



KECENDERUNGAN ISI PESAN KOMUNIKASI NETIZEN MERESPON INFORMASI #TOLAKSEKALIPAKAI PADA FENOMENA INOVASI PRODUK GALON SEKALI PAKAI

Budi Prasetyo¹, Sri Nawangsari²
Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Gunadarma^{1,2}
Jl. Margonda raya No 100, Depok, Jawa Barat
Adipaticambrige23@gmail.com¹, snsari@staff.gunadarma.ac.id²

ABSTRAK

Inovasi pada produk galon air isi ulang yang kini diproduksi menjadi galon berbahan dasar sekali pakai, banyak menuai reaksi dimasyarakat. Salah satu reaksi yang dapat dilihat ialah adanya partisipasi Netizen didalam media sosial yang menanggapi fenomena ini. Sebagai pengguna aplikasi Twitter turut serta menanggapi fenomena ini, mereka membuat Tweet dengan identitas #TolakSekaliPakai. Adanya penelitian ini bertujuan untuk menemukan makna yang muncul dari banyaknya Tweet yang menggunakan #TolakSekaliPakai. Sebanyak 276 data Tweet #TolakSekaliPakai diuji dengan menggunakan metode analisis isi kualitatif dengan pedekatan penelitian secara induktif. Metode ini digunakan untuk menemukan kategori-kategori yang nantinya dapat membangun sebuah tema besar, sehingga dapat menciptakan sebuah makna pada keseluruhan data Tweet. Hasil dari penelitian yang telah dilakukan terhadap fenomena ini menemukan satu tema besar. Tema besar yang ditemukan ialah oposisi terhadap fenomena inovasi produk galon sekali pakai. Tema ini merupakan isi dari beberapa kategori-kategori yang muncul pada data yang telah di analisis.

Kata Kunci Kecenderungan Isi pesan, Media Sosial, Inovasi GSP

PENDAHULUAN

Marshal dan McLuhan (*West & Turner 2010*) sebagai tokoh yang mencetuskan teori ini menyampaikan bahwa manusia pada saat ini dapat membentuk sebuah kehidupan yang diinginkan. Hal ini dikarenakan adanya teknologi yang tentunya membantu setiap orang dalam menentukan pilihan. Teori ini pada dasarnya berpusat pada prinsip masyarakat yang menggambarkan kondisi nyata jika setiap orang tidak dapat lepas dari pengaruh yang telah diberikan oleh teknologi. Setiap orang memiliki rasa keingintahuan akan setiap hal. Adanya teknologi memberikan kemudahan bagi setiap orang untuk mewujudkan keingintahuan mereka. Terdapat tiga gagasan yang diajukan oleh MC Luhan mengenai pengaruh teknologi media terhadap manusia. Media mempengaruhi setiap perbuatan atau tindakan dalam masyarakat (*media infuses every act and action in society*), Media memperbaiki persepsi kita dan mengelola pengalaman kita (*Media fix our and organize our experience*), media mengikat dunia bersama-sama.

Persepektif yang ada didalam teori ini adalah medium menjadi sebuah faktor yang mempengaruhi kesadaran. Medium merupakan faktor terbesar yang dapat



mempengaruhi alam bawah sadar seseorang. Artinya dalam hal ini masyarakat secara radikal. Di dalam hal ini teknologi memberikan pengaruh kepada masyarakat untuk selalu bergantung padanya. Hal ini dilakukan agar ketertiban sosial di masyarakat dapat tercipta. Teknologi menjadi faktor yang mendasar pada masyarakat dalam menjalani kehidupan yang tertib disosial masyarakat.

Teori ini menjadi Grand Theory yang digunakan didalam penelitian ini. Peneliti melihat fenomena yang diteliti menggambarkan dengan apa yang didalam teori media ekologi. Fenomena yang muncul di media memberikan pengaruh kepada khalayak, sehingga dalam hal ini terdapat tanggapan-tanggapan yang dilakukan oleh netizen melalui media sosial sebagai teknologi yang ada dapat memudahkan setiap orang untuk mengambil keputusan.

