

Resepsi Enviromental Enthusiast terhadap Posisi Pemerintah dalam Kampanye #SaveRajaAmpat oleh Media Greenpeace Indonesia

<http://dx.doi.org/10.25008/wartaiski.v8i2.443>

Saira Saima Rao¹, Aryo Subarkah Eddyono¹

¹Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Bakrie

Bakrie Tower Lt. 42, Jln. Epicentrum Utama Raya No.2 40, Jakarta 12940 - Indonesia

E-mail korespondensi : sairasaima.r@gmail.com

Submitted: 30 September 2025, **Revised:** 6 Desember 2025, **Accepted:** 17 Desember 2025

Terakreditasi SINTA-4 SK Kemristekdikti No. 72/E/KPT/2024 sampai Vol 10(2) tahun 2027

Abstract - This study aims to analyze how the reception of the government's role is formed through the #SaveRajaAmpat campaign by Greenpeace Indonesia media, especially from the perspective of environmental enthusiasts. The campaign highlights the impact of environmental damage caused by nickel mining activities in the Raja Ampat conservation area, Papua. The study uses a qualitative approach with a case study method. Data collection techniques were carried out through in-depth interviews with environmental enthusiasts who actively follow Greenpeace Indonesia's campaign content on various social media platforms, as well as observations of the campaign content. Stuart Hall's reception theory was used to analyze the process of media message interpretation by the audience. The results show that the informants are in a hegemonic position, namely fully accepting the narrative constructed by Greenpeace Indonesia regarding environmental damage and government responsibility. The informants view the government as the main actor in granting mining permits in conservation areas and assess the revocation of permits carried out only as a response to digital public pressure, not as a form of commitment to protecting the environment. The narrative conveyed by Greenpeace is considered credible, based on open research data & delivered with critical & emotional audio and visuals, and without commercial interests. These findings show that the media plays a major role in shaping public opinion, ecological awareness and show how audiences actively and critically interpret media messages even when they support the dominant narrative.

Keywords: Greenpeace Indonesia; #SaveRajaAmpat; Environmental; Enthusiast; Government Reception

Abstrak - Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana resepsi terhadap peran pemerintah dibentuk melalui kampanye #SaveRajaAmpat oleh media Greenpeace Indonesia, khususnya dari sudut pandang *environmental enthusiast*. Kampanye tersebut menyoroti dampak kerusakan lingkungan akibat aktivitas pertambangan nikel di wilayah konservasi Raja Ampat, Papua. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam terhadap *environmental enthusiast* yang aktif mengikuti konten kampanye Greenpeace Indonesia di berbagai platform media sosial, serta observasi terhadap konten kampanye tersebut. Teori resepsi Stuart Hall digunakan untuk menganalisis proses pemaknaan pesan media oleh audiens. Hasil penelitian menunjukkan bahwa

para informan berada pada posisi terhegemoni, yaitu menerima sepenuhnya narasi yang dibangun Greenpeace Indonesia mengenai kerusakan lingkungan dan tanggung jawab pemerintah. Para informan memandang pemerintah sebagai aktor utama dalam pemberian izin tambang di wilayah konservasi dan menilai tindakan pencabutan izin yang dilakukan hanya sebagai respons terhadap tekanan publik secara digital, bukan sebagai bentuk komitmen untuk menjaga lingkungan. Narasi yang disampaikan Greenpeace dianggap kredibel, berbasis data riset terbuka & disampaikan dengan audio dan visual yang kritis & emosional, serta tanpa kepentingan komersial. Temuan ini menunjukkan bahwa media berperan besar dalam membentuk opini publik, kesadaran ekologis dan memperlihatkan bagaimana khalayak secara aktif dan kritis memaknai pesan media meskipun mendukung narasi dominan.

Kata kunci: Greenpeace Indonesia; #SaveRajaAmpat; Lingkungan; Antusias; Resepsi Pemerintah

PENDAHULUAN

Media memiliki peranan signifikan dalam kehidupan manusia secara intens, sebagai platform yang memberikan sarana informasi, hiburan dan rekreasi. Perkembangan teknologi informasi menjadi media, khususnya media massa yang menjadi media baru dalam penyebaran informasi teraktual. Dalam memberikan informasi, masyarakat dapat membentuk opini terhadap berbagai hal yang disampaikan, seperti dalam isu lingkungan sekitar. Informasi dalam media tentang lingkungan hidup merupakan realitas dalam kondisi lingkungan hidup, seperti penggundulan hutan, polusi udara, polusi suara, pencemaran sampah, peran lembaga, advokasi dan lainnya. Isu terkait lingkungan hidup merupakan salah satu wacana yang krusial dalam esensi kehidupan, dan ada banyak kepentingan yang menyebabkan isu lingkungan terkadang menjadi dilematis, dengan adanya berita terkait politik dan konflik (Anggaraini, 2020).

Media telah menjadi platform yang dinilai efektif untuk meningkatkan kesadaran masyarakat pada isu-isu lingkungan, dengan distribusi informasi secara luas dan cepat, menciptakan ruang diskusi publik dan memungkinkan adanya mobilisasi aksi secara kolektif. Fitur-fitur dalam media dapat meningkatkan partisipasi publik dalam gerakan sosial berbasis lingkungan, dan hal ini tidak hanya efektif di ruang digital, namun juga menghadirkan dampak secara nyata pada dunia nyata dengan aksi langsung secara terkoordinasi.

Salah satu organisasi yang hadir dalam berbagai media dalam isu lingkungan, adalah media Greenpeace Indonesia (Bakti, 2024). Proses persilangan antara industri media, teknologi media, konten media, dan khalayak media merupakan bagian dari konvergensi media, yang dinyatakan oleh Jenkins (dalam Prasetya & Prayogi, 2024). *Cross media* dapat dipahami sebagai individu atau masyarakat yang mengkonsumsi informasi secara simultan melalui berbagai media, yang disampaikan oleh Anthony & Sellnow (dalam Prasetya & Prayogi, 2024).

