

Strategi Diseminasi Informasi Geopark Melalui Instagram @Belitonggeopark (Studi Komunikasi Lingkungan)

Eli Jamilah Mihardja¹, Jessica Rosa Nathania², Safwah Tita Nur.³, Bayu Dwi Prasteoyo⁴

¹⁻⁴ Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Bakrie, Jakarta

Info Artikel

Riwayat Artikel:

Received 01, 17, 2024

Revised 01, 19, 2024

Accepted 01, 22, 2024

Kata kunci:

Instagram

Diseminasi Informasi

Komunikasi Lingkungan

ABSTRAK

Di masa digital seperti saat ini, media sosial dapat digunakan sebagai alat penyebarluasan atau penyampaian informasi, media sosial memudahkan penyebaran informasi. Instagram digunakan sebagai penyebaran mengenai informasi pariwisata dan komunikasi lingkungan, salah satunya adalah Geopark di daerah Belitong. Geopark Belitong memiliki sosial media Instagram dengan nama akun @belitonggeopark. Pemanfaatan akun Instagram @belitonggeopark bertujuan sebagai media diseminasi informasi dalam menyampaikan pesan melalui konten yang ditampilkan. Di dalam penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif, yang dimana akun Instagram @belitonggeopark dijadikan sebagai objek penelitian. Kemudian, penelitian ini juga bertujuan untuk mendeskripsikan proses diseminasi informasi yang terdapat pada akun Instagram @belitonggeopark dalam menyampaikan pesan terkait keberlanjutan lingkungan (studi komunikasi lingkungan). Simpulan dari hasil penelitian ini adalah proses diseminasi informasi yang dilakukan akun Instagram @belitonggeopark mengenai lingkungan cukup berjalan dengan baik. Akun Instagram @belitonggeopark perlu menjaga konsistensinya dalam menyampaikan pesan melalui konten yang ditampilkan agar Geopark Belitong dapat meningkatkan perhatian publik mengenai unsur Keragaman Geologi, Hayati, dan Budaya yang harus tetap terjaga..

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Penulis Korespondensi :

Eli Jamilah Mihardja

Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Bakrie, Jakarta

Kawasan Rasuna Epicentrum, Jl. H. R. Rasuna Said No.2 kav c-22, RT.2/RW.5, Karet, Kecamatan

Setiabudi, Kuningan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12940

Email: eli.mihardja@bakrie.ac.id

1. PENDAHULUAN

Pada masa kini, penyebarluasan informasi dengan cepat dan efektif bukanlah menjadi hal yang mustahil untuk dilakukan. Perkembangan teknologi menghadirkan media sosial di tengah kehidupan masyarakat. Media sosial dapat digunakan untuk tujuan penyebarluasan atau penyampaian informasi dari yang tujuan untuk kesenangan pribadi atau memberikan manfaat bagi orang lain. Salah satunya adalah penyebaran informasi mengenai lingkungan atau komunikasi lingkungan.

Komunikasi lingkungan adalah sebuah proses komunikasi dengan menyampaikan pesan yang menarik kepada individu maupun kelompok agar berpartisipasi pada suatu aktivitas yang mengarah pada kelestarian atau keberlanjutan lingkungan. Menurut Susanti (2018), terdapat dua fungsi utama dari komunikasi lingkungan, yaitu fungsi sebagai strategi meningkatkan kesadaran masyarakat untuk peduli terhadap lingkungan dengan mengajarkan, mengajak, dan mendorong masyarakat dan berbagai pihak terkait untuk berperan serta dalam mengatasi permasalahan ataupun keberlanjutan lingkungan. Dan fungsi sebagai teknik dengan mengumpulkan, mempublikasikan, dan menyebarkan informasi terkait isu-isu lingkungan. Tujuannya

untuk memberikan informasi kepada masyarakat dalam bentuk publikasi, liputan media, atau melalui tulisan di media sosial.

Tidak sedikit pihak-pihak terkait menggunakan media sosial untuk mengkomunikasikan lingkungan, khususnya melalui Instagram. Dapat dikatakan bahwa Instagram menjadi salah satu strategi untuk melakukan penyebaran informasi. Melalui Instagram, masyarakat atau audiens dapat melihat foto, video, dan keterangan informasi yang terkait satu sama lain. Menurut Yulianto (2018), Instagram dikatakan dapat memberikan berbagai macam informasi untuk menambah pengetahuan dan memperluas wawasan dalam hal positif.

