Sampah?
 8. Apakah Daya Tarik Kreator Konten Ekologi Jerhemy Owen dan Fungsi Kepedulian Alam secara bersamaan berpengaruh terhadap Intensi Berperilaku Ramah Lingkungan *Followers* Instagram Pilah Sampah?
 9. Apakah Daya Tarik Kreator Konten Ekologi Jerhemy Owen dan Keterlekatan Media Sosial secara bersamaan berpengaruh terhadap Intensi Berperilaku Ramah Lingkungan *Followers* Instagram Pilah Sampah?
 10. Apakah Kepercayaan pada Rumah Edukasi KPS dan Fungsi Kepedulian Alam secara bersamaan berpengaruh terhadap Intensi Berperilaku Ramah Lingkungan *Followers* Instagram Pilah Sampah?
 11. Apakah Kepercayaan pada Rumah Edukasi KPS dan Keterlekatan Media Sosial secara bersamaan berpengaruh terhadap Intensi Berperilaku Ramah Lingkungan *Followers* Instagram Pilah Sampah?

12. Apakah Fungsi Kepedulian Alam dan Keterlekatan Media Sosial secara bersamaan berpengaruh terhadap Intensi Berperilaku Ramah Lingkungan *Followers* Instagram Pilah Sampah?
13. Apakah terdapat perbedaan pengaruh antara multivariat Daya Tarik Kreator Konten Ekologi Jerhemy Owen, Kepercayaan pada Rumah Edukasi KPS, Fungsi Kepedulian Alam, dan Keterlekatan Media Sosial pada rumusan masalah 7, 8, 9, 10, 11 dan 12 terhadap Intensi Berperilaku Ramah Lingkungan *Followers* Instagram Pilah Sampah?

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Tujuan Utama

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan, maka tujuan daripada penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Daya Tarik Kreator Konten Ekologi Jerhemy Owen, Kepercayaan Pada Rumah Edukasi KPS, Fungsi Kepedulian Alam dan Keterlekatan Media Sosial terhadap Intensi Berperilaku Ramah Lingkungan *Followers* Instagram Pilah Sampah.

1.3.2 Tujuan Khusus

Adapun tujuan khusus dalam penelitian ini untuk mengetahui:

1. Pengaruh Daya Tarik Kreator Konten Ekologi Jerhemy Owen terhadap Intensi Berperilaku Ramah lingkungan *Followers* Instagram Pilah Sampah.

2. Pengaruh Kepercayaan pada Rumah Edukasi KPS terhadap Intensi Berperilaku Ramah lingkungan *Followers* Instagram Pilah Sampah.
3. Pengaruh Fungsi Kepedulian Alam terhadap Intensi Berperilaku Ramah lingkungan *Followers* Instagram Pilah Sampah.
4. Pengaruh Keterlekatan Media Sosial terhadap Intensi Berperilaku Ramah Lingkungan *Followers* Instagram Pilah Sampah
5. Perbedaan pengaruh antara Daya Tarik Kreator Konten Ekologi Jerhemy Owen, Kepercayaan pada Rumah Edukasi KPS, Fungsi Kepedulian Alam, dan Keterlekatan Media Sosial masing-masing terhadap Intensi Berperilaku Ramah lingkungan *Followers* Pilah Sampah.
6. Pengaruh secara simultan Daya Tarik Kreator Konten Ekologi Jerhemy Owen, Kepercayaan Pada Rumah Edukasi KPS, Fungsi Kepedulian Alam dan Keterlekatan Media Sosial terhadap Intensi Berperilaku Ramah Lingkungan *Followers* Instagram Pilah Sampah
7. Pengaruh Daya Tarik Kreator Konten Ekologi Jerhemy Owen dan Kepercayaan pada Rumah Edukasi KPS secara bersamaan terhadap Intensi Berperilaku Ramah lingkungan *Followers* Instagram Pilah Sampah.
8. Pengaruh Daya Tarik Kreator Konten Ekologi Jerhemy Owen dan Fungsi Kepedulian Alam secara bersamaan terhadap Intensi Berperilaku Ramah lingkungan *Followers* Instagram Pilah Sampah.

9. Pengaruh Daya Tarik Kreator Konten Ekologi Jerhemy Owen dan Keterlekatan Media Sosial secara bersamaan berpengaruh terhadap Intensi Berperilaku Ramah Lingkungan *Followers* Instagram Pilah Sampah.
10. Pengaruh Kepercayaan pada Rumah Edukasi KPS dan Fungsi Kepedulian Alam secara bersamaan terhadap Intensi Berperilaku Ramah lingkungan *Followers* Instagram Pilah Sampah.
11. Pengaruh Kepercayaan pada Rumah Edukasi KPS dan Keterlekatan Media Sosial secara bersamaan terhadap Intensi Berperilaku Ramah lingkungan *Followers* Instagram Pilah Sampah.
12. Pengaruh Fungsi Kepedulian Alam dan Keterlekatan Media Sosial secara bersamaan terhadap Intensi Berperilaku Ramah Lingkungan *Followers* Instagram Pilah Sampah?
13. Perbedaan pengaruh antara multivariat Daya Tarik Kreator Konten Ekologi Jerhemy Owen, Kepercayaan pada Rumah Edukasi KPS, Fungsi Kepedulian Alam, dan Keterlekatan Media Sosial pada rumusan masalah 7, 8, 9, 10, 11 dan 12 terhadap Intensi Berperilaku Ramah lingkungan *Followers* Instagram Pilah Sampah.

1.4 Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat beberapa manfaat yang akan diperoleh, sebagai berikut;

1.4.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan mampu menyumbang kontribusi pengetahuan dalam bidang lingkungan, gagasan juga memberikan saran bagi keberlanjutan penelitian, serta peranannya dalam memahami komunikasi pada perspektif lingkungan, khususnya membangun kepercayaan publik yang dapat menumbuhkan esensial berharga pada lingkup kehumasan atau *public relation*. Peneliti berharap penelitian ini dapat membangkitkan nakhoda kebaruan bagi bidang studi dan para akademisi.

1.4.2 Manfaat Praktis

Dalam peranannya, daya tarik Jerhemy Owen sebagai kreator konten ekologi mampu membentuk sikap terhadap niat berperilaku ramah lingkungan di komunitas Pilah Sampah. Hal ini memungkinkan menjadi pedoman bagi komunitas tersebut dalam berkehendak lebih ramah terhadap lingkungan dan memiliki kesadaran, meliputi faktor dorongan dari dalam maupun dari luar yang secara eksentrik menimbulkan kesan motivasi bagi para penyeter untuk lebih peduli terhadap lingkungan.