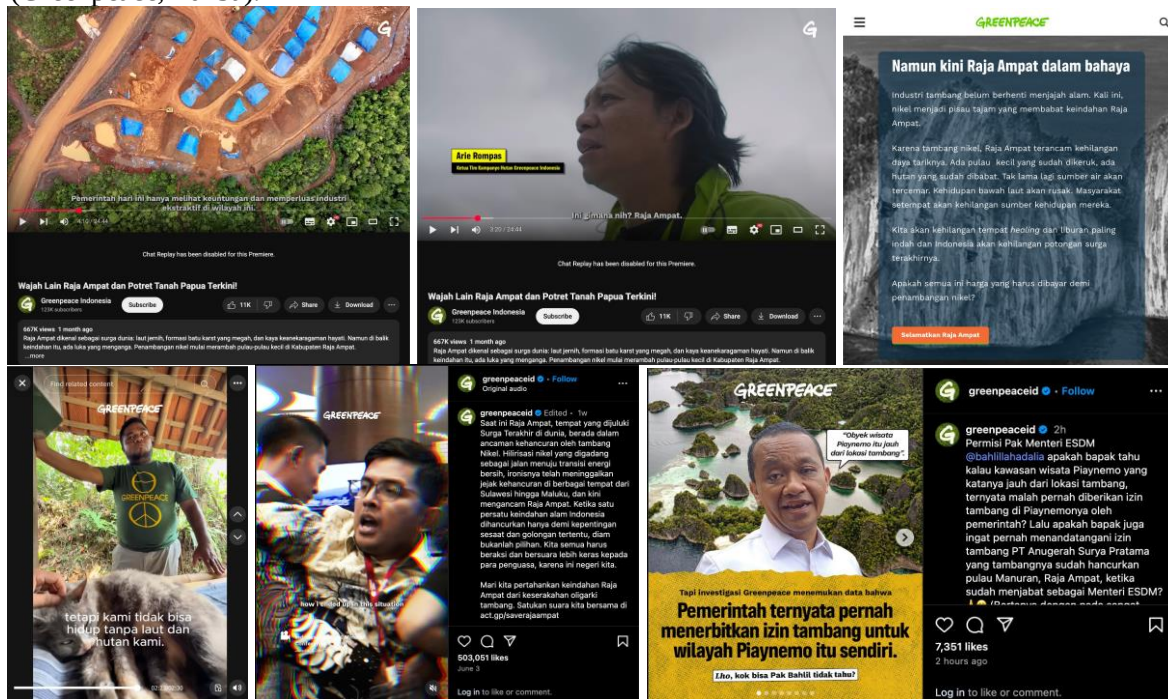
Cross media menjadi sebuah praktik penyebaran konten informasi melalui berbagai platform media yang berbeda, seperti internet, media cetak, televisi dan radio yang menjadi strategi penting dalam industri media dan hiburan dalam proses pembuatan konten agar menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam. Konsumen modern lebih aktif dalam berbagai bentuk platform media seperti media sosial dan aplikasi digital, sehingga pembuat konten harus menyebarkan karya mereka melalui berbagai saluran untuk menyesuaikan dan memenuhi kebutuhan dan keinginan *audiens* yang beragam (Pratiwi et al, 2024).

Greenpeace Indonesia hadir dalam beberapa platform media seperti Instagram, Tiktok, Youtube, X dan Threads. Greenpeace Indonesia merupakan salah satu Lembaga Swadaya Masyarakat yang fokus pada isu lingkungan dibawah naungan organisasi non profit Greenpeace Internasional. Kampanye yang dilakukan Greenpeace Indonesia cukup aktif dan sering menggunakan beberapa aksi konfrontasi. Aksi konfrontasi oleh Greenpeace Indonesia merupakan aksi seperti gerakan sekelompok orang yang menggunakan properti dan merusak properti dengan memberikan tanda dan tulisan, tanpa persetujuan oleh pemilik, untuk mencapai tujuan yang positif (Putri, 2023).

Greenpeace Indonesia cenderung mengemas pesan emosional pada kampanyenya, yang terkadang tidak ideal dengan memberikan aksi yang cenderung tidak biasa dan berkebalikan dengan ajaran kebaikan serta yang jarang dilakukan oleh Lembaga Swadaya Masyarakat lainnya. Hal ini

digunakan Greenpeace Indonesia sebagai strategi komunikasi yang menarik perhatian khalayak, dan menggunakan *publicity stunt* atau kejadian di mana sebuah brand mengambil keputusan dan tindakan untuk mendapatkan atensi dari media, dengan aksi dan atraksi diluar nalar, penuh kejutan dan memiliki nilai sehingga mendapat perhatian oleh masyarakat (Putri, 2023).

Salah satu kampanye Greenpeace Indonesia yang mendapat banyak perhatian publik adalah #SaveRajaAmpat *the last paradise*, sebuah kampanye yang diutamakan Greenpeace Indonesia secara intens di berbagai platform media untuk meningkatkan kesadaran masyarakat pada isu tambang nikel yang merusak area konservasi dan mencemarkan tanah serta alam Papua (Greenpeace, 2025a).



Gambar 1, 2, 3, 4, 5 & 6. Berbagai platform media Greenpeace Indonesia dalam menyebarkan konten kampanye #SaveRajaAmpat di Youtube, Website, Instagram dan Tiktok.

Dilansir dari beberapa laman media Greenpeace Indonesia dalam kampanye #SaveRajaAmpat yang telah ditonton dalam jumlah jutaan dan disukai oleh ratusan ribu masyarakat Indonesia, juga telah mengangkat beberapa pihak di dalamnya seperti pemerintah. Peran pemerintah juga disorot dalam beberapa konten media Greenpeace, seperti bagaimana izin tambang nikel bisa terjadi, terutama di beberapa area Geopark serta area konservasi.

Greenpeace Indonesia menunjukkan suaranya oleh aktivis mereka dan empat anak muda Papua dari Raja Ampat dengan menggelar aksi damai dalam menyuarakan dampak buruk pertambangan dan hilirisasi nikel bagi lingkungan hidup dan masyarakat dalam acara Indonesia Critical Minerals Conference 2025, saat Wakil Menteri Luar Negeri, Arief Havas Oegroseno menyampaikan pidatonya. Aktivis Greenpeace Indonesia menerbangkan banner dan spanduk bertuliskan ‘*What’s the True Cost of Your Nickel?*’, ‘*Nickel Mines Destroy Lives*’ dan ‘*Save Raja Ampat from Nickel Mining*’ dan juga beberapa tulisan di area sekitar konferensi. Aksi damai ini dilakukan dan diliput Greenpeace Indonesia untuk mengirimkan pesan pada pemerintah Indonesia dan publik (Greenpeace, 2025b).

Pemerintah Indonesia dianggap bertanggung jawab dalam memberikan ruang pada industrialisasi nikel tanpa mempertimbangkan dampak jangka panjang pada masyarakat dan alam Papua. Ijin dari pemerintah tersebut berlangsung pada beberapa area seperti Pulau Gag, Pulau Kawe dan Pulau Manuran di area Raja Ampat serta beberapa pulau yang terancam seperti Pulau Batang Pele dan Pulau Manyafun, dan pulau-pulau ini masuk dalam kategori area yang tidak diperijinkan menjadi tambang sesuai Undang-Undang No. 1 tahun 2014 tentang pengelolaan Wilayah, Pesisir, dan Pulau-Pulau kecil.

