

## **Framing Media dan Perubahan Perilaku dalam Komunikasi Lingkungan: Tinjauan Literatur Krisis Iklim dan Sampah Plastik di Aceh**

**Maria Fifi Yanti<sup>1</sup>, Monariska<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Sekolah Tinggi Agama Islam Darul Hikmah Aceh Barat, Aceh, Indonesia

<sup>1</sup> fifi@staidarulhikmah.ac.id, <sup>2</sup>utimonariska@gmail.com

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara sistematis bagaimana framing media massa membentuk persepsi publik dan mendorong perubahan perilaku dalam konteks komunikasi lingkungan, dengan fokus pada isu krisis iklim dan permasalahan sampah plastik di Provinsi Aceh. Pendekatan yang digunakan adalah *Systematic Literature Review* (SLR) berbasis protokol PRISMA dengan mengidentifikasi dan mensintesis 35 artikel ilmiah yang diterbitkan pada rentang tahun 2015-2024 dari basis data Google Scholar, Scopus, dan Portal Garuda. Tiga kerangka teoritis digunakan sebagai landasan analisis yaitu Teori Framing, Teori Kultivasi, dan Model Elaboration Likelihood/ELM. Hasil kajian ini menemukan bahwa media lokal di Aceh secara dominan menggunakan *framing episodic* dalam peliputan isu lingkungan yang bersifat reaktif terhadap peristiwa bencana dan kurang efektif dalam mendorong pemahaman kausal yang sistemik. Selain itu, kajian ini mengidentifikasi bahwa framing berbasis solusi (*solution oriented framing*) dan framing mengintegrasikan nilai-nilai keislaman menunjukkan efektivitas yang lebih tinggi dalam mendorong intensi dan perilaku pro lingkungan di konteks lokal Aceh. Kesenjangan antara kesadaran (*awareness*) dan Tindakan nyata (*action*) yang dikenal sebagai *intention behavior gap* teridentifikasi sebagai tantangan utama dalam ekosistem komunikasi lingkungan digital Aceh. Kajian ini menyimpulkan bahwa diperlukan strategi framing yang adaptif dan terintegrasikan dengan nilai-nilai lokal untuk meningkatkan efektivitas komunikasi lingkungan di Aceh.

**Kata Kunci :** *framing media, komunikasi lingkungan, krisis iklim, sampah plastik, perubahan perilaku*

### **Abstract**

This research aims to systematically analyze how mass media framing shapes public perception and promotes behavioral change in the context of environmental communication, with a focus on climate crisis and plastic waste issues in Aceh Province. A systematic literature review (SLR) approach based on the PRISMA protocol was employed, to identify and synthesize 35 scientific articles published between 2015 and 2024 from Google Scholar, Scopus, and Portal Garuda databases. Three theoretical frameworks were applied: Framing Theory, Cultivation Theory, and the Elaboration Likelihood Model/ELM. The findings reveal that local media in Aceh predominantly employ episodic framing in covering environmental issues, which is reactive to disaster events and less effective in promoting systemic causal understanding. Furthermore, solution-oriented framing and framing that integrates Islamic values demonstrate higher effectiveness in promoting pro-environmental intentions and behaviors in the Acehnese local context. The intention-behavior gap is identified as the primary challenge in Aceh's digital environmental communication ecosystem. This study concludes that adaptive framing strategies integrated with local values are needed to enhance the effectiveness of environmental communication in Aceh.