Seiring dengan perkembangan zaman, media sosial saat ini menjadi sebuah kebutuhan bagi masyarakat diseluruh dunia. Dari kalangan orang tua hingga kalangan remaja, media sosial merupakan salah satu peran penting dalam kebutuhan informasi dari media yang akan diterima ataupun sebagai media untuk menyebarkan suatu informasi. Saat ini, media sosial sangat digemari, tentunya dengan perkembangan zaman yang ada, media sosial dengan berbasis online memberikan kesempatan bagi setiap penggunaannya untuk dapat dengan mudah berpartisipasi secara langsung. Dengan media sosial, para pengguna dapat dengan mudah untuk berbagi informasi dan juga menciptakan sebuah kreatifitas dengan memanfaatkan jaringan sosial tersebut.

Media sosial saat ini mengalami perkembangan yang cukup signifikan, dimana para penggunaannya memanfaatkan situs-situs online untuk bisa memperoleh informasi. Dengan adanya media sosial dapat mempermudah kegiatan bersosialisasi antar masyarakat tanpa harus bertatap muka secara langsung. Selain bersosialisasi, media sosial juga dimanfaatkan para penggunaannya untuk dapat memberikan sebuah pandangan atau pendapat mereka tentang suatu hal.

Twitter memiliki berbagai macam fasilitas yang dapat digunakan oleh para penggunaannya. Seperti halnya *Hastag*, *Trending Topic*, dan *Third Party Client*. Perkembangan penggunaan dari media sosial Twitter saat ini sangat terlihat jelas. Pada dasarnya media sosial ini digunakan hanya sebatas sarana membagikan moment-moment para penggunaannya, selain itu media sosial ini juga digunakan sebagai media berbalas pesan. Namun saat ini, banyak orang-orang di dunia yang memang dengan adanya mereka menjadi salah satu orang-orang yang berpengaruh di dunia, menggunakan media sosial Twitter menjadi salah satu alat untuk mereka dapat berkomunikasi dan berinteraksi dengan masyarakat. Dari kalangan artis hingga presiden memanfaatkan.

Penelitian ini mengangkat fenomena adanya trend atau model penggunaan bahan dasar dari galon air mineral. Penggunaan galon mineral di Indonesia sendiri menjadi sebuah hal yang sering ditemukan. Galon mineral yang sering diperjual belikan pada dasarnya berbahan dasar plastik yang dapat didaur ulang atau digunakan berkali-kali. Tentunya pada produk I ini menjadi salah satu solusi bagi para penyedia air minum



dirumah. Tentunya para perusahaan air mineral pun juga berlomba-lomba dalam membuat inovasi pada produknya, baik dari segi komposisi air mineral yang ada maupun dari segi kemasan produk itu sendiri. Belakangan ini sejumlah produsen air minum mengeluarkan kemasan baru berupa galon sekali pakai (GSP). Adanya trobosan baru yang dikeluarkan oleh produsen air minum ini dilakukan dengan alasan lebih efisien saat didistribusikan ke konsumen, dan lebih aman saat dikonsumsi. Namun, dengan adanya inovasi ini malah menuai banyak kritikan.

TINJAUAN PUSTAKA

Komunikasi

Manusia sebagai makhluk sosial sejatinya senantiasa memiliki keinginan untuk dapat berkomunikasi dengan manusia lainnya. Tujuan dari berkomunikasi dengan manusia lainnya agar rasa keingintahuan mereka terhadap apa yang terjadi di lingkungan sekitarnya, atau apa yang terjadi didalam dirinya dapat ia ketahui. Komunikasi menjadi kebutuhan bagi setiap manusia, hal ini karena sebagian masyarakat tidak bisa hidup tanpa adanya komunikasi. Menurut *Dr. Everett Kleinjan* yang dikutip dalam buku pengantar ilmu komunikasi Hafid Cangara (1998), komunikasi sudah merupakan bagian kekal dari kehidupan manusia seperti halnya bernafas. Sepanjang manusia ingin hidup, maka manusia perlu berkomunikasi. Didalam kehidupan bermasyarakat terdapat akibat dari tidak berjalanya komunikasi antara satu dengan lainnya. Adanya ancaman akan terisolasi dari masyarakat akan ada pada orang-orang yang tidak berkomunikasi dengan orang lain. Tentunya dengan adanya terisolasi di tengah masyarakat akan menimbulkan suatu ketidak seimbangan pada jiwanya.