Raja Ampat menjadi tempat kegiatan ekowisata, sumber kehidupan masyarakat, rumah bagi 75% spesies koral dunia, terumbu karang 2.500 spesies ikan seperti manta rays, 47 spesies hewan mamalia dan 274 spesies burung, di mana kawasan ini sudah ditetapkan bagian dari Global Geopark. Tidak hanya berdampak pada pencemaran alam yang menjadi beban krisis iklim, tambang nikel juga mengancam kehidupan masyarakat yang harmonis menjadi berkonflik antara masyarakat adat dan satu sama lain. Greenpeace Indonesia meminta pada pemerintah untuk mengkaji ulang kebijakan industrialisasi nikel dan hal ini dipertimbangkan oleh pemerintah (Greenpeace, 2025b).

Kampanye #SaveRajaAmpat oleh Greenpeace Indonesia, yang juga diulas oleh publik dan media lainnya telah menjadi pusat perhatian dengan petisi yang dilakukan. Ada 16 izin usaha pertambangan (IUP) di Kepulauan Raja Ampat, dan 13 diantaranya masuk dalam wilayah Geopark serta lima diantaranya yang masih memiliki izin aktif. Pada 10 Juni 2025, Pemerintah mencabut izin 4 IUP secara lisan dan hanya tersisa satu perusahaan yakni, PT. Gag Nikel yang dimiliki oleh pemerintah dan merupakan satu-satunya perusahaan yang masih melakukan kegiatan operasi.

Pihak Greenpeace Indonesia masih meminta pemerintah untuk menunggu pencabutan legalisasi yang dapat dilihat oleh publik, karena keempat IUP yang dicabut tersebut masih berstatus aktif dan berada di area Geopark Raja Ampat, sehingga ditakutkan pemerintah melakukan pembatalan pencabutan izin tersebut dengan adanya pengekangan dari perusahaan yang izinnya dicabut (Putra, 2025). Pemerintah memainkan peranan cukup penting dalam kampanye #SaveRajaAmpat yang dimulai oleh Greenpeace Indonesia di medianya dan yang dilihat oleh masyarakat Indonesia.

Resepsi masyarakat yang melihat bagaimana pemerintah diinterpretasikan dalam kampanye #SaveRajaAmpat oleh media Greenpeace Indonesia, menjadi salah satu sudut pandang yang dapat diamati terhadap pesan media serta posisi masyarakat dalam memaknai pesan tersebut dengan teori resepsi oleh Stuart Hall. Stuart Hall (dalam Dwiputra, 2021) menyatakan teori resepsi berfokus pada proses *decoding* dan interpretasi dalam konsep analisis resepsi, yang bertujuan untuk menemukan pemahaman dan pembentukan makna oleh penerima pesan. *Encoder* atau produsen pesan dengan idealisme mereka menghadirkan pesan-pesan dalam media dan dimaknai oleh khalayak dari berbagai kalangan serta untuk mengetahui posisi mereka yang dapat dikategorikan dalam tiga posisi, yakni dominan, negosiasi dan oposisi.

Penelitian ini akan melihat bagaimana *environmental enthusiast* memaknai pesan kampanye #SaveRajaAmpat oleh media Greenpeace Indonesia. *Environmental enthusiast* adalah individu yang meningkatkan dan ingin melindungi lingkungan alam dengan memodifikasi perilaku berbahaya manusia pada lingkungan, dan selalu mempertimbangkan dampak positif dan negatif pada lingkungan sebelum membuat keputusan serta melakukan perubahan untuk mengurangi kerusakan alam (Kemp, 2022).

Beberapa penelitian sebelumnya yang juga membahas tentang kampanye lingkungan dan isunya, seperti yang dilakukan oleh Oktafiani Herlina yang membahas kampanye meningkatkan dampak krisis lingkungan oleh Greenpeace Indonesia melalui media sosial Instagram dan fitur yang tersedia yang dinilai efektif menyampaikan informasi kampanye pada pengguna untuk menggunakan energi terbarukan dan mengurangi dampak perubahan iklim (Herlina, 2024).

Penelitian oleh Ciptadi & Zainubi, mengamati bagaimana Greenpeace Indonesia menggunakan aksi kolaboratif sebagai strateginya dalam kampanye *Global Climate Strike*, dengan konsep *Planning*, *Organizing*, *Actuating* dan *Controlling* menunjukkan bahwa aksi kolaborasi dengan beberapa pihak dirancang agar dapat dinikmati dan meningkatkan partisipasi generasi muda (Ciptadi & Zainubi, 2024). Penelitian yang mengamati strategi kampanye #SaveKarimunJawa oleh Greenpeace Indonesia oleh Wahyu Eka Putri, menunjukkan bahwa LSM tersebut memiliki strateginya sendiri dan menggunakan aksi konfrontasi sebagai pengemasan kampanye untuk menarik perhatian publik (Putri, 2023).

Dari berbagai penelitian sebelumnya yang berfokus pada isi dan strategi kampanye, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pemerintah diresepsikan dalam media Greenpeace Indonesia pada kampanye #SaveRajaAmpat oleh *environmental enthusiast*

KERANGKA TEORI

Teori Resepsi - Stuart Hall

Stuart Hall menjelaskan bahwa khalayak melakukan pemaknaan atau *decoding* pada pesan atau isi media. Studi resepsi adalah studi yang berfokus pada makna, produksi dan pengalaman masyarakat yang berkaitan dengan interpretasi dan pembacaan (Dwiputra, 2021). Stuart Hall dalam Utami & Herdiana (2021) menyampaikan bahwa interpretasi khalayak diperhitungkan sebagai bagian esensial dalam proses pembentukan makna.

Proses pembentukan makna tidak hanya dari teks dalam media saja, namun ditentukan dari hubungan antara teks dengan pembaca. Dalam studi resepsi, pembaca akan mendekodekan pesan dalam media dengan tiga cara berpikir yang dikenal dengan '*the three hyphotetical position*'.

Tiga cara berpikir tersebut terdiri dari: (1) Hegemoni, situasi di mana media menyampaikan pesan, dan khalayak menerimanya apa yang disampaikan, dan disukai. Pembaca memaknai isi pesan konten sesuai dan persis seperti yang diharapkan produsen media; (2) Negosiasi, posisi khalayak menerima ideologi yang lebih dominan, namun menolak penerapannya dalam kasus tertentu. Khalayak memahami apa yang dijabarkan dalam pesan media, sejalan dengan pesan tersebut namun menolak penerapannya, menyaring atau menyesuaikan pada dalam kasus tertentu; (3) Oposisi. Khalayak mendekode pesan dengan cara kritis dan mengganti kode pesan dengan alternatif lain atau memiliki pemahaman yang berbeda.

