https://conference.untag-sby.ac.id/index.php/semakom E-ISSN: 3032-1190
Prosiding Seminar Nasional Mahasiswa Komunikasi (SEMAKOM) Juli 2026, Vol.04, No.02, Hal:470 – 473

KECENDERUNGAN PESAN EDUKASI LINGKUNGAN BANK SAMPAH INDUK SURABAYA DALAM PLATFORM MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

[1]Dinda Khairunnisa Muliandani, [2]Nara Garini Ayuningrum, [3]Mohammad Insan Romadhan

[1,2,3]Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
dindakhai83@gmail.com

Abstrak

Permasalahan sampah masih menjadi tantangan dalam pengelolaan lingkungan, khususnya di Kota Surabaya yang mengalami peningkatan volume sampah setiap tahunnya. Kondisi tersebut mendorong pentingnya edukasi lingkungan kepada masyarakat melalui media digital, salah satunya Instagram. Bank Sampah Induk Surabaya (BSIS) memanfaatkan akun Instagram @banksampahinduksurabaya sebagai sarana penyampaian pesan edukasi lingkungan sekaligus membangun representasi lembaga kepada publik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kecenderungan strategi impression management dalam pesan edukasi lingkungan yang dipublikasikan melalui akun Instagram BSIS periode Januari - Desember 2025. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis isi deskriptif. Sampel penelitian berupa 32 unggahan Instagram dalam bentuk feeds dan reels yang mengandung pesan edukasi lingkungan. Analisis dilakukan menggunakan kategori strategi impression management Jones dan Pittman (1982), yaitu ingratiation, self-promotion, exemplification, intimidation, dan supplication. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi self-promotion menjadi strategi yang paling dominan dengan persentase sebesar 46,87%, diikuti exemplification sebesar 34,37% dan intimidation sebesar 18,75%.

Sementara itu, strategi ingratiation dan supplication tidak ditemukan dalam konten yang dianalisis. Temuan penelitian menunjukkan bahwa pesan edukasi lingkungan pada akun Instagram BSIS cenderung disampaikan melalui strategi self-promotion yang menonjolkan program, layanan, dan kemampuan lembaga dalam pengelolaan sampah serta penyampaian edukasi lingkungan kepada masyarakat.

Kata kunci: impression management, edukasi lingkungan, Instagram, bank sampah, komunikasi lingkungan

Abstract

The waste problem is still a challenge in environmental management, especially in the city of Surabaya which experiences an increase in the volume of waste every year. This condition encourages the importance of environmental education to the public through digital media, one of which is Instagram. The Surabaya Main Waste Bank (BSIS) uses the @banksampahinduksurabaya Instagram account as a means of conveying environmental education messages as well as building institutional representation to the public. This study aims to determine the trend of impression management strategies in environmental education messages published through BSIS's Instagram account for the period January - December 2025. The research uses a quantitative approach with a descriptive content analysis method. The research sample was in the form of 32 Instagram uploads in the form of feeds and reels containing environmental education messages. The analysis was carried out using the categories of impression management strategies of Jones and Pittman (1982), namely ingratiation, self-promotion, exemplification, intimidation, and supplication. The results showed that self-promotion strategy was the most dominant strategy with a percentage of 46.87%, followed by exemplification at 34.37% and intimidation at 18.75%. Meanwhile,

ingratiation and supplication strategies were not found in the content analyzed. The findings of the study show that environmental education messages on the BSIS Instagram account tend to be conveyed through self-promotion strategies that highlight programs, services, and the ability of institutions in waste management and the delivery of environmental education to the community.
Keyword: *impression management, environmental education, Instagram, waste bank, environmental communication*