Objek pariwisata Geopark Belitong yang terletak di Provinsi Bangka Belitung menjadi salah satu pihak telah resmi dan memulai aktif di media sosial pada tahun 2016 dengan nama pengguna Instagram @belitonggeopark yang menyajikan informasi seputar kekayaan alam yang terdapat di kawasan Belitong. Contohnya seperti keindahan alam, gunung, pantai, batu-batuan, keragaman flora fauna, dan lainnya. Begitu juga dengan penggunaan caption dari konten yang disajikan pada @belitonggeopark seringkali memiliki makna dan menyampaikan pesan untuk selalu menjaga kecintaan dan kelestarian lingkungan, khususnya di kawasan Geopark Belitong. Kawasan Geopark Belitong memiliki basis geowisata pembangunan yang bertumpu pada aspek konservasi, pendidikan, dan pertumbuhan ekonomi dengan mengedepankan konsep keberlanjutan dan peningkatan pembangunan ekonomi lokal untuk komunitas lokal.

Geopark di Indonesia diatur oleh Peraturan Presiden Nomor 9 Tahun 2019 tentang Pengembangan Taman Bumi (Geopark). Pengembangan Geopark adalah tata kelola Geopark guna mewujudkan pelestarian Warisan Geologi (Geoheritage), Keragaman Geologi (Geodiversity), Keanekaragaman Hayati (Biodiversity), dan Keragaman Budaya (Cultural Diversity). Berdasarkan data dari Kompas.com (08/07/2020), Geopark Belitong resmi disahkan sebagai salah satu warisan dunia yang tergabung dalam Geopark Global UNESCO pada tanggal 15 April 2021. UGG resmi mengakui Geopark Belitong sebagai anggota barudan disetujui dengan 17 geosite yang lulus. Keberagaman wilayah Belitong yang memiliki keindahan daratan dan laut, bebatuan seperti granit, flora-fauna yang berkaitan erat dengan aspek geologis, biologis, dan budaya, menjadi daya tarik dan menjadikan Geopark Belitong sebagai salah satu kawasan yang kaya (Kompas.com, 19/04/21).

UNESCO Global Geopark ingin memberikan rasa bangga kepada masyarakat lokal atas wilayah mereka, sehingga, geologi daerah tersebut dapat tetap terlindungi, dan masyarakat lokal memiliki sumber pendapatan baru. Untuk mewujudkan hal tersebut tentunya dibutuhkan penyebaran informasi yang ditujukan kepada kelompok atau individu tertentu agar dapat timbul kesadaran, rasa menerima, dan dapat melakukan pemanfaatan akan informasi yang diberikan, atau disebut sebagai proses diseminasi informasi (Kusumajanti, 2018).

Dengan begitu rumusan masalah dalam penelitian kali ini adalah bagaimana strategi diseminasi informasi Geopark Belitong pada akun Instagram @belitonggeopark dalam penyampaian komunikasi lingkungan? Berdasarkan rumusan masalah dalam penelitian ini, maka tujuan penelitian ini mendeskripsikan 3 aspek berikut:

1. Rancangan konten yang dibagikan melalui Instagram Geopark Belitong
2. Cara Geopark Belitong dalam menyampaikan informasi terkait fenomena atau isu lingkungan hidup.
3. Tanggapan followers pada akun Instagram Geopark Belitong

Terjawabnya 3 aspek penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat akan pengetahuan mengenai proses diseminasi informasi dalam menyampaikan komunikasi lingkungan melalui Instagram dengan tepat.

2. KONSEP DAN TEORI

Berdasarkan penelitian sebelumnya mengenai Diseminasi Informasi Peduli Lingkungan Pada Masyarakat Desa Paledah Kabupaten Pangandaran (Komariah dkk, 2020), disebutkan bahwa ada strategi-strategi yang bisa digunakan untuk menyebarkan informasi mengenai kepedulian lingkungan, diantaranya dengan menggunakan edukasi literasi berupa buku panduan maupun infografis peduli lingkungan. Hal tersebut dilakukan bertujuan sebagai bentuk sosialisasi mengenai literasi dalam konteks pemeliharaan lingkungan.