Internet

Perkembangan internet dalam bidang komunikasi saat ini semakin pesat. Didalam bidang komunikasi, internet menjadi salah satu media yang sangat berperan unggul dalam proses berlangsungnya komunikasi. internet dapat menggeser posisi media lain seperti telepon dan sms dari media komunikasi. hal ini dikarenakan, setiap orang sudah melekat dengan yang namanya jaringan. Dalam penggunaannya untuk komunikasi, internet menjadi kebutuhan bagi setiap orang. Didalam dunia pekerjaan bahkan internet menjadi salah satu instrument utama saat proses komunikasi didunia pekerjaan berlangsung. Dari kalangan pengusaha, politikus, hingga para di bidang pendidikan pun tidak luput dari peran internet sebagai media komunikasi.

Analisis Isi Kualitatif

Salah satu teknik penelitian dalam metode pendekatan secara kualitatif terdapat salah satu teknik yang dapat digunakan untuk bisa menganalisa isi dari sebuah pesan. Analisis isi merupakan sebuah teknik penelitian yang dapat di ikuti dalam membuat sebuah inferensi yang dimana hal ini memfokuskan konteks dari data yang ada atau

yang telah diperoleh. Tentunya dalam hal ini, teknik analisis isi berhubungan dengan komunikasi dan isi dari komunikasinya. “*Content Analisis*” berusaha untuk dapat memahami isi teks dengan melihat dari kumpulan-kumpulan cerita yang saling berhubungan.

TolakSekaliPakai

Situs website www.mediaindonesia.com menyatakan jika pegiat lingkungan sangat menyayangkan adanya produk air minum kemasan galon sekali pakai yang di nilai dapat menimbulkan permasalahan baru. Menurut Tubagus Soleh Ahmadi selaku eksekutif direktur wahana lingkungan hidup Jakarta, menurutnya hal tersebut harusnya tidak dibenarkan karena dapat membuat pola hidup masyarakat kembali ke masa lampau, yakni penggunaan plastik sekali pakai. Untuk itu ia juga menghimbau kepada masyarakat untuk tidak menggunakan produk ini karena dapat menambah permasalahan lingkungan. Selain itu, pada produk dengan bahan sekali pakai inipun tidak diketahui bagaimana cara perusahaan dapat mengatasi sampah yang dihasilkan. Strategi yang dimiliki oleh perusahaan di nilai masih tidak jelas. Perusahaan hanya beralih dari satu material ke material lain, namun secara model bisnis yang dijalankan masih sama saja. Dari permasalahan ini banyak pengguna media sosial Twitter yang mengungkapkan pendapat mereka. Mereka berlomba-lomba memberikan pandangan mereka terhadap fenomena ini. Selain itu mereka juga memberikan Identitas tambahan pada Tweet mereka dengan tanda #TolakSekaliPakai.

Teori Kritis

Menurut *Careless* (2015) teori kritis merupakan kerangka dari sebuah pemahaman akan tindakan dari sebuah ketidakadilan, kesetaraan, maupun upaya eksploitasi terhadap kaum populis. Hal ini dilakukan sebagai bentuk upaya dalam menguntungkan segelintir orang yang memiliki kekuasaan.

Participatory Media Culture Theory

Teori budaya media partisipatif yang dikemukakan *Henry Jenkins* pada tahun 2006 menjelaskan bahwa budaya partisipatif adalah salah satu jenis budaya, masyarakat dari kalangan swasta dan publik tidak hanya sebagai konsumen dalam kehidupan sehari-hari, tetapi juga dapat berperan sebagai kontributor, dan produser

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan oleh penulis di dalam proses penelitiannya akan peneliti jabarkan pada bab ini. Tujuan dari penjabaran metode yang digunakan ialah untuk menjelaskan bagaimana cara peneliti mendapat data-data yang digunakan didalam penelitiannya. Penelitian yang dilakukan oleh peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif. Menurut **Ajat Sukrajat (2018:14)** penelitian kualitatif bertujuan untuk dapat memahami objek yang diteliti secara lebih mendalam. Pada penelitian



kualitatif, hasil akhir dari penelitian ini tidak memunculkan prosedur kuantifikasi, perhitungan statistik, atau perhitungan lainnya. **(Krippendorff 2000)** mendefinisikan analisis isi atau konten sebagai sebuah teknik dalam penelitian yang tujuannya untuk menyatakan makna dari sebuah teks. Tahapan ini merupakan tahapan yang tentunya prosedur yang dilakukan terpecah. Tentunya didalam proses pengaplikasiannya, analisis teks ini dapat di replikabel ke dalam konteks yang berbeda. Didalam analisis ini, tentunya semua prosedur yang dilakukan dapat dikatakan secara sah.