Bagian penting dalam proses ini akan membentuk *meaningful discourse*, yakni di mana media memastikan bahwa pesan yang diproduksi memiliki makna spesifik yang dapat diterima khalayak dan proses *decoding* dari sisi pembaca, yang akan melihat pemaknaan konten sebagai pesan dari media dan bagian dari cara khalayak mendefinisikan realitas tertentu.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bersifat kualitatif, bertujuan untuk menjawab pertanyaan atau permasalahan penelitian. Penelitian kualitatif juga dapat didefinisikan sebagai penelitian yang ditujukan untuk memahami fenomena mengenai apa yang dialami subjek penelitian seperti pelaku, resepsi, motivasi, tindakan lain secara holistik dan cara deskriptif dengan bentuk seperti kata-kata dan bahasa pada sebuah konteks spesifik yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah.

Pemecahan masalah dalam dilakukan dengan memanfaatkan teori-teori yang sudah ada, dan dijadikan panduan untuk menginterpretasikan hasil dari temuan penelitian dan menemukan kesimpulan (Moelong dalam Fiantika, dkk, 2022). Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan wawancara dan observasi konten. Wawancara merupakan bentuk komunikasi verbal yang bertujuan untuk memperoleh informasi melalui tanya jawab antara peneliti dan objek yang diteliti. Observasi pada dokumen dapat dipahami sebagai teknik pengumpulan data secara sistematis dan disengaja melalui pengamatan dan pencatatan terhadap gejala yang diamati pada bentuk tulisan, gambar, dan karya-karya (Abdussamad, 2021).

Peneliti melakukan wawancara pada dua *environmental enthusiast*. Narasumber Inez memiliki *background* sebagai publik figur di bidang lingkungan serta *interior design* dan pernah menjadi salah satu perwakilan/finalis pada ajang kecantikan bertema lingkungan, hal ini membuat Inez lebih sadar akan isu berita lingkungan. Narasumber W.B pernah terlibat dalam beberapa komunitas lingkungan, bekerja sebagai *freelance* di komunitas lingkungan yakni *waste4change*, memiliki perkebunan tanaman milik keluarga dan pernah memimpin kegiatan lingkungan seperti Earth Hour di area regional, sehingga hal ini menimbulkan rasa kepedulian yang tinggi terhadap isu lingkungan.

Kedua *environmental enthusiast* telah mengamati konten kampanye #SaveRajaAmpat di beberapa media Greenpeace Indonesia dan juga mengobservasi konten tersebut, yang dianalisa dengan teori resepsi oleh Stuart Hall dengan mengetahui posisi subjek, antara hegemoni, negosiasi dan oposisi melihat latar belakang masing-masing narasumber.

HASIL PENELITIAN

Peran pemerintah dalam kampanye #SaveRajaAmpat oleh media Greenpeace Indonesia yang telah disebarkan ke ranah publik dan viral, membentuk resepsi masyarakat dan bagi *environmental enthusiast* yang sadar, memperhatikan isu lingkungan memberikan dampak positif bagi lingkungan. Temuan dalam penelitian ini dilihat dari bagaimana *environmental enthusiast* peran pemerintah

dalam kampanye #SaveRajaAmpat oleh media Greenpeace Indonesia.

Narasi Pemerintah Lewat Lensa Greenpeace Indonesia dan Resepsi Environmental Enthusiast terhadap Isu Tambang Nikel di Raja Ampat: Kampanye #SaveRajaAmpat oleh media Greenpeace Indonesia mendapat respon kritis dari *Environmental Enthusiast*, walau salah satu narasumber menyatakan dirinya bersyukur adanya Greenpeace yang menyampaikan informasi kampanye ini di berbagai media. Dalam beberapa narasi yang disampaikan oleh Greenpeace Indonesia, pemerintah dianggap sebagai pihak yang membiarkan penambangan nikel terjadi, dan kesengsaraan yang dirasakan warga Papua.

Narasi Greenpeace seperti ‘Pemerintah ternyata pernah menerbitkan izin tambang untuk wilayah Piaynemo itu sendiri’ pada salah unggahan di Instagram disukai hampir 30 ribu pengguna. Peneliti juga mengamati salah satu narasi yang menghadirkan beberapa individu terafiliasi pemerintah dengan penyampaian ‘Siapa di balik PT.GAG Nikel yang merusak Raja Ampat?’



Gambar 7. Unggahan media Instagram Greenpeace Indonesia terkait individu yang terlibat dalam perusakan alam Raja Ampat

Hal yang diserukan oleh Greenpeace Indonesia juga sangat vokal terhadap pemerintah pada laman resminya seperti, evaluasi dan cabut izin tambang nikel di Raja Ampat, peninjauan ulang kebijakan industrialisasi nikel di Indonesia dan permintaan untuk berhenti membuat masyarakat menderita karena kebijakan industrialisasi. Serta aksi yang sangat disorot ketika aktivis Greenpeace Indonesia hadir dan menyerukan isu tambang nikel di Papua saat Konferensi Nikel Internasional di Jakarta (Greenpeace Indonesia, 2025). Tuntutan dari Greenpeace Indonesia dinyatakan seluruhnya bagi pihak pemerintah dalam narasi di media milik Greenpeace Indonesia yang dianggap bertanggung jawab dalam memberikan dampak buruk terhadap alam dan masyarakat adat di Papua.

Para narasumber *environmental Enthusiast* yakni Inez dan WB mengetahui kampanye ini melalui akun media Greenpeace seperti dari Tiktok, Instagram, Youtube dan Website, bahkan salah satu narasumber yakni WB berlangganan *newsletter* oleh website Greenpeace. Kedua narasumber berusia tiga puluh tahun, Inez bekerja sebagai seorang *interior design* yang juga mempertimbangkan isu lingkungan dalam karya yang dibuat, sering mengadvokasikan isu lingkungan sejak SMA dan pernah menjabat di salah satu ajang kecantikan yang berfokus pada isu lingkungan, sedangkan WB sudah sejak SMA memperhatikan dan terlibat dalam isu lingkungan, pernah mengkoordinatori acara komunitas lingkungan yaitu *Earth Hour* di salah satu area regional di Indonesia, ikut sebagai *team volunteer* serta *freelance* pada komunitas lingkungan lainnya yakni *waste4change* yang berfokus pada pengelolaan limbah dan membantu internal komunitas dalam bidang ITnya. Kesan para narasumber pada kampanye ini mengapresiasi kinerja Greenpeace yang kritis serta berani dalam menyampaikan pesan mereka tentang kondisi Raja Ampat dari data yang diperoleh, untuk mendesak pemerintah untuk melakukan perubahan.

Inez menyampaikan bahwa konten kampanye #SaveRajaAmpat yang sangat menonjol merupakan konten kontroversial di mana aktivis Greenpeace Indonesia ditarik keluar ruangan ketika

menyampaikan suaranya di tengah konferensi pemerintah dan perusahaan nikel. WB juga menyampaikan konten yang menonjol bagikan adalah bagaimana Greenpeace menunjukkan untuk menghentikan segala aktivitas pertambangan dari pemerintah di wilayah Raja Ampat, khususnya penambangan nikel. W.B yang telah aktif bersuara di media sosial dalam kegiatan lingkungan sejak remaja dan mendukung keberlangsungan area konservasi, merasa ajakan Greenpeace Indonesia untuk menjaga lingkungan dengan kampanye seperti memberhentikan segala aktivitas di Raja Ampat dan tetap menjadi wilayah konservasi terutama untuk kekayaan jenis terumbu karang yang ada di wilayah tersebut merupakan 75% dari yang ada di dunia, menjadi isu krusial yang disampaikan oleh WB.