Begitu pula dengan penelitian sebelumnya mengenai Strategi Komunikasi Lingkungan Dalam Membangun Kepedulian Masyarakat Terhadap Lingkungan (Wahyudin, 2017) menghasilkan bahwa strategi yang bisa dilakukan untuk membuat komunikasi lingkungan dapat tersampaikan dengan baik yaitu dengan kerja pemerintah yang solid dan juga tak luput dari bantuan media massa untuk menyebarkan nilai-nilai komunikasi lingkungan. Untuk mencapai hal tersebut, komunikasi lingkungan mencakup langkah-langkah dalam realisasinya. Seperti, penilaian, perencanaan, produksi, aksi dan refleksi. Langkah-langkah tersebut, tentunya harus dilakukan dengan orang yang tepat berperan sebagai komunikator. Sebab, hal yang harus dilakukan selanjutnya yaitu memonitoring media yang dijadikan sebagai realisasi langkah-langkah strategi komunikasi lingkungan.

Hal ini seiring dengan penelitian lain mengenai Konten Visual Instagram Sebagai Media Diseminasi Publik Tentang Covid-19 (Yogantari, 2021) mengindikasikan bahwa peranan sosial media khususnya Instagram dapat dimanfaatkan sebagai media diseminasi informasi oleh pemerintah, sehingga tujuan dari pemerintah dalam menyampaikan pesan kepada publik dapat tepat sasaran. Pemanfaatan Instagram sebagai media informasi juga dilakukan oleh Kementerian Sekretariat Republik Indonesia dengan akun @kemensetneg.ri (Azmi, 2020). Dimana Instagram digunakan sebagai media untuk berbagi informasi atau transparansi setiap kegiatan kepresidenan.

Dalam penelitian ini, peneliti juga menggunakan 2 aspek yang terdiri dari konsep dan teori untuk melakukan penelitian mengenai proses diseminasi informasi mengenai keberlanjutan lingkungan pada akun Instagram Geopark Belitong (@belitonggeopark), yaitu:

1. Teori Diseminasi Informasi

Menurut Tulung (2014), diseminasi informasi adalah penyebarluasan informasi dan sebuah penyampaian pesan komunikasi yang dapat terjadi jika pengguna mengalami internalisasi yaitu dengan penerima pesan atau memerlukan informasi yang sesuai dengan harapan dan kebutuhannya sehingga memberikan manfaat bagi dirinya. Menurut Setyanto (2017), Diseminasi mengandung unsur penyebaran dan penghubung dari suatu hal yang memiliki sifat ide, inovasi atau penelitian yang ditujukan untuk pemberdayaan masyarakat. Sedangkan, berdasarkan jurnal terkait (Kusumajanti, 2018), diseminasi ditujukan kepada kelompok atau individu agar setelah memperoleh informasi dapat timbul kesadaran, rasa menerima, dan dapat melakukan pemanfaatan akan informasi tersebut. Dan, salah satu cara untuk meningkatkan keberhasilan penyebaran informasi adalah dengan menggunakan media sebagai penyalur informasi. Salah satunya melalui Internet yang merupakan sebuah jaringan global dan mampu menyediakan informasi, video, dokumen pada para penggunanya, contohnya Instagram.

Menurut Sastropoetro dalam Kusumajanti (2018), terdapat beberapa syarat yang harus dipenuhi untuk melakukan penyebaran informasi yang efektif, yaitu :

- Pesan yang disebarkan harus jelas dan tidak bertele-tele agar mudah dipahami penerima pesan.
- Lambang-lambang atau logo yang digunakan harus dapat dipahami dan dimengerti oleh target audiens atau penerima pesan.
- Pesan yang disebarkan dapat menimbulkan minat, perhatian, dan keinginan pada si penerima pesan untuk melakukan sesuatu.
- Pesan-pesan yang disebarkan menimbulkan keinginan penerima pesan untuk memecahkan masalah.

2. Komunikasi Lingkungan

Menurut Angga Ariestya dalam tulisannya di Kompas.com (2017), komunikasi lingkungan merupakan bidang studi keterkaitan komunikasi hubungan manusia dan alam. Komunikasi lingkungan dapat juga dikatakan sebagai proses komunikasi yang menarik masyarakat agar berpartisipasi pada suatu aktivitas yang mengarah pada kelestarian atau keberlanjutan lingkungan. Menurut Susanti (2018), terdapat dua fungsi utama dari komunikasi lingkungan, yaitu :