Pendahuluan

Permasalahan sampah masih menjadi tantangan serius dalam pengelolaan lingkungan, terutama di kota besar seperti Surabaya. Berdasarkan data Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional (SIPSN, 2025), volume sampah di Surabaya terus mengalami peningkatan dan sebagian masih belum terkelola secara optimal. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pengelolaan sampah tidak cukup dilakukan melalui pendekatan teknis saja, tetapi juga memerlukan keterlibatan masyarakat melalui edukasi dan komunikasi lingkungan secara berkelanjutan. Salah satu upaya yang dilakukan untuk mengurangi volume sampah adalah melalui program bank sampah yang mendorong masyarakat melakukan pemilahan sampah sejak dari rumah. Di Surabaya, Bank Sampah Induk Surabaya (BSIS) menjadi salah satu lembaga yang aktif melakukan edukasi lingkungan kepada masyarakat. Selain menjalankan pengelolaan sampah secara langsung, BSIS juga memanfaatkan media sosial Instagram melalui akun @banksampahinduksurabaya sebagai sarana penyampaian informasi, dokumentasi kegiatan, dan edukasi lingkungan. Penggunaan Instagram sebagai media edukasi dinilai potensial karena platform tersebut menjadi salah satu media sosial yang paling banyak diakses masyarakat Indonesia (Yonatan, 2025). Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi, tetapi juga digunakan organisasi untuk membangun citra, identitas, dan representasi tertentu kepada publik. Cara organisasi menampilkan diri melalui media sosial dapat dianalisis menggunakan teori impression management. Goffman (1959) menjelaskan bahwa individu maupun organisasi berupaya mengatur bagaimana mereka ingin dipersepsikan oleh audiens. Konsep tersebut kemudian dikembangkan oleh Jones dan Pittman (1982) menjadi lima strategi impression management, yaitu ingratiation, self-promotion, exemplification, intimidation, dan supplication. Dalam media sosial, strategi tersebut dapat terlihat melalui visual, caption, narasi, dan bentuk penyajian konten yang dipublikasikan organisasi. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa Instagram banyak dimanfaatkan sebagai media kampanye dan edukasi lingkungan. Fadli & Sazali (2023) menjelaskan bahwa Instagram mampu membangun interaksi publik melalui konten visual lingkungan. Selain itu, penelitian Arindita et al., (2021) dan Vernanda et al., (2022) menunjukkan bahwa strategi impression management dapat diidentifikasi melalui pengelolaan konten media sosial. Namun, penelitian mengenai strategi impression management pada lembaga pengelolaan sampah di Instagram masih terbatas. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini memiliki kebaruan pada penggunaan teori impression management dalam konteks komunikasi lingkungan digital oleh lembaga pengelola sampah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kecenderungan strategi impression management dalam pesan edukasi lingkungan yang disampaikan Bank Sampah Induk Surabaya melalui konten Instagram @banksampahinduksurabaya periode Januari - Desember 2025.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis isi deskriptif. Metode analisis isi digunakan untuk mengidentifikasi dan mengelompokkan isi pesan secara sistematis berdasarkan kategori penelitian yang telah ditentukan. Objek penelitian berupa konten Instagram @banksampahinduksurabaya periode Januari hingga Desember 2025. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan kriteria unggahan yang mengandung pesan edukasi lingkungan dalam bentuk feeds dan reels. Berdasarkan kriteria tersebut, diperoleh 32 unggahan sebagai sampel penelitian.

Analisis dilakukan menggunakan kategori impression management Jones & Pittman (1982), yaitu ingratiation, self-promotion, exemplification, intimidation, dan supplication. Pengumpulan data dilakukan melalui teknik dokumentasi dan pengkodean menggunakan lembar coding sheet. Untuk menguji konsistensi pengkodean, penelitian ini menggunakan uji reliabilitas antarkoder dengan rumus Holsti yang memili standar angka reliabilitas minimum yang ditolerasi adalah ≥0,70 atau 70% , dimana artinya alat ukur itu benar-benar realibel. Namun, jika hasil yang diperoleh kurang dari angka tersebut makan alat ukur yang digunakan tidak reliabel (Yudananto & Damastuti, 2023). Hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai sebesar 0,90 atau 90% sehingga pedoman koding dinyatakan reliabel dan dapat digunakan dalam penelitian.