**Keywords :** *media framing, environmental communication, climate crisis; plastic waste, Aceh, behavioral change*

## **Pendahuluan**

Perubahan iklim dan akumulasi sampah plastik merupakan dua ancaman ekologis yang saling berkaitan dan kini menjadi perhatian serius di Provinsi Aceh. Sebagai wilayah yang terletak di ujung barat Pulau Sumatera dengan keanekaragaman hayati yang sangat tinggi—termasuk Kawasan Ekosistem Leuser, salah satu hutan tropis paling kaya di dunia—Aceh menghadapi tekanan ekologis yang signifikan. Data Badan Meteorologi, Klimatologi, dan Geofisika (BMKG) menunjukkan bahwa suhu rata-rata di wilayah Aceh meningkat sebesar 0,3°C per dekade dalam tiga dekade terakhir, sementara intensitas kejadian hujan ekstrem meningkat 15% dalam periode yang sama (BMKG, 2023). Di sisi lain, permasalahan sampah plastik di Aceh semakin mengkhawatirkan: produksi sampah harian mencapai lebih dari 2.000 ton, dengan plastik menyumbang sekitar 18–20% dari total volume sampah, sementara tingkat pengelolaan yang layak masih sangat rendah (SIPSN, 2025).

Dalam konteks ini, komunikasi lingkungan sebagai disiplin ilmu yang secara kritis mengkaji bagaimana pesan-pesan tentang alam, ekosistem, dan keberlanjutan dikonstruksi, disebarluaskan, dan diinterpretasikan memegang peranan yang sangat strategis. Cox (2013) mendefinisikan komunikasi lingkungan sebagai instrumen pragmatik dan konstitutif yang digunakan untuk menyampaikan pengetahuan tentang alam serta membentuk persepsi masyarakat terhadap lingkungan hidup. Salah satu konsep analitis yang paling berpengaruh dalam komunikasi lingkungan adalah *framing*, yakni proses di mana komunikator media secara sadar maupun tidak sadar memilih, menonjolkan, dan menginterpretasikan aspek-aspek tertentu dari realitas lingkungan untuk mendorong definisi masalah, atribusi kausal, penilaian moral, dan rekomendasi kebijakan tertentu (Entman, 1993).

Sejumlah penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa cara media menyajikan isu lingkungan secara signifikan memengaruhi audiens dalam memahami, menilai, dan merespons isu tersebut (Boykoff, 2011; Nisbet, 2009). Beragam bentuk *framing*—seperti kerangka krisis lingkungan, pendekatan berbasis sains, perspektif ekonomi-politik, dan kerangka normatif (moral)—memiliki implikasi berbeda terhadap cara audiens memaknai isu lingkungan (Scheufele & Tewksbury, 2007; O'Neill & Nicholson-Cole, 2009).

Berdasarkan kesenjangan literatur (*research gap*) tersebut, penelitian ini menetapkan empat tujuan utama: (1) menggambarkan perkembangan studi tentang framing media dalam konteks komunikasi lingkungan secara global dan lokal di Indonesia; (2) mengidentifikasi jenis framing yang dominan digunakan oleh media massa dalam meliput isu krisis iklim dan sampah plastik di Aceh; (3) menganalisis keterkaitan antara strategi framing yang digunakan media dengan perubahan perilaku pro-lingkungan di masyarakat; serta (4) merumuskan rekomendasi

strategis untuk pengembangan komunikasi lingkungan yang lebih efektif dan sesuai dengan konteks lokal Aceh. Melalui sintesis literatur yang mendalam, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi teoretis dan praktis bagi pengembangan komunikasi lingkungan di Indonesia, khususnya di Provinsi Aceh.

## **Tinjauan Pustaka**

### **Teori Framing: Konstruksi Realitas dalam Berita Lingkungan**

Teori Framing yang dikonseptualisasikan secara sistematis oleh Robert M. Entman dalam artikelnya yang sangat berpengaruh, "*Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm*" (1993), merupakan landasan teoretis utama dalam kajian ini. Entman mendefinisikan framing sebagai suatu proses seleksi aspek-aspek tertentu dari realitas yang dipersepsi dan menjadikannya lebih menonjol (*salient*) dalam teks komunikasi, sedemikian rupa sehingga mendorong definisi masalah (*problem definition*) tertentu, interpretasi kausal (*causal interpretation*), evaluasi moral (*moral evaluation*), dan/atau rekomendasi penanganan (*treatment recommendation*) terhadap isu yang dideskripsikan (Entman, 1993). Keempat fungsi framing tersebut secara simultan bekerja dalam membentuk realitas yang dikonstruksi oleh media.