- Fungsi Strategis : Meningkatkan kesadaran masyarakat untuk peduli terhadap lingkungan. Tujuannya untuk mengajarkan, mengajak, dan mendorong masyarakat dan berbagai pihak terkait untuk berperan serta dalam mengatasi permasalahan ataupun keberlanjutan lingkungan. Fungsi strategis ini dapat dilakukan melalui dengan melakukan kegiatan kampanye sosial mengenai isu lingkungan.
- Fungsi Teknik : Mengumpulkan, Mempublikasikan, dan Menyebarkan informasi terkait isu-isu lingkungan. Tujuannya untuk memberikan informasi kepada masyarakat dalam bentuk publikasi, liputan media, atau melalui tulisan di media sosial. Menurut Flor dalam Rahmat (2018), komunikasi lingkungan dibangun dalam budaya. Manusia melakukan adaptasi dan interaksi dengan lingkungannya untuk memenuhi kebutuhan. Adaptasi tersebut menghasilkan suatu kearifan lokal, yaitu nilai-nilai luhur yang berlaku dalam tata kehidupan masyarakat untuk melindungi dan mengelola lingkungan hidup secara lestari. Dalam interaksinya dengan alam, berdasarkan kearifan lokal, manusia diharapkan dapat memanfaatkan potensi alam sesuai dengan keperluannya dan tidak berlebihan (Indrawardana, 2012).

3. METODE

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Strauss dan Corbin dalam Creswell, J (1998:24), yang dimaksud dengan penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran). Sedangkan menurut Bogdan & Biklen, S (1992: 21-22) kualitatif adalah salah satu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa ucapan atau tulisan dan perilaku orang-orang yang diamati.

Untuk itu, digunakan pula metode studi kasus. Menurut Creswell dalam buku Sri Wahyuningsih yang berjudul 'Metode penelitian studi kasus' disebutkan bahwa studi kasus adalah sebuah eksplorasi dari "suatu

sistem yang terikat” atau “suatu kasus/beragam kasus” yang dari waktu ke waktu melalui pengumpulan data yang mendalam serta melibatkan berbagai sumber informasi yang “kaya” dalam suatu konteks. Dengan kata lain studi kasus merupakan penelitian dimana peneliti menggali suatu fenomena tertentu (kasus) dalam suatu waktu dan kegiatan (program, event, proses, institusi atau kelompok sosial) serta mengumpulkan informasi secara terinci dan mendalam dengan menggunakan berbagai prosedur pengumpulan data.

Objek dalam penelitian ini adalah proses diseminasi informasi dalam menyampaikan komunikasi lingkungan pada Instagram @belitonggeopark. Dan untuk mendapatkan informasi yang aktual, ada pula subjek dalam penelitian ini ialah Admin Instagram @belitonggeopark dan Pengikut Instagram @belitonggeopark. Dalam memperoleh data yang akan digunakan dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode sebagai berikut:

1. Wawancara

Menurut Sugiyono (2016:317) wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode wawancara mendalam dengan subjek penelitian.

2. Observasi

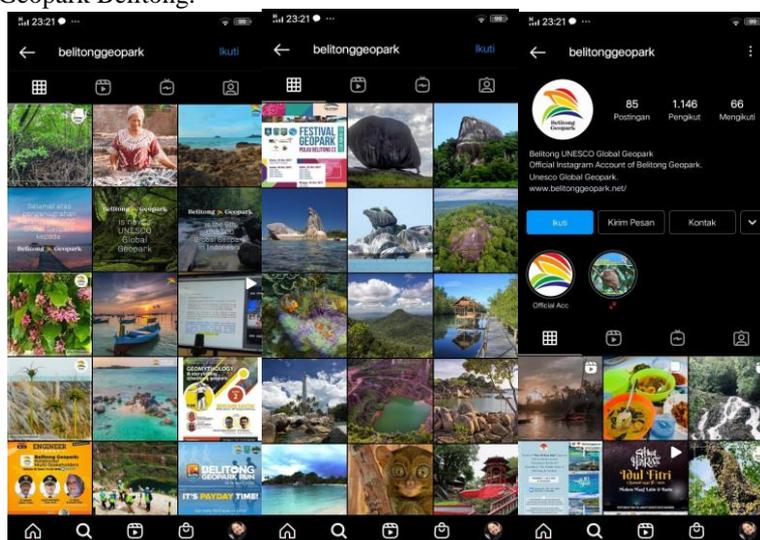
Dalam penelitian ini penulis melakukan observasi melalui internet atau biasa disebut dengan e-observations dengan cara melakukan pengamatan terhadap konten-konten yang ada di media sosial Instagram @belitonggeopark.