Hasil dan Pembahasan

Bank Sampah Induk Surabaya merupakan lembaga pengelolaan sampah yang aktif melakukan edukasi lingkungan kepada masyarakat melalui media sosial Instagram @banksampahinduksurabaya. Konten yang dipublikasikan berupa feeds dan reels yang memuat edukasi pengelolaan sampah, dampak lingkungan, ajakan menjaga kebersihan, serta promosi layanan pengelolaan sampah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari lima strategi impression management, terdapat tiga strategi yang teridentifikasi dalam konten edukasi Instagram BSIS, yaitu self-promotion dengan persentase sebesar 46,87% atau 15 unggahan, diikuti exemplification sebesar 34,37% atau 11 unggahan dan intimidation sebesar 18,75% atau 6 unggahan. Sementara itu, strategi ingratiation dan supplication tidak ditemukan dalam konten yang dianalisis. Strategi self-promotion menjadi strategi yang paling dominan. Konten dalam kategori ini banyak menampilkan layanan, program, serta kemampuan BSIS dalam memberikan solusi pengelolaan sampah kepada masyarakat. Strategi ini terlihat pada unggahan mengenai layanan “KainKu”, informasi price list sampah, dan manfaat ekonomis dari pengelolaan sampah. Temuan tersebut menunjukkan bahwa BSIS memanfaatkan Instagram tidak hanya sebagai media edukasi, tetapi juga sebagai sarana membangun citra lembaga yang aktif dan kompeten dalam pengelolaan sampah. Strategi exemplification muncul melalui konten edukasi mengenai pemilahan sampah, pengelolaan limbah rumah tangga, dan ajakan menjaga lingkungan. Konten tersebut banyak menggunakan visual edukatif dan caption informatif yang menekankan tanggung jawab sosial terhadap lingkungan. Melalui strategi ini, BSIS membangun kesan sebagai lembaga yang peduli dan aktif memberikan edukasi lingkungan kepada masyarakat. Sementara itu, strategi intimidation muncul melalui konten yang menampilkan dampak negatif sampah terhadap lingkungan dan kesehatan. Strategi ini

terlihat pada unggahan mengenai bahaya mikroplastik dan dampak sampah yang tidak dikelola dengan baik. Penggunaan strategi intimidation menunjukkan adanya upaya BSIS dalam membangun kesadaran masyarakat melalui penekanan terhadap risiko dan konsekuensi lingkungan. Di sisi lain, strategi ingratiation dan supplication tidak ditemukan dalam penelitian ini. Hal tersebut menunjukkan bahwa BSIS lebih memfokuskan komunikasi pada edukasi dan penyampaian solusi dibanding membangun kedekatan emosional maupun menunjukkan keterbatasan lembaga kepada audiens.

Penutup

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi self-promotion menjadi strategi impression management yang paling dominan digunakan dalam konten pesan edukasi lingkungan Instagram Bank Sampah Induk Surabaya dengan persentase sebesar 46,87%. Selain itu, strategi exemplification dan intimidation juga ditemukan dalam konten yang dianalisis, sedangkan strategi ingratiation dan supplication tidak ditemukan. Temuan tersebut menunjukkan bahwa Instagram dimanfaatkan BSIS tidak hanya sebagai media edukasi lingkungan, tetapi juga sebagai sarana membangun citra dan representasi lembaga dalam pengelolaan sampah. Bank Sampah Induk Surabaya diharapkan dapat mengembangkan variasi strategi komunikasi pada media sosial agar penyampaian pesan edukasi menjadi lebih interaktif dan mampu membangun keterlibatan audiens secara lebih luas. Penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan pendekatan kualitatif atau analisis resepsi audiens untuk melihat respons masyarakat terhadap konten edukasi lingkungan di media sosial.