Gambar 8. Unggahan media Instagram salah satu narasumber yang menyuarakan isu lingkungan, dengan unggahan Greenpeace Indonesia.

Inez menyimpulkan bahwa ditariknya izin beberapa perusahaan merupakan bagian penting dari media sosial yang dapat menyampaikan isu dan didukung masyarakat luas untuk memberhentikan aktivitas penambangan dan tidak memperburuk kondisi alam dengan adanya *'the power of netizen'* di media sosial. Inez sendiri sebagai salah satu perwakilan di ajang kecantikan dalam bidang lingkungan juga turut menyuarakan isu lingkungan hingga pernah menjadi narasumber oleh Kementerian Lingkungan Hidup yang juga diabadikan dilaman media sosialnya, turut mengartikan peran media sosial sebagai satu hal signifikan yang dilakukan oleh Greenpeace Indonesia.

Para narasumber mengkritisi pemerintah yang melakukan penambangan nikel di area konservasi, walau isu ini sudah ada dari lama dan baru viral karena kampanye #SaveRajaAmpat hingga adanya izin yang dicabut dengan seluruh isi konten yang menjelaskan tentang alam ekosistem Raja Ampat dan dampak pertambangan, pemerintah dianggap tidak memperhatikan dampak kerusakan lingkungan seperti yang disampaikan Inez *'pemerintah kurang concern'*, perbaikan kondisi alam dan seharusnya memperketat izin agar tidak ada kerusakan berkelanjutan.



Gambar 9. Unggahan media Instagram salah satu narasumber yang menyuarakan

isu lingkungan, dengan unggahan Greenpeace Indonesia.

Peran pemerintah dilihat salah satu narasumber, yakni Inez dengan detail dari bagaimana kampanye ini terkuak ke publik dan ramai dibicarakan, serta bagaimana sebelumnya proses perijinan yang bertahap-tahap ini bisa terjadi dengan segala pertimbangan antara pihak pemerintah dan perusahaan tambang, dan pertimbangan faktor lingkungan yang pernah dipertimbangkan dan diperketat. ‘Gegabah’ adalah persepsi WB saat mendeskripsikan peran pemerintah yang mungkin merasa melakukan penambangan di area konservasi masih dianggap wajar, dan Greenpeace Indonesia telah menunjukkan bahwa pemerintah masih tidak peduli dengan area konservasi.

Para narasumber menyatakan bahwa mereka mempercayai riset yang telah dilakukan oleh Greenpeace Indonesia di Raja Ampat yang telah membentuk *movement* kampanye ini, dengan data dan fakta yang dimiliki. WB dan Inez, menyatakan setuju bahwa pemerintah lebih menganggap penting kepentingan bisnis dari pada isu lingkungan di Raja Ampat yang sudah disampaikan oleh Greenpeace Indonesia.

WB menyampaikan pemerintah yang abai dalam komitmennya sendiri:

‘pemerintah seperti coba ambil keputusan dengan menambah keuntungan aktivitas penambangan, padahal mereka sendiri yang memutuskan bahwa Raja Ampat adalah area konservasi yang harus dilindungi, dan sudah diakui dunia’.

Narasi dan visual yang informatif yang ditampilkan dalam media Greenpeace Indonesia membuat kedua narasumber menyaksikan bentuk ketidakadilan lingkungan. Mereka menerima pesan kampanye tersebut sebagai realita kebenaran, karena kontennya didukung oleh fakta yang ada di area Raja Ampat.

Posisi Hegemoni Environmental Enthusiast sebagai Efek Dominasi Makna dan Kepercayaan terhadap Media Greenpeace Indonesia: Dalam konteks teori resepsi Stuart Hall, posisi hegemoni mengacu pada audiens yang menerima pesan secara utuh, sesuai dengan apa yang disampaikan oleh produsen pesan di media. *Environmental enthusiast* sebagai bagian dari audiens Greenpeace Indonesia, menunjukkan penerimaan penuh pada narasi yang mengkritik pemerintah dalam kerusakan lingkungan dan alam yang terjadi di Raja Ampat. Kedua *environmental enthusiast* menyatakan kesetujuannya dalam pernyataan Greenpeace Indonesia, diantaranya yakni Inez tetap memaknai penyampaian tersebut juga secara aktif, menyatakan cara penyampaian viral mereka cukup kontroversial namun tidak merugikan atau melukai orang lain serta bersyukur akan langkah tersebut. Inez pun aktif menyampaikan pemahamannya terkait isu lingkungan.

W.B. menyetujui isi pesan kampanye yang dianggapnya valid dan berani melawan kepentingan industri, yang sebelumnya juga sudah terjadi di Sumatra dan Kalimantan, yang turut disampaikan oleh Greenpeace Indonesia.

Para narasumber, menerima pesan tersebut dengan terbentuknya opini yang menuntut pemerintah untuk bertanggung jawab, dengan memberikan izin pada perusahaan tambang dan investor, di mana hal tersebut merupakan proses panjang dengan banyak jaminan dan persyaratan. Inez menyampaikan bahwa dengan adanya tambang memungkinkan untuk meningkatkan pendapatan, namun pertimbangan merusak lingkungan sangat kurang dengan bukti dari Greenpeace Indonesia yang menunjukkan kondisi bukit yang dikeruk dan laut yang mulai tercemar dari proses penambangan, terutama karena dekat dengan area pariwisata.

WB juga memaknai pesan tersebut dengan tajam, karena adanya konten yang menyatakan pihak pemerintah mencurigai bahwa kampanye tersebut diusung oleh pihak asing, *buzzer* atau pihak tertentu untuk mempengaruhi keputusan pemerintah, menurutnya pesan tersebut murni dari masyarakat yang diliput dan NGO Greenpeace Indonesia dan sangat kecewa dengan pernyataan yang dianggap tidak bijak tersebut. Keputusan pemerintah dalam mencabut izin empat dari lima perusahaan tambang yang tersisa namun belum dipublikasi legalitas dan ketuntasannya, juga membuat para *environmental enthusiast* beranggapan bahwa pemerintah hanya bertindak setelah ada tekanan publik, dari konten dan petisi Greenpeace Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa posisi mereka yang hegemonik secara aktif dan kritis.