3. Studi Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2016:329) Teknik dokumentasi merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. Studi dokumentasi digunakan oleh penulis untuk mengumpulkan data dengan cara melihat dan menganalisis dokumen-dokumen terkait penelitian ini.

4. TEMUAN DAN PEMBAHASAN

Geopark Belitung yang terletak di Provinsi Bangka-Belitung, menjadi salah satu objek wisata yang kuat akan aspek geologis, biologis, dan budaya. Dan untuk memperkenalkan keindahan alam yang terdapat di kawasan tersebut, Geopark Belitung memanfaatkan Instagram sebagai media penyebaran informasi. Media baru merupakan suatu tempat menyalurkan segala sesuatu berupa informasi dari sumber terhadap penerima informasi (McQuail, 2000:127). Akun Instagram @belitonggeopark memiliki 85 postingan (terhitung 16 Juli 2021) dan memiliki 1.143 pengikut. Instagram Geopark Belitung menyajikan konten-konten dalam bentuk foto maupun video yang berisikan informasi mengenai keindahan lingkungan, webinar, dan kegiatan yang dilakukan di Kawasan Geopark Belitung.



Gambar 1. Tampilan Instagram @belitonggeopark

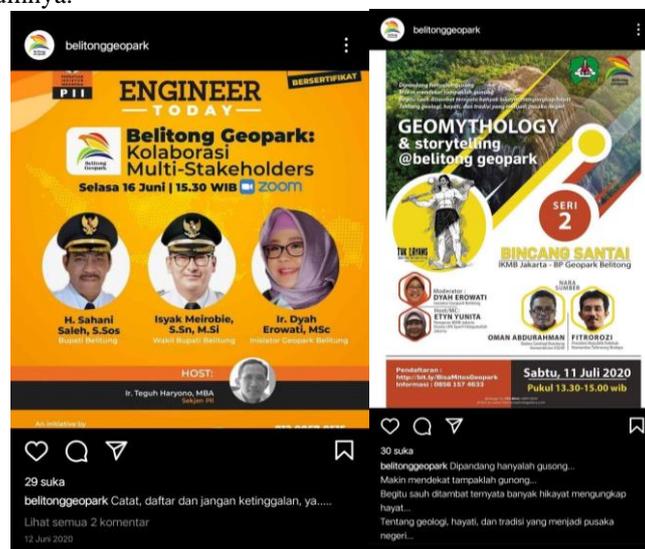
Seperti yang terlihat pada tampilan Gambar 1, Instagram @belitonggeopark didominasi oleh konten yang disertai dengan foto keindahan lingkungan di Kawasan Geopark Belitung. Caption yang digunakan dari setiap kategori konten juga beragam tergantung dengan konten yang dibagikan. Berdasarkan pengamatan peneliti, postingan @belitonggeopark yang dibagikan pada tanggal 15 September 2017 dengan total 16 post hanya disertai caption singkat yang berisikan keterangan nama dari foto yang dibagikan. Terkait dengan syarat diseminasi informasi yang efektif menurut Kusumajanti (2018), 16 post pada akun @belitonggeopark (15/09/17) memang tidak bertele-tele. Namun, menurut peneliti, caption yang terlalu singkat juga sulit menimbulkan minat dan perhatian dari penerima pesan atau pengikut @belitonggeopark itu sendiri. Hal

tersebut terlihat dari jumlah like yang sedikit. Penggunaan caption yang singkat juga sulit dapat dipahami dan dimengerti oleh target audiens atau penerima pesan, terlihat dari postingan konten Balancing Rock yang mendapatkan 2 komentar dan salah satunya adalah pertanyaan mengenai lokasi persis dari Balancing Rock oleh nama pengguna @rinbdias. Menurut peneliti, membagikan konten dengan caption yang terlalu singkat tidak memaksimalkan fungsi dari komunikasi lingkungan itu sendiri.