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti menggunakan paradigma konstruktivis. Paradigma konstruktivis melihat penelitian sebagai proses dari penafsiran makna dan juga sifat dari paradigma ini ialah subjektif. Craswell (2014) memberikan penjelasannya terhadap paradigma konstruktivis. Menurutnya paradigma konstruktivisme adalah individu-individu yang berusaha untuk dapat memaknai makna-makna yang beragam. Adapun yang menjadi kajian didalam paradigm konstruktivisme ialah menempatkan posisi peneliti untuk bisa setara dan dapat masuk atau merasakan langsung subjeknya. Peneliti juga berusaha untuk dapat memahami langsung dan mengkonstruksi sebuah pemahaman yang nantinya akan digunakan peneliti didalam penelitiannya.

Penggunaan metode analisis isi didalam penelitian ilmiah memiliki tujuan yang sama dalam penggunaannya. Proses analisa data yang digunakan penulis mengadopsi prosedur analisis data yang telah dipaparkan oleh *Bengtsson (2016): The decontextualisation; The recontextualisation; the categorization; dan the complication.* pada tahap *decontextualisation* dan *recontextualisation* dilakukan secara bersamaan pada proses dimana peneliti mencari unit makna pada data sekaligus mencari inti sarinya. Proses yang dilakukan pada tahapan ini hampir sama dengan proses pengkodean. Adapun fungsi dari kode-kode yang ditemukan pada data penelitian ini sebagai fasilitas dari penyusunan pola atau makna besar dari tweet-tweet yang membahas soal Tolak sekali pakai.

HASIL DAN DISKUSI

Pembersihan Data

Tahapan pertama yang dilakukan pada penelitian ini ialah proses pembersihan data yang akan dilakukan pada data yang sudah peneliti kumpulkan. Data ini kemudian peneliti olah terlebih dahulu agar nantinya temuan-temuan yang dihasilkan sesuai dengan tujuan penelitian. Peneliti mengumpulkan keseluruhan data *Tweet* yang ada pada #TolakSekaliPakai dengan cara menyalin kembali semua *Tweet* tersebut dan di dibuat kembali pada Ms. Word. sehingga pada data yang sudah dikumpulkan terdapat 274 *Tweet* sejak 25 Juli 2020.

Proses pembersihan data yang dilakukan pada tahapan ini ialah membuat sebuah kategori dari data yang ada, dimana isi dari kategori tersebut adalah kelompok dari jenis *Tweet* yang telah dikumpulkan sebelumnya. Proses ini dilakukan agar dapat memisahkan data yang tidak relevan pada penelitian dan juga untuk mengetahui jenis *Tweet* apa saja yang ada didalam #TolakSekaliPakai. Adapun yang menjadi kategori



dari pengelompokan *Tweet* ini ialah konten yang berjenis *Reetweets*, *Weblinks*, dan *Personal Content*.

Hasil dari proses pengkategorian jenis *Tweet* yang dilakukan oleh peneliti pada data yang telah dikumpulkan, dari keseluruhan *Tweet* yang menggunakan *Hashtag* #TolakSekaliPakai memiliki 3 jenis *Tweet* yang digunakan oleh para pengguna Twitter dalam memberikan opini mereka pada fenomena galon sekali pakai ini. Terdapat jenis *Tweet Personal Content* atau yang bisa disebut *tweet pendapat murni*, lalu jenis *Tweet Weblinks*, dan juga jenis *Tweet Retweet* atau *QuotesTweet*. Pada tahapan ini peneliti juga melakukan pembersihan data pada keseluruhan *Tweet* yang telah dikumpulkan. Tujuan dari pembersihan data ini ialah untuk memisahkan data yang relevan dengan data yang tidak relevan. Pada data ini ditemukan sebanyak 74 *Tweet* yang tidak relevan dengan tema yang diangkat pada penelitian ini