Salah satu narasumber, yakni W.B juga menyampaikan citra negatif dari pemerintah terlihat ketika salah satu perusahaan yaitu PT. Gag Nikel yang merupakan bagian dari PT. Antam Tbk tidak

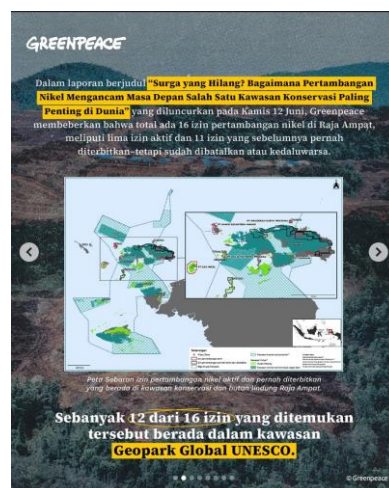
dicabut izinnya, karena telah memberi dampak terbesar di pulau tersebut, dan tidak terlihat bahwa aktivitas di Raja Ampat belum berhenti karena masih adanya supply nikel disekitar pulau. Para *environmental enthusiast* juga menyatakan bahwa kesalahan dari pemerintah yang cukup menonjol dalam isu ini adalah pemberian Izin Usaha Pertambangan (IUP) pada perusahaan tambang nikel dan pemilihan lokasi di area konservasi dan berdampak sangat buruk untuk pariwisata di sekitarnya, yang sudah diketahui seluruh dunia sebagai *the last paradise on earth*.

Upaya pemerintah dalam untuk melindungi alam hanya dapat dilihat dengan pencabutan empat perusahaan dari lima yang beroperasi, namun hal ini dilihat kedua narasumber, untuk menenangkan kericuhan yang berlangsung. Kerusakan ini dinilai hampir sepenuhnya menjadi tanggung jawab pemerintah, karena CSR yang dilakukan juga tidak sesuai dengan kerusakan yang terjadi dan terkesan hanya untuk memenuhi syarat.

WB menyatakan:

“CSR berupa konservasi tapi bukti kalau memang perusahaan under plat merah atau pemerintah, memang CSR penuh tanggung jawab karena punya CSR, yang memperbaiki belum ada yang benar - benar yang bisa lakukan. Meskipun PT Gag melakukan, namun tidak sebanding konservasi dan kerusakan yang dilakukan. ya cuma untuk memenuhi syarat diatas kertas saja, bukan secara bertanggung jawab dari sisi yang mereka yang rusak itu belum, meskipun sudah dilakukan tapi tidak sesuai, memang harus diberhentikan”.

Pernyataan-pernyataan ini sesuai dengan narasi Greenpeace Indonesia dalam laman media sosialnya.



Gambar 10. Pengungkapan izin usaha penambangan oleh Instagram Greenpeace Indonesia.

Kedua narasumber menyampaikan bahwa mereka sulit untuk memahami posisi pemerintah dalam kampanye #SaveRajaAmpat. Inez yang juga pernah mengamati isu lingkungan dan turut menyuarakan pentingnya menjaga kondisi alam demi keberlangsungan wilayah dan habitat sekitarnya turut menyatakan:

‘cukup sulit ya, pasti tentunya kita tidak setuju. Sulit dimaklumi sebagai masyarakat pada umumnya ya, karena hal yang dipergunakan ini sangat-sangat merugikan untuk kita yang melihat sebagai warga Indonesia. Ini sangat merugikan alam, merugikan lingkungan, merugikan masyarakat lokal, merugikan pariwisata. Kita lebih banyak melihat kontranya dibandingkan dengan pronya’.

WB juga menyatakan bahwa pemerintah memang tidak memberikan izin tersebut, terutama ketika publik juga sudah mengetahui dari pihak asing yang ingin membentuk industri tambang nikel, seperti Elon Musk yang pernah menyatakan hal tersebut dan sangat tidak dibenarkan untuk merusak area konservasi dan dampak kerusakan kimia, bekas tambang pada laut dan terumbu karang serta satwa lainnya. Mereka menyatakan bahwa tanggung jawab terbesar dalam kasus ini pada pihak pemerintah, sebagai akibat dampak pengerukan yang sudah terjadi serta kurang

pengawasan yang berakibat memperburuk lingkungan. Kekecewaan kedua narasumber ini terjadi dalam memahami fakta dan data yang disampaikan dalam pesan kampanye #SaveRajaAmpat oleh Greenpeace Indonesia.

Pencabutan izin usaha yang dilakukan pemerintah dan diunggah dalam akun media Greenpeace, dilihat narasumber sebagai salah satu hal upaya pemerintah untuk mendengarkan suara masyarakat luas di media sosial oleh kampanye #SaveRajaAmpat oleh Greenpeace Indonesia, walau belum sepenuhnya memberhentikan secara tuntas dan publikasi pada publik.



Gambar 11. Pernyataan pencabutan izin 4 usaha tambang nikel di Raja Ampat.

Namun para *environmental enthusiast*, belum sepenuhnya meyakini bahwa pemerintah akan berubah ke depannya karena penanganan yang dilakukan dan kurangnya tindakan tegas, karena terkesan untuk meredam kericuhan masyarakat dan memberikan izin di area konservasi sejak awal merupakan hal yang tidak benar karena seharusnya melindungi kondisi alam dan mendukung pariwisata. Tidak ada upaya baik dari pemerintah lainnya yang dapat terlihat dalam kampanye dan pengungkapan pada publik tersebut.

Kedua narasumber juga menyatakan bahwa mereka lebih mempercayai riset Greenpeace Indonesia, WB menyatakan '*tentunya dari Greenpeace, 100 persen*' dan Inez juga menyampaikan apa yang telah dilakukan Greenpeace dalam riset kampanye tersebut, tanpa mencari keuntungan dan harus melalui resiko besar untuk menyampaikan data mereka ke publik, terutama pada pihak perusahaan-perusahaan besar lainnya, sehingga pemerintah diharapkan dapat memberikan kemajuan yang jelas dalam perbaikan. Data yang valid menurut kedua narasumber tentang kondisi Raja Ampat selama penambangan nikel, alam sekitar dan masyarakat adat yang terlibat serta peran pemerintah yang memberi izin dan tidak terlibat secara jelas dalam melindungi area konservasi tersebut, juga menjadi alasan kuat, mereka memaknai dan mempercayai narasi Greenpeace Indonesia di medianya, yang juga disertai berbagai aksi.

W.B dan Inez juga menyatakan sejak awal melihat kampanye #SaveRajaAmpat oleh Greenpeace Indonesia hingga saat wawancara dilakukan sudah memiliki anggapan yang sama terhadap pemerintah, yang sejalan dengan apa yang terus bermunculan dalam media Greenpeace.