Gambar 2. Konten Instagram @belitonggeopark (15/09/17)

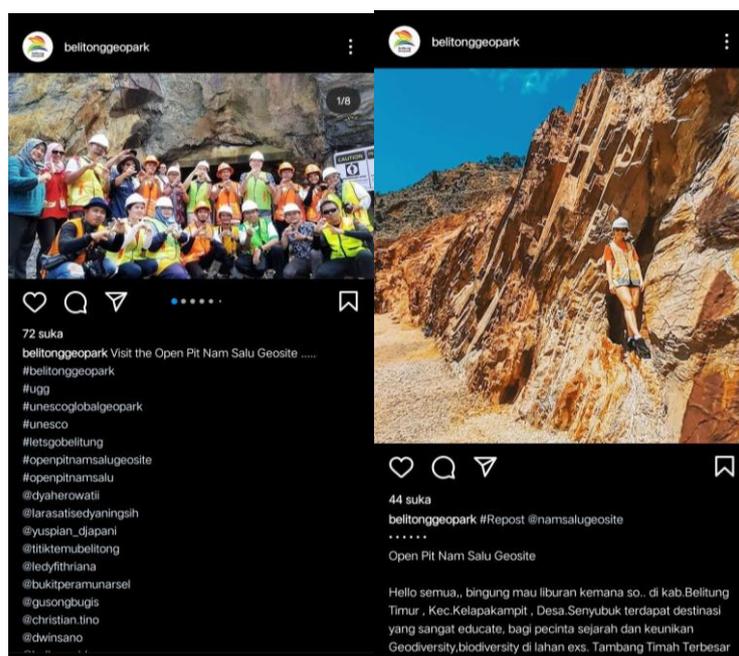
Selanjutnya, konten @belitonggeopark juga menyajikan konten yang menunjukkan informasi terkait dengan webinar yang mengangkat topik mengenai Geopark Belitong itu sendiri. Terlihat pada postingan 12 Juni dan 15 Juli 2020 akun @belitonggeopark membagikan poster terkait dengan webinar tersebut. Dibandingkan dengan konten sebelumnya, konten informasi mengenai webinar memiliki caption yang lebih lengkap dan jelas. Hal ini terkait dengan fungsi teknik dari komunikasi lingkungan yang mengumpulkan, mempublikasikan, dan menyebarkan informasi terkait (Susanti, 2018). Berdasarkan pengamatan peneliti, walaupun mendapatkan komentar yang sangat sedikit, konten tersebut mendapatkan jumlah like lebih banyak dibanding konten sebelumnya.



Gambar 3. Konten Webinar Instagram @belitonggeopark

Selain itu, Instagram @belitonggeopark juga kerap menyajikan konten mengenai kegiatan-kegiatan yang dilakukan di Kawasan Geopark Belitong. Mulai dari melakukan *repost* atau dokumentasi langsung kegiatan-kegiatan yang dilakukan di Kawasan Geopark Belitong. Menurut peneliti, respon audiens terhadap konten tersebut lebih baik dibandingkan penjabaran 2 kategori konten yang sebelumnya. Caption yang digunakan tidak bertele-tele dan keterkaitan dengan foto yang disajikan dijelaskan dengan baik. Secara tidak langsung, caption juga turut mempromosikan Geopark Belitong dan menunjukkan kepada audiens tampak lingkungan Belitong yang sangat diperhatikan dan dijaga kelestariannya. Hal ini terkait dengan pengertian teori

komunikasi lingkungan yang merupakan proses komunikasi untuk menarik masyarakat agar berpartisipasi pada kegiatan yang mengarah pada kelestarian atau keberlanjutan lingkungan (Susanti,2018).



Gambar 3. Konten Webinar Instagram @belitonggeopark

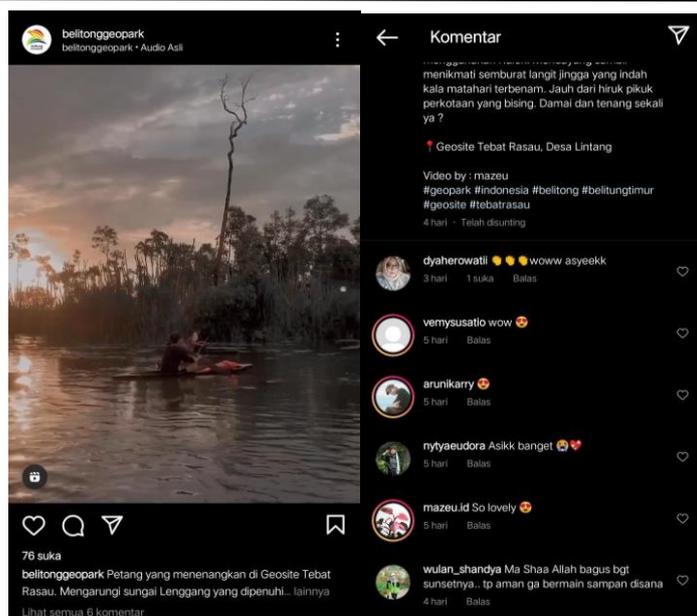
Secara garis besar, berdasarkan pengamatan peneliti, sebagian besar konten pada Instagram @belitonggeopark melakukan penyebaran informasi dengan fokus pada aspek keindahan lingkungan. Penyajian konten dengan caption yang jelas juga semakin baik seiring berjalannya waktu. Instagram @belitonggeopark juga memanfaatkan fitur-fitur terbaru dari Instagram seperti Reels dan IGTV. Menurut peneliti, proses diseminasi informasi yang dilakukan oleh @belitonggeopark dalam konteks keberlanjutan lingkungan cukup berjalan dengan baik walaupun tanggapan masyarakat melalui kolom komentar dan like masih terbilang cukup minim. Untuk memastikan pengamatan, peneliti melakukan wawancara dengan admin Instagram @belitonggeopark.