Analisa Data

Peneliti pada tahapan ini mulai untuk melakukan proses analisa data yang dilakukan pada data yang telah dikumpulkan sebelumnya. Proses analisa data ini dilakukan pada data yang sudah dibersihkan dari data-data yang tidak relevan pada tahapan sebelumnya. Proses dari analisa data yang dilakukan pada penelitian ini mengikuti referensi pada jurnal terdahulu. Sehingga alur pada proses analisa data memiliki teknik dasar yang telah digunakan pada penelitian sebelumnya.

Prosedur yang digunakan peneliti pada tahapan analisa data ini mengadopsi prosedur dari analisis data yang digunakan dan dipaparkan oleh salah satu tokoh yaitu *Bengtsson (2016)*. Pada penjelasannya ia memaparkan teknik analisa data yang digunakan ialah *The Decontextualitation*, *The Recontextualisation*, *The Categoriation*, dan *The Complication*. tahapan yang telah dipaparkan menjadi referensi pada penelitian sebelumnya dan juga penelitian jadikan referensi pada teknik analisa data yang digunakan pada penelitian ini. Pada tahapan *The Decontexvalisation* peneliti melakukan proses pembacaan pada teks/data yang sebelumnya sudah peneliti kumpulkan berupa data *tweet* pada #TolakSekaliPakai. Tujuan dari pembacaan keseluruhan data ini ialah untuk mendapatkan informasi secara keseluruhan dari data yang telah didapatkan. Sedangkan pada tahapan *Decontextualitation* dan *Recontextualitation* peneliti lakukan secara bersamaan. Proses ini dilakukan secara bersamaan untuk mencapai tujuan dalam mencari unit makna dan juga mencari inti sari dari data yang sudah dikumpulkan. Setelah proses pencarian makna serta inti sari dari keseluruhan data, peneliti melakukan proses pengkategorisasian terhadap data tersebut. Proses ini tentunya digunakan untuk dapat menemukan kategori-kategori atau tema yang muncul pada keseluruhan data #TolakSekaliPakai di dalam proses analisa data ini.

Metode ini pernah digunakan pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Lee JI dan koleganya pada penelitian analisis konten kualitatif di tahun 2014. Dimana pada penelitian tersebut, data yang digunakan dipilih secara acak sebanyak 15 dari 100 data *tweet* yang ada. Adapun lembar kategori yang berisikan makna pada penelitian ini, ia



menemukan makna *testable*, *ne* Pemelihan data ini dilakukan pada data yang telah dibersihkan sebelumnya agar keseluruhan data termasuk pada data yang relevan.

Proses yang digunakan pada pengujian makna ditahap pertama sebanyak 50 data ditahapan pertama ini sesuai dengan proses yang telah dipaparkan sebelumnya. Adapun dilakukanya proses pengujian data di tahapan pertama ini ialah untuk menemukan inti sari, unit makna, sub kategori, kategori pada data tweet yang ada. Peneliti juga menggunakan kategori pada penelitian sebelumnya yang menyarankan untuk menguji kembali kategori yang telah ditemukan dengan data yang berbeda. Tentunya pada tahapan ini proses analisa data dilakukan sesuai dengan prosedur dan merujuk pada referensi penelitian terdahulu.

Setelah melakukan proses pengkategorisasian pada tahapan pertama terhadap 50 data yang telah diambil secara acak, peneliti menemukan beberapa kategori yang masuk kedalam Tweet yang telah di analisis. Kategori ini muncul dari proses pembacaan dan pemaknaan data Tweet oleh peneliti. Kategori yang berasal dari penelitian sebelumnya juga di cocokan ke Tweet yang peneliti analisis di tahapan pertama ini. Adapun kategori-kategori yang muncul pada tahapan analisis data ini ialah: Pendapat Negatif terhadap produk GSP dan Produsen GSP, Pendapat Kritis terhadap GSP dan produsen GSP, Polemic terhadap GSP, Edukasi tentang sampah plastic dan prodcuk GSP, Harapan, Kesadaran diri masyarakat, Dukungan Terhadap penolakan produk GSP, Perasaan terbebani dengan adanya GSP. Kategori-kategori yang ditemukan pada tahapan pertama analisis data, kemudian peneliti gunakan sebagai refrerensi dalam melakukan proses analisis data yang akan dilakukan kembali pada tahapan kedua.

