

## Kesadaran Penyelamatan Lingkungan Raja Ampat Di Kalangan Generasi Z (Analisis Resepsi #SaveRajaAmpat Pada Mahasiswa Asal Papua Di Untag Surabaya)

<sup>1</sup>Sasmita Aprilia Putri, <sup>2</sup>A.A.I. Prihandari Satvikadewi, <sup>3</sup>Bambang Sigit Pramono

<sup>1,2,3</sup> Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

[sasmitaaprilia.sa@gmail.com](mailto:sasmitaaprilia.sa@gmail.com)

### Abstrak

Penelitian ini mengkaji bagaimana Generasi Z asal Papua di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya membentuk kesadaran penyelamatan lingkungan Raja Ampat melalui kampanye digital #SaveRajaAmpat. Raja Ampat sebagai kawasan dengan biodiversitas laut tertinggi di dunia menghadapi tekanan ekologis akibat pariwisata berlebih, eksploitasi sumber daya alam, dan pencemaran, sehingga kampanye digital menjadi sarana penting untuk penyebaran informasi dan penguatan solidaritas publik, terutama di kalangan generasi muda yang aktif bermedia sosial. Penelitian ini menganalisis bagaimana mahasiswa Papua menafsirkan pesan kampanye serta bagaimana latar budaya, pengalaman, dan kedekatan emosional terhadap tanah asal memengaruhi pemaknaan mereka. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan analisis resepsi model encoding–decoding Stuart Hall melalui wawancara mendalam kepada informan pengguna aktif media sosial. Hasil penelitian menunjukkan tiga pola resepsi: dominant-hegemonic, ketika pesan diterima penuh sebagai ajakan konservasi, negotiated, ketika pesan diterima namun disesuaikan dengan realitas sosial-ekonomi Papua, dan oppositional, ketika kampanye dianggap belum menyentuh persoalan struktural yang mengancam Raja Ampat. Temuan ini menunjukkan bahwa kampanye digital efektif meningkatkan kesadaran pengetahuan dan kepedulian, tetapi tindakan ekologis nyata tetap dipengaruhi pengalaman langsung dan nilai budaya. Penelitian ini berkontribusi pada kajian komunikasi lingkungan dan aktivisme digital.

**Kata kunci:** Kesadaran lingkungan, #SaveRajaAmpat, Analisis Resepsi, Generasi Z, Komunikasi Lingkungan

### Abstract

*This study examines how Generation Z Papuans at the University of 17 Agustus 1945 Surabaya are raising awareness about saving the Raja Ampat environment through the #SaveRajaAmpat digital campaign. Raja Ampat, as an area with the highest marine biodiversity in the world, faces ecological pressures due to excessive tourism, exploitation of natural resources, and pollution. Therefore, digital campaigns are an important means of disseminating information and strengthening public solidarity, especially among young people who are active on social media. This study analyzes how Papuan students interpret the campaign's message and how cultural background, experience, and emotional attachment to their homeland influence their interpretation. The approach used is descriptive qualitative with Stuart Hall's encoding–decoding reception analysis through in-depth interviews with active social media users. The results of the study show three patterns of reception: dominant-hegemonic, when the message is fully accepted as a call for conservation; negotiated, when the message is accepted but adapted to the socio-economic reality of Papua; and oppositional, when the campaign is considered to have failed to address the structural issues threatening Raja Ampat. These findings indicate that digital campaigns are effective in raising awareness and concern, but actual ecological actions remain influenced by direct experience and cultural values. This study contributes to the study of environmental communication and digital activism.*

**Keyword:** *Environmental awareness, #SaveRajaAmpat, Reception Analysis, Generation Z, Environmental Communication.*

## Pendahuluan

Isu krisis lingkungan global menjadi perhatian utama dalam diskursus pembangunan berkelanjutan pada abad ke-21. Laporan Intergovernmental Panel on Climate Change (Intergovernmental Panel on Climate Change, 2023) menegaskan bahwa degradasi lingkungan, perubahan iklim, dan kerusakan ekosistem laut semakin masif serta berdampak langsung pada kehidupan sosial, ekonomi, dan budaya masyarakat dunia (IPCC, 2023). Indonesia sebagai negara kepulauan dengan kekayaan biodiversitas laut tertinggi di dunia menghadapi tantangan serius dalam menjaga keseimbangan antara pembangunan ekonomi dan konservasi lingkungan. Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan mencatat bahwa tekanan terhadap ekosistem pesisir dan laut meningkat seiring dengan ekspansi pariwisata, eksploitasi sumber daya alam, dan pencemaran laut (Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK), 2023). Salah satu wilayah yang berada dalam pusaran persoalan tersebut adalah Kepulauan Raja Ampat di Papua Barat Daya.