Daftar Pustaka

Arindita, R., Nasucha, M., Arifah, N., & Lubna, S. (2021). Impression Management Komunitas Daring. Jurnal Komunikasi Global, 10(1), 54–76. https://doi.org/10.24815/jkg.v10i1.19934

Fadli, A., & Sazali, H. (2023). PERAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @GREENPEACEID SEBAGAI MEDIA KAMPANYE DALAM MENJAGA LINGKUNGAN. Jurnal Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Sosial Dan Informasi, 8(2), 209–222. https://doi.org/https://doi.org/10.52423/jikuho.v8i2.32

Goffman, E. (1959). The Presentation of Self in Everyday Life. https://web.pdx.edu/~tothm/theory/Presentation of Self.htm

Jones, E., & Pittman, T. (1982). Toward a General Theory of Strategic Self-Presentation (J. Suls (ed.)). Psychological Perspectives on the Self.

SIPSN. (2025). Timbulan Sampah – Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional (SIPSN). Kementerian Lingkungan Hidup. https://sampahnasional.kemenlh.go.id/#data-section

Vernanda, R. K. W., Palupi, M. F. T., & Pradana, B. C. S. A. (2022). Manajemen Kesan DINKOMINFO Surabaya Pada Instagram Bangga Surabaya Dalam Membentuk Citra Sebagai Media Informasi. Seminar Nasional 2022 "Transformasi Digital Dalam Upaya Peningkatan Perekonomian Pasca Pandemi," 1(1). https://conference.untag-sby.ac.id/index.php/snhs/article/view/932

Yonatan, A. Z. (2025). Indonesia Jadi Negara Pengguna Instagram Tertinggi Ke-4 di Dunia. GoodStats. https://goodstats.id/article/indonesia-jadi-negara-pengguna-instagram-

https://conference.untag-sby.ac.id/index.php/semakom E-ISSN: 3032-1190
Prosiding Seminar Nasional Mahasiswa Komunikasi (SEMAKOM) Juli 2026, Vol.04, No.02, Hal:677 – 680

Analisis Isi Berita Klarifikasi Press Release @Taman_Safari Dalam Isu Polemik OCI (Oriental Circus Indonesia)

[1]Shinta Rizki Oktaviani, [2]Nara Garini Ayuningrum, [3]Mohammad Insan Romadhan
[1,2,3]Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
shintavbachelorfinal2026@gmail.com

Abstrak
Dalam konteks kehumasan, media sosial sebagai platform untuk membangun hubungan yang lebih dalam antara organisasi dan publiknya. Penelitian ini berfokus untuk memahami Konteks dan Pilihan Bahasa dalam pers release yang di publikasi oleh Taman Safari melalui akun instagram resmi mereka terkait isu polemik OCI. Penelitian ini mengkaji penggunaan kalimat yang bersifat "langsung dan deklaratif" saat menjelaskan bagaimana organisasi secara tegas membangun dinding pembatas.
Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dengan Analisis Isi dari Holsti. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa Secara substansial, isi siaran pers secara konsisten membangun tiga tema dominan dan satu penguat informasi faktual yang saling terintegrasi. Pertama, Penegasan Identitas Organisasi dilakukan dengan meluruskan batas operasional, sejarah, dan legalitas demi memisahkan posisi TSI dari polemik yang terjadi. Kedua, Klarifikasi Hubungan Kelembagaan ditegaskan secara deklaratif dan berulang bahwa pelapor maupun pemain Oriental Circus Indonesia (OCI) bukan bagian dari karyawan TSI. Ketiga, Penegasan Nilai dan Komitmen dihadirkan untuk memperkuat citra lembaga melalui penolakan atas segala bentuk kekerasan atau eksploitasi, serta menyatakan kepatuhan pada HAM dan prinsip Good Corporate Governance (GCG). Terakhir, Pemanfaatan Informasi Faktual berbasis data numerik spesifik (jumlah satwa, spesies, karyawan, dan legalitas akta) digunakan sebagai bukti deskriptif yang solid untuk memperkuat kredibilitas profil organisasi di mata publik
Kata kunci: Kehumasan, Press Release, Analisis Isi Holsti