Peneliti telah melakukan prosedur analisis data pada Tweet yang memiliki #TolakSekaliPakai. Data yang digunakan sebanyak 100 data yang diambil secara acak dan digunakan pada dua tahapan analisa. Berdasarkan pada data yang telah di analisis dan dipertimbangkan tingkat konsistensinya oleh dua orang relawan pada penelitian ini, maka telah ditemukan satu tema besar pada data tweet yang telah di analisa. Tema besar ini muncul dari beberapa kategori-kategori yang timbul oleh Tweet yang di teliti. Berikut adalah Tema Besar yang tersusun oleh adanya Kategori-kategori yang muncul pada tahapan analisa data.

Tabel 4.4 Tema Analisa Konten #TolakSekaliPakai

No	Tema	Deskripsi	Kategori
1	Oposisi terhadap Inovasi produk galon sekali pakai	Tema yang berisikan konten yang menolak adanya inovasi terhadap produk Galon air mineral yang berbahan dasar plastic sekali pakai	Pendapat negatif tentang GSP, Kritis, Polemic Terhadap GSp, Edukasi , Harapan, Ketakutan, Kesadaran diri, Dukungan Penolakan, Solusi, Perasaan Terbebani, Keraguan

Sumber : Hasil Analisis Kategori Oleh Peneliti

Tabel 4.5
Penemuan dalam penelitian

<u>Judul</u>	<u>Metode dan Teori</u>	<u>Hasil Penelitian</u>
<p>“Kecenderungan Isi Pesan Komunikasi Netizen di Media Sosial Twitter Dalam Merespon Informasi Pada Fenomena Inovasi Produk Galon Sekali Pakai. (Analisis Isi Kualitatif #TolakSekaliPakai)”.</p>	<p>Metode Kualitatif dan menggunakan teori ekologi media, teori kritis, dan participatory media culture</p>	<p>Memunculkan makna yang sama yaitu menolak adanya inovasi produk galon sekali pakai. Mendapatkan 12 Kategori yang muncul dari proses analisa uji makna dari 100 data. Pembuktian Teori Ekologi Media, Teori Kritis, dan Participatory media culture yang ditemukan didalam Tweet.</p>



Sumber : Hasil Olahan Peneliti

Peneliti telah melakukan proses analisa data terhadap Tweet yang dikumpulkan. Sebanyak 276 Tweet dengan #TolakSekaliPakai telah berhasil peneliti kumpulkan secara keseluruhan. Dengan adanya data Tweet yang telah peneliti kumpulkan, peneliti melakukan proses pembersihan data pada data Tweet untuk memisahkan data yang relevan pada Tweet. Sebanyak 74 Tweet yang ditemukan oleh peneliti merupakan Tweet yang tidak relevan. Tweet ini memuat isi yang tidak sesuai dengan topic pembicaraan yang sedang diperbincangkan atau postingan-postingan yang tidak memiliki keterkaitan terhadap Produk Inovasi GSP. 200 data Tweet yang lainnya merupakan Tweet yang relevan, sehingga pada data ini peneliti dapat melakukan proses



pemisahan data untuk mengetahui jenis Tweet apa saja yang ada pada Tweet #TolakSekaliPakai. Pada jenis Tweet yang ada di data peneliti, ditemukan 3 jenis Tweet yaitu yang pertama adalah konten personal yang berasal dari opini pengguna Tweet itu sendiri, lalu yang kedua adalah *Weeblylinks* Tweet yang berisikan opini dan informasi tambahan yang ditambahkan oleh pembuat Tweet. Dan yang ketiga adalah *QuoteTweet* Tweet ini berisikan Tweet orang lain yang disebar kembali dengan tambahan Tweet dari si penyebar Tweet ini.