Kondisi tersebut menuntut keterlibatan kolektif dari berbagai aktor, termasuk negara, masyarakat sipil, dan generasi muda, dalam menjaga keberlanjutan lingkungan hidup. Krisis lingkungan global menjadi salah satu isu paling mendesak dalam diskursus pembangunan berkelanjutan abad ke-21. Perubahan iklim, degradasi ekosistem, serta eksploitasi sumber daya alam secara berlebihan telah menempatkan keberlanjutan lingkungan sebagai tantangan lintas sektor dan lintas generasi. Dalam konteks ini, kesadaran lingkungan tidak lagi dipahami sebatas pengetahuan ekologis, melainkan sebagai konstruksi sosial yang dipengaruhi oleh proses komunikasi, budaya, dan dinamika media. Media digital, khususnya media sosial, memainkan peran strategis dalam membentuk persepsi publik terhadap isu lingkungan melalui mekanisme kampanye, narasi visual, dan aktivisme berbasis tagar.

Raja Ampat dikenal sebagai kawasan dengan tingkat keanekaragaman hayati laut tertinggi di dunia, mencakup lebih dari 1.500 spesies ikan karang dan sekitar 75% spesies karang global (Dikimara, 2017). Kekayaan ekologis ini menjadikan Raja Ampat sebagai simbol penting konservasi laut Indonesia di tingkat internasional. Namun, di sisi lain, kawasan ini menghadapi ancaman serius berupa peningkatan aktivitas pariwisata massal, pencemaran, serta wacana pertambangan yang berpotensi merusak ekosistem dan kehidupan masyarakat adat setempat (IPCC., 2023; WWF Indonesia, 2023). Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara isu lingkungan dikomunikasikan kepada publik. Media sosial kini menjadi ruang strategis dalam menyebarkan informasi, membangun wacana, serta menggalang dukungan publik terhadap isu-isu lingkungan melalui praktik digital activism (Wahyudi, 2022). Kampanye berbasis tagar seperti #SaveRajaAmpat menjadi salah satu bentuk aktivisme digital yang berupaya meningkatkan kesadaran publik terhadap ancaman ekologis di Raja Ampat (Pariasih, 2023).

Indonesia sebagai negara kepulauan dengan tingkat keanekaragaman hayati laut tertinggi di dunia menghadapi paradoks antara kepentingan ekonomi dan konservasi. Salah satu wilayah yang berada dalam pusaran paradoks tersebut adalah Raja Ampat, Papua Barat Daya. Kawasan ini dikenal sebagai episentrum biodiversitas laut dunia, namun dalam beberapa tahun terakhir menghadapi tekanan ekologis akibat pariwisata masif, pencemaran, serta wacana

eksploitasi sumber daya alam. Kondisi ini mendorong munculnya berbagai gerakan advokasi publik, salah satunya kampanye digital #SaveRajaAmpat yang berkembang luas di media sosial. Kampanye ini menjadi contoh konkret bagaimana ruang digital dimanfaatkan untuk membangun kesadaran ekologis, terutama di kalangan generasi muda. Generasi Z memiliki posisi strategis dalam konteks ini. Sebagai kelompok yang tumbuh bersama teknologi digital, Generasi Z dikenal sebagai digital natives yang aktif memproduksi dan mengonsumsi konten media sosial. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa Generasi Z relatif responsif terhadap isu sosial dan lingkungan, namun keterlibatan mereka kerap bersifat simbolik atau performatif (Pariasih, 2023). Artinya, tingginya paparan terhadap kampanye lingkungan tidak selalu berbanding lurus dengan pemaknaan yang mendalam maupun perubahan sikap yang berkelanjutan. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana pesan kampanye lingkungan diterima dan dimaknai oleh Generasi Z dalam konteks sosial dan kultural tertentu (Wahyudi, 2022).