Berdasarkan wawancara, Geopark Belitong memiliki rancangan konten yang bersifat informatif, edukatif, dan promotif mengenai kawasan Geopark Belitong. Sajian konten tersebut mengutamakan 3 unsur yang diantaranya adalah Geodiversity (Keragaman Geologi), Biodiversity (Keanekaragaman Hayati), dan Culture diversity (Keragaman Budaya) yang memiliki keterkaitan dengan aktivitas yang mengarah pada kelestarian atau keberlanjutan lingkungan. Terdapat syarat- syarat yang harus dipenuhi agar konten layak dibagikan yaitu harus bersifat fakta, aktual, dan tidak mengandung SARA. Penyajian konten pada Instagram @belitonggeopark juga memiliki frekuensi tersendiri yaitu konten dibagikan pada akhir pekan (mulai pada bulan Juli 2021).

Pemilihan foto atau video setidaknya merupakan foto terbaru atau memiliki keterkaitan dengan situasi terkini dengan menonjolkan sisi keindahan dan menyertakan kredit foto. Penulisan caption pada konten juga harus bersifat faktual, jika berisi informasi yang edukatif maka harus bersumber atau mengacu pada referensi dari akademisi ataupun kutipan dari jurnal. Hal ini berkaitan dengan salah satu syarat diseminasi informasi yang efektif yaitu pesan yang dibagikan harus jelas dan dapat dipahami oleh audiens (Kusumajanti, 2018).

Menurut Admin Instagram @belitonggeopark, belum ada arahan khusus untuk menyampaikan atau menyajikan konten yang terkait dengan fenomena atau isu lingkungan. Namun, arahan yang terpenting adalah mengacu pada 3 unsur (Geodiversity, Biodiversity, dan Culture diversity) yang dipandu oleh pengelola belitong geopark divisi promosi.

Tim yang berwenang memposting adalah dari tim divisi silicone belitong geopark youth community dengan tetap mematuhi aturan yang telah disampaikan. Respon audiens mengenai postingan belitong geopark cukup positif dengan banyaknya orang yang melakukan *reply* dan *share* melalui fitur *Direct Message* dan juga kerap melakukan tag terhadap akun instagram geopark belitong. Dengan kata lain bahwa kini masyarakat sudah mulai tertarik dengan kehadiran Geopark Belitong yang dapat dilihat dari peningkatan *followers* semenjak Geopark Belitong resmi masuk sebagai Unesco Global Geopark.



Gambar 4. Konten Terbaru Instagram @belitonggeopark

Pernyataan ini terbukti dengan intensitas pemberian komentar dan like pada konten terbaru @belitonggeopark cukup tinggi. Seperti pada konten Reels tanggal 13 Juli 2021 yang menunjukkan keindahan suasana matahari terbenam di daerah Desa Lintang. Konten tersebut mendapatkan 76 jumlah like dan 6 komentar yang menyampaikan rasa kagum akan keindahannya.