Sebagai *environmental enthusiast* yang berusaha menjaga dan memikirkan dampak keputusan perilaku terhadap lingkungan, W.B mendeskripsikan sikap dan pesan pada pemerintah dengan menyatakan bahwa pemerintah harus melibatkan NGO seperti Greenpeace Indonesia dan masyarakat untuk terlibat karena mereka memiliki hak yang harus diutamakan dari pada investor dan perusahaan tambang, dan agar pemerintah dapat menghentikan segala bisnis penambangan di area konservasi Raja Ampat serta melakukan konservasi dan reboisasi untuk mengembalikan fungsi hutan dan melindungi ekosistem.

Inez juga meminta aksi tegas pemerintah, dan tidak hanya untuk meredakan isu viral di publik namun memiliki dasar pemikiran untuk memprioritaskan dan memperhatikan lingkungan sekitar. resepsi narasumber terhadap pemerintah sejalan dengan narasi besar Greenpeace Indonesia yang memberikan kritik keras untuk memperhatikan lingkungan, mencabut izin seluruh perusahaan secara utuh, dan upaya untuk mengembalikan kondisi alam di Raja Ampat, Papua. Hal sejalan dengan apa yang disampaikan Stuart Hall, bahwa interpretasi masyarakat menjadi bagian esensial

dalam membuat makna, yang dipengaruhi narasi, serta hubungan narasi dengan pembaca (Utami & Herdiana, 2021).

Posisi hegemoni aktif para narasumber menerima pesan akan peran pemerintah yang menjadi penyebab kerusakan alam Raja Ampat, yang mengancam ekosistemnya karena memberikan izin pada perusahaan - perusahaan tambang, dan belum mempublikasi detail legalisasi pencabutan izin dan langkah kedepan untuk memperbaiki alam Papua, yang disampaikan dalam kampanye #SaveRajaAmpat oleh Greenpeace Indonesia.

Dinamika Temuan Penelitian dalam Konteks Isu Lingkungan Raja Ampat

Penelitian ini menegaskan bahwa khalayak tidak menerima pesan secara pasif, melainkan menjadi khalayak aktif yang memaknai pesan dari media berdasarkan latar belakang, pengalaman dan posisi ideologisnya. Dalam teori resepsi Stuart Hall menyampaikan bahwa pesan dalam media tidak hanya diterima begitu saja, namun melalui proses *decoding*, di mana khalayak dapat terbagi dalam posisi dominan-hegemoni, negosiasi dan oposisi (Utami & Herdiana, 2021).

Para *environmental enthusiast* menunjukkan posisi aktif mereka dalam menyerap dan memaknai pesan kampanye #SaveRajaAmpat oleh Greenpeace Indonesia dengan memberikan interpretasi yang cukup kritis terhadap peran pemerintah.

Penambangan nikel di area konservasi Raja Ampat yang memiliki ekosistem yang sangat kaya ini, menjadi sebuah isu besar ketika masyarakat menyadari bahwa pihak pemerintah telah memberi izin untuk melakukan penambangan untuk beberapa perusahaan yang bahkan juga ada perusahaan milik pemerintah didalamnya. Dampak dari penambangan tersebut cukup besar dalam merusak ekosistem di area tersebut, seperti pengerukan lahan hutan, dan pengabaian biota laut yang menjadi rumah untuk 75% spesies terumbu karang dunia yang dijaga dan menjadi warisan dunia. Adanya aktivitas tambang nikel di Raja Ampat ini dapat mengganggu habitat fauna endemik dan hewan yang dilindungi dari kepunahan seperti *manta rays*, merusak alam sekitar untuk ratusan pulau kecil di kawasan tersebut, kegiatan ekowisata bagi wisatawan domestik dan internasional serta merusak sumber kehidupan masyarakat adat setempat.

Kawasan seperti area konservasi di Raja Ampat yang dianggap sebagai '*the last paradise*' dan bagian dari Global Geopark yang memiliki fungsi vital sebagai kawasan konservasi seharusnya mendapat perlindungan dan dukungan dari pemerintah. Prinsip perlindungan alam sudah dimiliki pemerintah untuk menentukan setiap kebijakan pembangunan yang selaras dengan area konservasi keanekaragaman hayati, seperti dengan penerapan Undang - Undang No. 1 Tahun 2014 tentang Pengelolaan Wilayah Pesisir dan Pulau-pulau Kecil, yang menegaskan pelarangan aktivitas pertambangan di pulau dengan luas kurang lebih 2.000 kilometer persegi. Pulau Gag memiliki luas 60 kilometer persegi, yang sudah jelas melanggar undang-undang (Estherina, 2025).

Raja Ampat kembali terancam dengan adanya isu kembalinya kegiatan operasi secara utuh PT Gag Nikel, yang menjadi bencana bagi masyarakat sekitar dan alam Papua. Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral kembali memberikan ijin bagi PT. Gag Nikel, sesuai dengan ekspektasi para *environmental enthusiast*, bahwa pemerintah sebelumnya hanya mengambil tindakan karena viralnya kampanye #SaveRajaAmpat dan petisi yang telah diisi 60.000 orang. Walau pemerintah sempat menonaktifkan beberapa perusahaan - perusahaan nikel yang terlibat, keputusan ini dianggap sangat mengecewakan karena pemerintah bukan mencabut keseluruhan ijin tambang nikel yang membahayakan ekosistem kepulauan Raja Ampat. Pemerintah kembali dinarasikan Greenpeace Indonesia sebagai pihak yang menunjukkan keserakahan dan menempatkan perlindungan lingkungan dan hak asasi manusia dibagain bawah dari keuntungan ekstraktif jangka pendek (Greenpeace, 2025).

Para *environmental enthusiast* juga menyatakan bahwa adanya perijinan penambangan tersebut adalah akar dari dampak kerusakan yang terjadi. Inez menyatakan:

'memang kalau kita bicarakan dari konten Greenpeace ya kita bisa melihat mungkin pemerintah kurang concern, kurang memperhatikan dampak dari pertambangan nikel ini itu sangat-sangat merusak lingkungan dan antisipasinya untuk menjaga hal itu terjadi itu mungkin kurang'. WB juga turut menyampaikan 'pemerintah itu gegabah, masih merasa kalau aktivitas tersebut masih wajar, menambang di area konservasi, jadi media itu menunjukkan/ memperlihatkan bahwa pemerintah masih tidak peduli dengan area konservasi dan memang urgensi yang diambil belum sesuai'.

Dalam pendalaman yang dilakukan dengan teori resepsi oleh Stuart Hall, seluruh *environmental enthusiasts* berada pada posisi dominan-hegemoni, situasi di mana para narasumber memahami, menyukai dan menerima apa yang disampaikan narasi mengenai penambangan nikel di Raja Ampat oleh media Greenpeace Indonesia. Para *environmental enthusiasts* memaknai isi pesan dari Greenpeace Indonesia sesuai dengan apa yang disampaikan, terkait dengan pernyataan yang melibatkan tindakan dan kebijakan pemerintah didalamnya. Kesetujuan dengan narasi yang dibentuk sesuai dengan produksi media Greenpeace, juga memiliki pemaknaan yang kritis dari narasumber, yang menunjukkan bahwa khalayak tetap memiliki kapasitas untung mengartikulasi isi pesan dengan aktif dan dengan keyakinan serta pengalaman mereka sebagai individu (Dwiputra, 2021).