Kajian ini berpijak pada perspektif komunikasi lingkungan dan teori resepsi media. Stuart Hall melalui model encoding–decoding menegaskan bahwa khalayak bukan penerima pesan yang pasif, melainkan subjek aktif yang menafsirkan pesan media berdasarkan latar belakang budaya, pengalaman, dan posisi sosialnya (Hall, 2022). Dalam konteks kampanye digital, makna pesan tidak bersifat tunggal, melainkan dinegosiasikan melalui interaksi antara teks media dan audiens. Konsep ini relevan untuk membaca dinamika hashtag activism, di mana pesan lingkungan disirkulasikan secara masif namun dimaknai secara beragam oleh pengguna media sosial. Penelitian-penelitian terdahulu yang menggunakan analisis resepsi umumnya berfokus pada konten komersial, hiburan, atau edukasi populer di media digital, seperti iklan kosmetik, personal branding kreator, maupun konten gaya hidup (Santoso, 2021; Web et al., n.d.; Yani et al., 2024), sementara itu kajian mengenai resepsi kampanye lingkungan masih relatif terbatas, terutama yang melibatkan kelompok budaya spesifik. Minimnya penelitian yang mengkaji bagaimana mahasiswa asal Papua sebagai bagian dari Generasi Z memaknai kampanye #SaveRajaAmpat menunjukkan adanya celah akademik yang signifikan. Padahal, kelompok ini memiliki keterikatan emosional dan kultural yang kuat dengan wilayah yang menjadi objek kampanye, sekaligus hidup dalam konteks urban dan digital yang berbeda dari daerah asalnya.

Generasi Z menempati posisi sentral dalam ekosistem komunikasi digital. Sebagai digital natives, Generasi Z memiliki intensitas tinggi dalam mengonsumsi dan memproduksi konten di media sosial, sehingga berpotensi menjadi agen perubahan dalam isu lingkungan. Namun, tingginya eksposur terhadap kampanye digital tidak selalu berbanding lurus dengan pembentukan kesadaran lingkungan yang mendalam dan berkelanjutan. Secara teoretis, penelitian ini berlandaskan teori resepsi Stuart Hall melalui model encoding–decoding yang menempatkan audiens sebagai subjek aktif dalam memaknai pesan media. Menurut Hall (1973), audiens dapat menempati tiga posisi pemaknaan, yakni dominant-hegemonic, negotiated, dan oppositional, yang dipengaruhi oleh latar sosial, budaya, serta pengalaman personal. Dalam konteks kampanye lingkungan, resepsi audiens sangat dipengaruhi oleh kedekatan emosional dan identitas kultural terhadap isu yang dikomunikasikan (Ariestyani, 2022).

Urgensi penelitian ini terletak pada upaya menjembatani kesenjangan tersebut. Dengan menempatkan mahasiswa asal Papua di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya sebagai

subjek kajian, artikel ini menawarkan perspektif baru dalam studi komunikasi lingkungan, khususnya terkait hubungan antara identitas kultural, diaspora pendidikan, dan aktivisme digital. Kebaruan ilmiah penelitian ini tidak hanya terletak pada objek kajian, tetapi juga pada pendekatan analisis resepsi yang digunakan untuk membaca kampanye lingkungan sebagai praktik komunikasi yang sarat makna sosial dan ideologis, bukan sekadar alat penyebaran informasi.

Berdasarkan latar belakang tersebut, pernyataan penelitian dalam artikel ini adalah: bagaimana resepsi mahasiswa asal Papua di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya terhadap kampanye digital #SaveRajaAmpat dalam membentuk kesadaran penyelamatan lingkungan?. Adapun tujuan penulisan artikel ini adalah untuk menganalisis pola pemaknaan mahasiswa asal Papua terhadap pesan kampanye #SaveRajaAmpat dengan menggunakan kerangka teori resepsi Stuart Hall, serta untuk menjelaskan bagaimana faktor budaya, pengalaman personal, dan konteks media digital memengaruhi pembentukan kesadaran lingkungan di kalangan Generasi Z. Dengan demikian, artikel ini diharapkan dapat memperkaya khazanah kajian komunikasi lingkungan dan memberikan dasar empiris bagi pengembangan strategi kampanye lingkungan yang lebih kontekstual dan berkelanjutan.