Penggunaan Teori pada penelitian ini juga telah dibuktikan dengan proses penelitian yang telah selesai dilakukan oleh peneliti. Teori Ekologi Media didalam penelitian ini dibuktikan dengan adanya fenomena GSP yang dilihat masyarakat melalui media-media, memberikan pengaruh kepada masyarakat untuk dapat memberikan pendapat mereka melalui media dalam hal ini khususnya media sosial Twitter. Penggunaan Teori Kritis dibuktikan dengan banyaknya Tweet yang berisikan kritikan terhadap kebijakan pemerintah maupun produsen dari GSP itu sendiri, kategori kritis juga ikut mendukung adanya teori ini di dalam penelitian. Participatory Media Culture Theory yang digunakan sebagai teori didalam penelitian ini memberikan gambaran banyaknya pengguna Twitter yang ikut serta merespon fenomena GSP. Mereka tidak hanya sekedar menjadi seorang konsumen, namun juga menjadi produsen dalam Tweet mereka dengan menambahkan informasi-informasi tambahan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian terhadap fenomena GSP yang di tanggapi oleh para pengguna media sosial Twitter berupa Tweet mereka yang dengan identitas #TolakSekaliPakai. Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui makna yang muncul dari berbagai opini pengguna Twitter dalam menanggapi fenomena GSP. Hasil dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti telah menemukan makna yang muncul dari keseluruhan Tweet yang di identitaskan dengan #TolakSekaliPakai. Makna yang muncul ialah menolak adanya inovasi produk galon sekali pakai. Adanya makna penolakan terhadap produk GSP ini menghasilkan 1 tema besar yaitu Oposisi Terhadap Produk Galon Sekali Pakai. Tema ini muncul berdasarkan kategori-kategori yang muncul pada tahapan uji makna.

Sebanyak 276 data dari keseluruhan Tweet #TolakSekaliPakai hanya terdapat 200 data yang relevan terhadap penelitian. Selain penemuan Tema besar pada penelitian ini, peneliti juga menguji teori yang digunakan didalam penelitian ini, Teori Ekologi Media membuktikan dengan adanya informasi yang ditimbulkan di media dapat mempengaruhi persepsi seseorang dalam berkomunikasi. Pemanfaat media Twitter sebagai alat untuk menyampaikan pendapat mereka menjadi pembuktian teori ini. Teori kritis memberikan gambaran pada penelitian ini dengan banyak Tweet yang berisikan kritikan terhadap pemerintah ataupun produsen GSP. Participatory Media



Culture membuktikan jika seseorang tidak hanya dapat menjadi seorang konsumen dalam informasi, namun juga dapat menjadi produsen informasi dalam komunikasi.

REFERENSI

- Alyusi, Shiefty. Dyah. (2016). *Media Sosial Interaksi, Identitas, dan Media Sosial*. Jakarta: KENCANA.
- Canggara, Harfied. (2014). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Effendy, Onong. Vehjana. (2017). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Eriyanto. (2011). *Analisis Isi Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Kriyanto, Rachmat. (2006). *Riset Komunikasi*. Jakarta: KENCANA.
- Morrison. (2013). *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta: KENCANA.
- Mulyana, Deddy. (2008). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya Bandung.
- Oli, Helena. (2007). *Opini Publik*. Jakarta: KENCANA.
- Rukajat, Ajat. (2018). *Pendidikan dan Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Rulli Nasrullah, M. (2015). *Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sositekologi*. Bandung: Simbiosia Rekatama Media.
- Syahputra, I. (2018). *Opini Publik : Konse, Pembentukan, dan Pengukuran*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Suryanto. (2015). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Eysenbach, C. C. (2010). Pandemics in the Age of Twitter: Content Analysis of Tweets during the 2009 H1N1 Outbreak. *Communication journal* , 13
- ISLAM, U. N. (2018). Analisis Isi Kualitatif Deskriptif Pengelolaan Kesan Walikota Bandung Ridwan Analisis Isi Kualitatif Deskriptif Pengelolaan Kesan Walikota Bandung Ridwan . 34.
- Mawardah, R. D. (2020). Nilai Kemanusiaan dalam Akun Instagram Komunitas Manusaya @manusaya.project sebagai Dukungan kepada Anak-Anak LPKA Salemba Jakarta (Analisis Isi Kualitatif). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13.
- Murwani, Endah. (2012). Budaya Partisipatif : Suatu Bentuk Literasi Media Baru. 5.
- Rumata, Vience. Mutiara. (2017). "Analisis Isi Kualitatif Twitter"#TaxAmnesty"DAN"#Amnestipajak". 18.
- Sari, Herlina. Latipa. (2013). Pengembangan Jaringan Local Area Network Menggunakan Sistem Operasi Linux Redhant 9. 25.
- Suciningsih, Indriyana. (2019). Analisis Wacana Kritis Trending Topic Hastag Crazy Rich Surabayan Di Twitter. 92.
- Sandra, L. J. (2013). Political Branding Jokowi Selama Political Branding Jokowi Selama Jakarta 2012 Di Media Sosial Twitter. *Jurnal E-Komunikasi*, 12.