Penelitian ini terhadap *environmental enthusiasts* ini juga telah menyatakan mereka setuju dengan narasi yang menyatakan mereka menolak kebijakan pertambangan nikel yang ada di Raja Ampat, Papua dengan argumentasi yang mereka sampaikan. Penerimaan secara hegemonik terhadap narasi media ini memperlihatkan bagaimana media telah mampu membentuk kesadaran secara kritis, dan memperkuat ideologi tentang lingkungan bagi *environmental enthusiasts* secara aktif.

KESIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *environmental enthusiasts* sebagai khalayak berperan aktif dalam memaknai pesan dari media, seperti yang dideskripsikan oleh Stuart Hall dalam teori resepsi. Para narasumber tidak hanya menerima informasi narasi kampanye #SaveRajaAmpat oleh media Greenpeace Indonesia secara pasif, namun mereka melakukan proses *decoding* yang kritis sesuai dengan latar belakang, pengalaman dan ideologi masing - masing. Kedua narasumber ada dalam posisi dominan-hegemonik, dengan menyetujui dan mengafirmasi narasi yang diproduksi oleh media Greenpeace Indonesia dengan menyoroti pihak pemerintah, yang dianggap bertanggung jawab atas kerusakan lingkungan dari dampak pertambangan nikel di Raja Ampat, Papua.

Pertambangan nikel di kawasan konservasi dan juga menjadi area Global Geopark yang seharusnya dilindungi ini, menjadi fokus perhatian akibat dampak yang ditimbulkan terhadap berbagai ekosistem laut, keanekaragaman hayati dan kehidupan masyarakat adat. Para *environmental enthusiasts* menilai pemerintah tidak tegas dan dianggap abai dalam menangani perijinan penambangan, walau sudah ada Undang-Undang No. 1 tahun 2014 yang melarang aktivitas penambangan di pulau-pulau kecil. Pencabutan sebagian izin tambang dianggap sebagai respons terhadap tekanan publik dan kampanye Greenpeace Indonesia yang viral di media sosial dan bukan sebagai wujud komitmen jangka panjang.

Dengan demikian, penelitian ini memperlihatkan peran penting media dalam membentuk kesadaran ekologis dan opini publik, sekaligus menunjukkan bagaimana khalayak dapat secara aktif dan kritis memaknai isi narasi, meskipun menerima pesan media secara dominan - hegemoni sesuai dengan produsen teks. Keseluruhan temuan ini juga memperkuat pandangan bahwa kolaborasi strategis antara media, masyarakat, dan komunitas pecinta lingkungan diperlukan dan sangat penting untuk mendorong kebijakan pemerintah yang berpihak pada perlindungan alam dan keberlanjutan ekosistem Raja Ampat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode penelitian kualitatif*. Syakir Media Press.
- Anggraini, M. D. (2020). Peran media dalam pelestarian lingkungan di Kota Jayapura. *Jendela*, 8(2)
- Bakti, I. (2024). Peran media sosial dalam meningkatkan kepedulian terhadap isu lingkungan. *Indonesian Research Journal on Education*, 4(4)
- Ciptadi, S. G., & Zainubi, H. H. (2024). Collaborative action as strategy in Global Climate Strike campaign of Greenpeace Indonesia. *Coverage: Jurnal of Strategic Communication*.
- Dwiputra, K. O. (2021). Analisis resepsi khalayak terhadap pemberitaan COVID-19 di Klikdokter.com. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 5(1)

- Estherina, I. (2025, Juni 12). *Riset Greenpeace: Pernah ada 16 IUP di Kepulauan Raja Ampat*. Tempo.co. <https://www.tempo.co/ekonomi/riset-greenpeace-pernah-ada-16-iup-di-kepulauan-raja-ampat-1675950>
- Fiantika, F. R., Wasil, M., Jumiyati, S., Honesti, L., Wahyuni, S., Mouw, E., Jonata, Mashudi, I., Hasanah, N., Maharani, A., Ambarwati, K., Noflidaputri, R., Nuryami, & Waris, L. (2022). *Metodologi penelitian kualitatif*. PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Greenpeace Indonesia. (2025, Mei 1). Wajah lain Raja Ampat dan potret Tanah Papua terkini! [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=PIx5-EQIKFo>
- Greenpeace Indonesia. (2025, 3 Juni). *Kritik industrialisasi nikel: Aktivis Greenpeace gelar aksi di konferensi nikel internasional di Jakarta* [Siaran pers]. Greenpeace Indonesia.
- Greenpeace Indonesia. (2025, 9 September). *Raja Ampat terancam: Kembalinya operasi PT Gag Nikel adalah bencana bagi rakyat Indonesia dan alam Papua* [Siaran pers]. Greenpeace Indonesia. <https://www.greenpeace.org/indonesia/siaran-pers/65071/raja-ampat-terancam-kembalinya-operasi-pt-gag-nikel-adalah-bencana-bagi-rakyat-indonesia-dan-alam-papua/>
- Herlina, O. (2024). Kampanye meningkatkan awareness dampak krisis lingkungan di Instagram GreenpeaceID. *Jurnal Ilmu Komunikasi Akademi Komunikasi Radya Binatama*, 9(1)
- Kemp, S. (2022, Oktober 3). *Nature lovers: Their concerns about the environment*. Terrapass. <https://terrapass.com/blog/nature-lovers-concerns-environment/>
- Prasetya, D., & Prayogi, A. (2024). Implikasi konvergensi media terhadap konsepsi dan peran khalayak. *ARKANA Jurnal Komunikasi dan Media*, 1(2)
- Pratiwi, A., Mihardja, E. J., & Agustini, P. M. (2024). Strategi pemanfaatan cross-media oleh Pro 2 RRI Denpasar untuk mendukung geopark sustainability di Indonesia. *Ikraith-Humaniora*, 8(1)
- Putri, W. E. (2023). Strategi kampanye Greenpeace Indonesia dalam kampanye #SaveKarimunJawa. *Jurnal Komunikasi dan Kajian Media*, 7(1)
- Putra, N. (2025, Juni 12). *Riset Greenpeace: Pernah ada 16 IUP di Kepulauan Raja Ampat*. Tempo.co. <https://www.tempo.co/ekonomi/riset-greenpeace-pernah-ada-16-iup-di-kepulauan-raja-ampat-1675950>
- Utami, R. I., & Herdiana, A. (2021). Pemaknaan pendengar terhadap iklan testimoni nutrisi Herbal Nariyah di Radio Kasihku FM Bumiayu dalam teori resepsi Stuart Hall. *Sadharananikarana*, 3(2)