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe deskriptif, karena bertujuan memahami secara mendalam proses pemaknaan dan resepsi mahasiswa asal Papua terhadap kampanye digital #SaveRajaAmpat. Pendekatan kualitatif dipilih untuk menggali realitas sosial berdasarkan perspektif subjek penelitian, khususnya dalam melihat bagaimana pesan lingkungan dimaknai secara subjektif sesuai latar budaya, pengalaman personal, dan kedekatan emosional terhadap Raja Ampat. Jenis penelitian deskriptif memungkinkan peneliti memaparkan fenomena secara sistematis dan kontekstual tanpa melakukan manipulasi variabel (Moleong, 2018).

Subjek penelitian adalah mahasiswa asal Papua di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang termasuk dalam kategori Generasi Z dan aktif menggunakan media sosial. Objek penelitian berfokus pada resepsi pesan kampanye lingkungan #SaveRajaAmpat yang beredar di media sosial. Data penelitian terdiri atas data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam (in-depth interview) untuk menggali pemaknaan informan terhadap pesan kampanye. Sementara itu, data sekunder diperoleh melalui studi pustaka dan dokumentasi, berupa literatur ilmiah, laporan institusi, serta konten kampanye #SaveRajaAmpat yang relevan. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui tiga cara, yaitu wawancara mendalam, observasi non-partisipatif terhadap konten kampanye digital, serta dokumentasi. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur agar peneliti memiliki fleksibilitas dalam mengeksplorasi pengalaman dan pandangan informan secara mendalam (Sugiyono, 1967). Analisis data menggunakan model interaktif Miles dan Huberman, yang meliputi tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Proses analisis resepsi merujuk pada teori encoding-decoding Stuart Hall, dengan mengklasifikasikan pemaknaan informan ke dalam posisi dominant-hegemonic, negotiated, dan oppositional. Untuk menjaga keabsahan data, penelitian ini menerapkan triangulasi teknik, serta pengecekan ulang data hasil wawancara dengan konteks teoritis yang digunakan.

## Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe deskriptif, karena bertujuan memahami secara mendalam proses pemaknaan dan resepsi mahasiswa asal Papua terhadap kampanye digital #SaveRajaAmpat. Pendekatan kualitatif dipilih untuk menggali realitas sosial berdasarkan perspektif subjek penelitian, khususnya dalam melihat bagaimana pesan lingkungan dimaknai secara subjektif sesuai latar budaya, pengalaman personal, dan kedekatan emosional terhadap Raja Ampat. Jenis penelitian deskriptif memungkinkan peneliti memaparkan fenomena secara sistematis dan kontekstual tanpa melakukan manipulasi variabel (Moleong, 2018).

Subjek penelitian adalah mahasiswa asal Papua di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang termasuk dalam kategori Generasi Z dan aktif menggunakan media sosial. Objek penelitian berfokus pada resepsi pesan kampanye lingkungan #SaveRajaAmpat yang beredar di media sosial. Data penelitian terdiri atas data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam (in-depth interview) untuk menggali pemaknaan informan terhadap pesan kampanye. Sementara itu, data sekunder diperoleh melalui studi pustaka dan dokumentasi, berupa literatur ilmiah, laporan institusi, serta konten kampanye #SaveRajaAmpat yang relevan. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui tiga cara, yaitu wawancara mendalam, observasi non-partisipatif terhadap konten kampanye digital, serta dokumentasi. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur agar peneliti memiliki fleksibilitas dalam mengeksplorasi pengalaman dan pandangan informan secara mendalam (Sugiyono, 1967). Analisis data menggunakan model interaktif Miles dan Huberman, yang meliputi tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Proses analisis resepsi merujuk pada teori encoding–decoding Stuart Hall, dengan mengklasifikasikan pemaknaan informan ke dalam posisi dominant-hegemonic, negotiated, dan oppositional. Untuk menjaga keabsahan data, penelitian ini menerapkan triangulasi teknik, serta pengecekan ulang data hasil wawancara dengan konteks teoritis yang digunakan.

## Penutup

Penelitian ini menunjukkan bahwa kampanye digital #SaveRajaAmpat berkontribusi dalam membangun kesadaran penyelamatan lingkungan Raja Ampat di kalangan mahasiswa asal Papua sebagai bagian dari Generasi Z. Raja Ampat dimaknai tidak hanya sebagai destinasi wisata, tetapi sebagai ruang hidup, identitas kultural, dan simbol keberlanjutan lingkungan Papua. Paparan kampanye melalui media sosial mampu meningkatkan kepedulian dan kesadaran simbolik terhadap isu lingkungan tersebut.