5. KESIMPULAN

Dalam artikel ini, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Konten post pada akun Instagram Geopark Belitong bersifat informatif, edukatif, dan promotif mengenai kawasan Geopark Belitong. Sajian konten mengutamakan 3 unsur yang diantaranya adalah Geodiversity (Keragaman Geologi), Biodiversity (Keanekaragaman Hayati), dan Culture diversity (Keragaman Budaya).
2. Belum ada arahan pasti dari pihak terkait untuk menyajikan konten yang membahas mengenai fenomena atau isu lingkungan yang sedang terjadi. Namun, dengan memfokuskan pada 3 unsur Keragaman Geologi, Hayati, dan Budaya, secara tidak langsung Instagram @belitonggeopark menunjukkan lingkungan yang harus dijaga kelestariannya, khususnya di Kawasan Geopark Belitong.
3. Kualitas konten yang semakin membaik, teratur, dan konsisten meningkatkan efektivitas proses penyebaran informasi mengenai Geopark Belitong kepada audiens melalui media Instagram. Instagram @belitonggeopark dapat dikatakan masih memiliki sedikit memiliki jumlah post dan pengikut. Namun, respon audiens yang semakin meningkat menunjukkan dari setiap konten membuktikan proses diseminasi informasi cukup berjalan dengan baik melalui akun @belitonggeopark.

6. ACKNOWLEDGEMENT

Penelitian ini merupakan project-based-class pada mata kuliah Riset Media pada Peminatan Jurnalistik Multimedia, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Bakrie pada semester genap 2020.

REFERENSI

- Ariestya, Angga. (18/09/2017). Mempertanyakan Eksistensi Komunikasi Lingkungan di Indonesia. <https://nasional.kompas.com/read/2017/09/18/08220681/mempertanyakan-eksistensi-komunikasi-lingkungan-di-indonesia>
- Cahya Sakti, M. Yulianto (2018). Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Pembentukan Identitas Diri Remaja. vol. 6(4). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/21950>

-
- Dahnur, Heru. (19/04/2021). Geopark Belitong Jadi Warisan Dunia, Ini 17 Destinasi Unggulannya. <https://regional.kompas.com/read/2021/04/19/211855978/geopark-belitong-jadi-warisan-dunia-ini-17-destinasi-unggulannya?page=all>
- Komariah, dkk. (2020). Diseminasi Informasi Lingkungan Pada Masyarakat Desa Paledah Kabupaten Pangandaran. Dharmakarya: Jurnal Aplikasi Ipteks untuk Masyarakat. Vol. 9 No.1. <https://jurnal.unpad.ac.id/dharmakarya/article/view/19468/12985>
- Kusumajanti. (2018). Diseminasi Informasi Publik Oleh Humas Kementerian Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia Dalam Meningkatkan Public Awareness. Vol 7(3). <https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/komunika/article/view/1630/992>
- Pertiwi, Ni Luh Made. (08/07/2020). 5 Geopark Indonesia yang Masuk UNESCO Global Geopark. <https://travel.kompas.com/read/2020/07/08/181100427/5-geopark-indonesia-yang-masuk-unesco-global-geopark?page=all>
- Rahmat, Pupu Saeful. (2009) Penelitian Kualitatif. Jurnal Equilibrium Vol.5 No.9. <http://yusuf.staff.ub.ac.id/files/2012/11/Jurnal-Penelitian-Kualitatif.pdf>
- Rilo Sambudi, K. Azmi (2020). Instagram @kemensetneg.ri Sebagai Media Informasi Dalam Kegiatan Kepresidenan. Vol 4(3). <https://jom.fikom.budiluhur.ac.id/index.php/Pantarei/article/view/575>
- Setyanto, Yugih. (2017). Diseminasi Informasi Terkait Pariwisata Berwawasan Lingkungan dan Budaya Guna Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan. Vol 9(2). <https://journal.untar.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/1077/832>
- Susanti, Santi. (2018). Menumbuhkan Kesadaran Hidup Ekologis melalui Komunikasi Lingkungan di Eco Learning Cam. Vol 11(2). <https://ejournal.unisba.ac.id/index.php/mediator/article/view/3961>
- UNESCO GLOBAL GEOPARKS. United Nations Educational, Scientific, and Cultural Organization. <http://www.unesco.org/new/en/natural-sciences/environment/earth-sciences/unesco-global-geoparks/frequently-asked-questions/what-is-a-unesco-global-geopark/>
- Yogantari, Made Vairagya (2021). Konten Visual Instagram Sebagai Media Diseminasi Publik Tentang Covid-19. Vol 4. <https://eprosiding.idbbali.ac.id/index.php/senada/article/view/532>
- Wahyudin, Uud. (2017). Strategi Komunikasi Lingkungan Dalam Membangun Kepedulian Masyarakat Terhadap Lingkungan. Jurnal Common Vol. 1, No.2. <https://ojs.unikom.ac.id/index.php/common/article/view/576/425>
- Wahyuningsih, Sri. 2013. Metode Penelitian Studi Kasus. UTM Press: Madura.