Volume 12 No. 1 Maret 2022 ISSN 2085-2428
e ISSN 2721-7809

Jurnal Ilmu Komunikasi



Surachman. (2005). Teori Komunikasi dalam Perspektif Mazhab Frankurt. *Jurnal Komunikasi*, 10.

Surijah, E. A. (2017). Membedah Instagram: Analisis Isi Media Sosial Pariwisata Bali. *Jurnal Psikologi Ilmiah*, 17.

Syarief, F. (2017). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Proses Pembentukan Opini Publik (Analisa Wacana Twitter SBY). *Jurnal Komunikasi*, 5.

Watic, Erika. Dwi. Setya. (2011). Komunikasi dan Media Sosial

<https://m.detik.com/inet/cyberlife/d-4907674/riset-ada-1752-juta-pengguna-internet-di-indonesia>

<https://amp.tirto.id/bagaimana-twitter-memengaruhi-opini-publik-dan-preferensi-politik-cGre>

<https://m.detik.com/inet/cyberlife/d-2199621/twitter-cermin-dunia-nyata-atau-penggiring-opini>

https://www.academia.edu/29313288/Analisis_Isi_Media

<https://bukugue.com/apa-itu-hashtag/>

<https://www.google.com/amp/s/www.kompasiana.com/amp/theuglyscientist/5dec95c9097f3651aa66b612/apa-itu-sampah>

<https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20190721140139-33-86420/sebegini-parah-ternyata-masalah-sampah-plastik-di-indonesia>

<https://shindohjourney.wordpress.com/seputar-kuliah/metodelogi-penelitian-komunikasi-analisis-isi-wacana-semiotika-framing-kebijakan-redaksional-dan-analisis-korelasional/>

<https://karinov.co.id/media-sosial-pengertian-dan-dampak/>

<https://pendidikan.co.id/pengertian-media-sosial-karakteristik-fungsi-jenis-dan-dampaknya/>

<http://www.pengertianku.net/2017/08/inilah-pengertian-opini-dan-contoh-kalimatnya.html>

<https://www.studiobelajar.com/fakta-dan-opini/>

<https://www.literasipublik.com/pengertian-publik>

<https://www.maxmanroe.com/vid/sosial/pengertian-opini.html>

<https://www.google.com/amp/s/www.nesabamedia.com/pengertian-twitter/amp/>

https://kominform.go.id/index.php/content/detail/3415/Kominform:+Pengguna+Internet+di+Indonesia+63+Juta+Orang/0/berita_satker

<https://www.kompas.com/tren/read/2020/11/16/173651465/mengenal-bahan-galon-sekali-pakai-dan-galon-isi-ulang-serta-dampaknya-bagi?page=all>

<https://www.google.com/amp/s/m.tribunnews.com/amp/techno/2019/11/05/indonesia-menjadi-produsen-sampah-plastik-terbesar-kedua-di-dunia-ini-respon-karya-anak-bangsa>

<https://www.wartaekonomi.co.id/read325225/bantah-setujui-kemasan-galon-sekali-pakai-klhk-dukung-galon-guna-ulang>

<https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20190721140139-33-86420/sebegini-parah-ternyata-masalah-sampah-plastik-di-indonesia>

<https://www.kajianpustaka.com/2016/10/sejarah-tujuan-dan-tahapan-analisis-isi.html?m=1>





Volume 12 No. 1 Maret 2022 ISSN 2085-2428
e ISSN 2721-7809



Jurnal Ilmu Komunikasi