Namun, hasil analisis resepsi mengungkap bahwa penerimaan pesan kampanye bersifat beragam dan kontekstual. Berdasarkan pendekatan encoding–decoding Stuart Hall, mahasiswa menempati posisi dominant-hegemonic, negotiated, dan oppositional, dengan kecenderungan dominan pada posisi negotiated dan oppositional. Hal ini menunjukkan bahwa audiens tidak menerima pesan kampanye secara pasif, melainkan menegosiasikannya dengan pengalaman personal, latar budaya, serta realitas sosial-politik Papua. Selain itu, ditemukan kesenjangan antara kesadaran ekologis dan tindakan nyata, di mana partisipasi mahasiswa masih didominasi oleh aktivisme digital yang bersifat simbolik. Berdasarkan temuan tersebut, penelitian ini menegaskan pentingnya perancangan kampanye lingkungan digital yang lebih kontekstual, partisipatif, dan berorientasi pada aksi nyata. Secara teoretis, kajian komunikasi



lingkungan perlu terus mengembangkan pendekatan resepsi untuk memahami kompleksitas pemaknaan audiens. Secara praktis, pengelola kampanye, institusi pendidikan, dan komunitas mahasiswa diharapkan dapat mendorong pergeseran dari kesadaran simbolik menuju keterlibatan nyata dalam upaya penyelamatan lingkungan yang berkelanjutan.

### Daftar Pustaka

- Ariestyani, K. (2022). KHALAYAK MEDIA SOSIAL : ANALISIS RESEPSI STUART HALL PADA KESEHATAN SEKSUAL ORANG MUDA SOCIAL MEDIA AUDIENCES : A RECEPTION ANALYSIS of STUART HALL ON YOUTH SEXUAL HEALTH. *Konvergensi*, 266–277.
- Dikimara, R. P. (2017). *Raja Ampat*. 42(9), 462–467.
- Hall, S. (1980). Encoding/Decoding.” In *Culture, Media, Language*. Language. Routledge.
- Hall, S. (2022). ANALISIS RESEPSI STUART HALL Menurut Stuart Hall ( dalam Eriyanto : 2009 ), terdapat tiga bentuk pemaknaan antara pengirim pesan dan penerima pesan dan bagaimana pesan tersebut dimaknai : 1 . Dominant Hegemonic Position 2 . Negotiated Code atau Position 3. 1–3.
- Intergovernmental Panel on Climate Change. (2023). Summary for Policymakers: Synthesis Report. *Climate Change 2023: Synthesis Report. Contribution of Working Groups I, II and III to the Sixth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change*, 1–34.
- IPCC. (2023). Synthesis Report. Intergovernmental Panel on Climate Change. <https://www.conservation.org/>
- Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK). (2023). Laporan Status Lingkungan Hidup Indonesia 2023. 2023. <https://www.kehutan.go.id/>
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Pariasih, E. (2023). EFEKTIVITAS INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA SOSIALISASI DIGITAL. 3(5), 1007–1016.
- Santoso, S. (2021). Analisis Resepsi Audiens Terhadap Berita Kasus Meiliana di Media Online. *Komuniti : Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 12(2), 140–154. <https://doi.org/10.23917/komuniti.v12i2.13285>
- Wahyudi, F. (2022). Digital Activism dan Kesadaran Ekologis Generasi Muda Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi Indonesia*, Volume 1 N, 55–70.
- Web, T. H. E., Nanti, S., Cerita, K., & Hari, T. (n.d.). ANALISIS RESEPSI KHALAYAK TERHADAP BRAND IMAGE TOYOTA DALAM WEB SERIES ‘ NANTI KITA CERITA TENTANG HARI INI ’ ANALYSIS OF THE AUDIENCE RECEPTION TOWARD BRAND IMAGE TOYOTA IN. 153–159.
- WWF Indonesia. (2023). Laporan Tahunan Konservasi Laut Raja Ampat. <https://www.wwf.id/>
- Yani, H. I., Rahma, R. Y., Sukmarini, A. V., Buana, U. M., Makasar, U. F., Resepsi, A., & Baru, M. (2024). *Marcommers : Jurnal Marketing Communication and Advertising*. 13(2).