Abstract
In the context of public relations, social media serves as a platform for building deeper relationships between organizations and their publics. This study examines the use of "direct and declarative" language when explaining how organizations explicitly build barriers.
This study employed a descriptive approach with Holsti's Content Analysis. The results concluded that, substantially, the press release content consistently developed three dominant themes and one integrated, factual reinforcement. First, the Organizational Identity Affirmation was carried out by clarifying operational, historical, and legal boundaries to separate TSI's position from the ongoing controversy. Second, the Institutional Relationship Clarification declaratively and repeatedly emphasized that neither the reporter nor the Oriental Circus Indonesia (OCI) performers were TSI employees. Third, the Values and Commitments Affirmation was presented to strengthen the institution's image by rejecting all forms of violence or exploitation, as well as stating adherence to human rights and the principles of Good Corporate Governance (GCG). Finally, the Utilization of Factual Information based on specific numerical data (number of animals, species, employees, and legal documents) served as solid descriptive evidence to strengthen the credibility of the organization's profile in the public eye.
Keyword: *Public Relations, Press Release, Content Analysis Holsti*

Pendahuluan

Siaran pers atau yang sering disebut sebagai pers release merupakan alat komunikasi kehumasan khususnya yang banyak digaungkan oleh setiap individu, organisasi, maupun perusahaan sebagai wadah untuk mengkonfirmasi adanya peristiwa maupun kebaruan sistem dalam ranah kehumasan. Pada 2025, Krisis polemik OCI menjadi tantangan yang sangat kompleks bagi Taman Safari. Kehadiran media daring membawa dampak dalam menyebarkan berita dengan cepat dan real-time dengan jangkauan audiens yang luas (Maharani, 2025). Isu ini dengan cepat menyebar dan memicu perdebatan sengit di berbagai platform media sosial, khususnya Instagram, di mana akun resmi @taman_safari menjadi pusat perhatian dan sasaran utama dari pertanyaan, kritik, hujatan hingga seruan #boikot dari warganet. Penelitian ini berfokus tentang bagaimana penggunaan kalimat yang bersifat "langsung dan deklaratif" saat menjelaskan bagaimana organisasi secara tegas membangun dinding pembatas. Penyebab pemicu gejolak diskursus di media sosial tersebut karena adanya pelaporan beberapa mantan pemain sirkus Oriental Circus Indonesia yang menuntut hak dan pertanggungjawaban Taman Safari Indonesia (Kompas.com, 2025). Berdasarkan peristiwa tersebut, penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode Analisis Isi Holsti (1969). Penelitian ini berfokus pada urgensi permasalahan yang terjadi berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan di atas, yang akan menyoroti tentang bagaimana wacana pada pers release di akun Instagram @Taman_safari pada tanggal 19 April 2025. Pers release di tanggal tersebut menyatakan pihak Taman Safari Bogor berupaya memberikan klarifikasinya mengenai pengecualian mereka dengan Oriental Circus Indonesia. Tujuan utama pada penelitian ini secara spesifik diarahkan untuk mengupas dan membedah seluruh muatan wacana dan subtansi pesan yang diproduksi sekaligus disebarluaskan oleh pihak Taman Safari Indonesia melalui pers release tersebut.

Metode Penelitian

Penelitian ini secara mantap menggunakan pendekatan kualitatif (Creswell, 2016). Hal ini sejalan dengan karakteristik kualitatif yang mengedepankan kualitas informasi dibandingkan dengan jumlah sampel. Lebih lanjut, definisi dari (Moleong, 2013). Pemilihan paradigma kualitatif didasari oleh kebutuhan untuk mengeksplorasi kedalaman makna dibalik data yang dikumpulkan, bukan sekadar mengukur frekuensi atau kuantitas variabel semata dengan menggunakan jenis penelitian deskriptif untuk membedah dinamika komunikasi digital dalam situasi krisis. Fokus utama terletak pada pernyataan resmi yang dikeluarkan oleh Taman Safari melalui kanal digital mereka yaitu unggahan pers release pada akun resmi Instagram @taman_safari sebagai objek observasi utama untuk menangkap fenomena komunikasi krisis secara real-time. Teknik utama yang diimplementasikan dalam proses ini adalah metode dokumentasi. Teks dianalisis dengan 3 tahapan yaitu, dengan reduksi data, pengkodean, penyajian data, interpretasi data dan penarikan kesimpulan.

Hasil dan Pembahasan

Praktik penyusunan pers release dapat dipahami sebagai proses ideologis yang menyisipkan kekuasaan dalam bahasa (Febriyanti & Sundari, 2022). Berdasarkan hasil analisis, ditemukan bahwa isi pers release Taman Safari Indonesia didominasi oleh pesan-pesan klarifikasi yang

bertujuan menjelaskan posisi institusi terhadap isu yang sedang berkembang. KOMNAS HAM RI menerima aduan masyarakat dengan total keseluruhan 2.796 dugaan pelanggaran HAM (Tempo.co, 2025). Selain itu, terdapat beberapa tema utama yang muncul secara berulang, yaitu penegasan identitas organisasi, pemisahan hubungan antara Taman Safari Indonesia dan OCI, penolakan terhadap tuduhan yang berkembang, serta penegasan komitmen terhadap nilai-nilai kemanusiaan dan konservasi. Dalam penelitian ini, analisis dilakukan menggunakan analisis isi deskriptif kualitatif dengan mengacu pada teori Ole R. Holsti (1969). Menurut Holsti, analisis isi merupakan teknik penelitian yang digunakan untuk mengidentifikasi karakteristik pesan secara sistematis dan objektif sehingga dapat menghasilkan pemahaman mengenai makna komunikasi yang terkandung dalam suatu dokumen. Berdasarkan pendekatan tersebut, analisis difokuskan pada pengelompokan isi pesan ke dalam beberapa kategori, seperti informasi faktual, temuan kasus, sikap kelembagaan, dan rekomendasi penyelesaian.Dalam penelitian ini, surat respons Komnas HAM dijadikan sebagai salah satu data pendukung untuk memperkuat pemahaman terhadap konteks polemik Oriental Circus Indonesia yang menjadi latar belakang diterbitkannya pers release Taman Safari Indonesia. pesan yang terkandung dalam Surat Respons Komnas HAM atas Kasus Oriental Circus Indonesia menunjukkan bahwa komunikasi yang dibangun Komnas HAM bersifat informatif, normatif, dan rekomendatif. Kategori informasi faktual mendominasi isi surat melalui penyampaian kronologi penanganan kasus, hasil pemantauan, serta perkembangan proses hukum yang telah berlangsung sejak tahun 1997 hingga diterimanya pengaduan baru pada tahun 2024. Selain itu, kategori temuan kasus memperlihatkan bahwa substansi utama dokumen berfokus pada dugaan pelanggaran hak anak, meliputi hak atas identitas, hak bebas dari eksploitasi ekonomi, hak memperoleh pendidikan, serta hak atas perlindungan keamanan dan jaminan sosial.

Penutup

Secara visual, pers release yang diterbitkan oleh pihak Taman Safari Indonesia tersebut tampak objektif dan faktual dengan runtutan kronologis dan penyertaan data legalistas formal. Namun, hasil analisis terhadap pers release @taman_safari mengindikasi bahwa narasi yang dikembangkan sarat dengan pendektean reputasi lembaga. Tampilan yang rapi dan profesional ini cenderung menggiring opini publik untuk memandang informasi tersebut sebagai sebuah kebenaran mutlak yang bebas dari bias kepentingan. Teks klarifikasi tersebut tidak hanya bertindak sebagai penghentian pembatasan tegas antara dua entitas (Taman Safari Indonesia dan Oriental Circus Indonesia). Melainkan juga sebagai pengendali opini liar publik dan penyelamatan citra lembaga yang dibuktikan dengan beberapa narasi pada poin-poin tertentu. Terdapat juga upaya untuk terus menonjolkan aspek-aspek positif mereka. Narasi yang dikemas seolah-olah Taman Safari menjadi pusat pemegang pengaruh ekonomi skala besar di Indonesia. Pada posisi ini dapat dipahami bahwa setiap bait teks klarifikasi/pers release tidak selamanya bersifat netral dan tentunya dengan segala pertimbangan untuk memilih diksi-diksi halus dan aman namun dengan maksud dan tujuan yang sama. Pada akhirnya, audiens mengonsumsi sebuah kontruksi wacana bebas hukum yang tentunya hanya menguntungkan satu pihak dan membungkam pihak lain dengan segala “kekuatan” yang dimiliki oleh pihak Taman Safari Indonesia. Berdasarkan perolehan hasil peneltian yang telah dilakukan, Taman Safari Indonesia diharapkan dalam menghadapi suatu krisis sebaiknya lebih mengurangi gaya

komunikasi yang terlalu birokratis dan kaku. Masyarakat tidak membutuhkan pasal hukum atau nomor akta perusahaan saat diterpa isu yang dapat menyulut api emosi tentang isu pelanggaran HAM. Alangkah baiknya, untuk menyusun narasi yang lebih merangkul serta mengakui kekhawatiran publik serta berani mengambil peran moral sebagai pelopor konservasi besar di Indonesia tanpa terkesan "cuci tangan". Dalam hal ini, kepercayaan masyarakat tidak bisa dipulihkan hanya dengan selembar kertas dan beberapa steatment. Tim Taman Safari perlu menunjukkan aksi nyata humanis di lapangan dengan membuat program edukasi bersama mengenai pemberhentian eksploitasi sirkus. Secara keseluruhan, hasil analisis menunjukkan bahwa pers release Taman Safari Indonesia tidak hanya berisi klarifikasi terhadap isu yang berkembang, tetapi juga memuat berbagai informasi mengenai identitas organisasi, sejarah kelembagaan, legalitas, komitmen terhadap nilai-nilai kemanusiaan, serta profil organisasi sebagai lembaga konservasi. Dengan demikian, isi pesan yang disampaikan tidak hanya menjelaskan posisi organisasi terhadap polemik OCI, tetapi juga membangun pemahaman publik mengenai karakteristik dan prinsip-prinsip yang dimiliki oleh Taman Safari Indonesia.

Daftar Pustaka

Creswell, J. W. (2016). Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran (4th ed.). Pustaka Pelajar. https://openlibrary.org/search?q=Creswell+Research+Design

Febriyanti, R. H., & Sundari, H. (2022). The Resignation Reporting News of The President's Staff Via Online Media: A Norman Fairclough Critical Discourse Analysis. Scope: Journal of English Language Teaching, 6(2), 87–96. https://doi.org/10.30998/scope.v6i2.11770

Kompas.com. (2025). Mantan Pemain Oriental Circus Indonesia (Taman Safari) Adukan Dugaan Tuduhan ke Kementerian HAM. Kompas.com. https://nasional.kompas.com/read/2025/04/15/17172121/mantan-pemain-oriental-circus-indonesia-taman-safari-adukan-tuduhan

Maharani, A. (2025). Metodologi Penelitian Kualitatif. https://www.researchgate.net/profile/Anita-Maharani/publication/359652702_Metodologi_Penelitian_Kualitatif

Moleong, L. J. (2013). Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi). PT Remaja Rosdakarya. https://www.rosda.co.id/pendidikan-keguruan/110-metodologi-penelitian-kualitatif.html

https://nasional.kompas.com/read/2025/04/15/17172121/mantan-pemain-oriental-circus-indonesia-taman-safari-adukan-tuduhan

Tempo.co. (2025). Kementerian HAM Temukan Keterkaitan Oriental Circus Indonesia dan Taman Safari. Tempo.co. https://www.tempo.co/hukum/kementerian-ham-temukan-keterkaitan-oriental-circus-indonesia-dan-taman-safari--1404217