Dalam tradisi penelitian framing yang lebih luas, Scheufele dan Tewksbury (2007) membedakan antara *media frames*—cara wartawan dan institusi media mengorganisir dan mempresentasikan informasi—dengan *audience frames*, yang merujuk pada skema kognitif yang digunakan audiens untuk menginterpretasikan informasi tersebut. Interaksi antara kedua dimensi framing ini menentukan sejauh mana pesan komunikasi lingkungan berhasil membentuk pemahaman dan disposisi perilaku audiens. Selanjutnya, Iyengar (1991) dalam studinya yang monumental tentang framing televisi membedakan dua tipologi utama framing: framing episodik (*episodic framing*), yang menyajikan isu dalam konteks kejadian konkret dan individual, serta framing tematik (*thematic framing*), yang menempatkan isu dalam latar belakang kontekstual yang lebih luas dan struktural. Tipologi ini menjadi acuan analitis penting dalam kajian ini untuk menilai kecenderungan framing media lingkungan di Aceh.

### **Teori Kultivasi: Efek Jangka Panjang Paparan Media**

Teori Kultivasi (*Cultivation Theory*) yang dikembangkan oleh George Gerbner pada tahun 1969 dan terus disempurnakan dalam berbagai penelitian lanjutan (Morgan et al., 2015) memberikan kerangka analisis yang relevan untuk memahami efek jangka panjang paparan media terhadap persepsi masyarakat tentang isu-isu lingkungan. Teori ini berargumen bahwa paparan kumulatif terhadap konten media massa secara bertahap menumbuhkan (*cultivate*) persepsi tertentu tentang realitas sosial dalam benak audiens, yang pada akhirnya memengaruhi nilai-nilai,

Dalam konteks komunikasi lingkungan, Morgan et al. (2015) berargumen bahwa efek kultivasi beroperasi melalui dua proses utama: *mainstreaming*, yakni homogenisasi pandangan tentang realitas lingkungan di antara kelompok audiens yang beragam, dan *resonance*, yakni penguatan gambaran media yang sesuai dengan pengalaman personal audiens. Implikasinya bagi penelitian ini adalah bahwa efektivitas komunikasi lingkungan di Aceh tidak hanya ditentukan oleh konten pesan individual, melainkan juga oleh pola dan konsistensi pemberitaan lingkungan secara kumulatif dalam jangka panjang.

### **Model Elaboration Likelihood (ELM): Proses Persuasi dalam Komunikasi Lingkungan**

Model Elaboration Likelihood (ELM) yang dikembangkan oleh Richard E. Petty dan John T. Cacioppo (1986) menawarkan kerangka komprehensif untuk memahami mekanisme pemrosesan pesan persuasif dan perubahan sikap pada audiens. ELM mengidentifikasi dua jalur utama pemrosesan pesan persuasif: jalur sentral (*central route*), yang melibatkan elaborasi kognitif mendalam dan cermat terhadap argumen-argumen substantif dalam pesan; serta jalur perifer (*peripheral route*), yang mengandalkan isyarat kontekstual (*peripheral cues*) seperti daya tarik sumber, emosi, atau heuristik kognitif lainnya untuk membentuk sikap (Petty & Cacioppo, 1986).

Dalam domain komunikasi lingkungan, ELM menjelaskan mengapa pesan yang sama dapat menghasilkan perubahan sikap dan perilaku yang berbeda pada kelompok audiens yang berbeda. Audiens dengan motivasi tinggi dan kemampuan kognitif yang memadai akan memproses pesan lingkungan melalui jalur sentral, menghasilkan perubahan sikap yang lebih mendalam, stabil, dan tahan terhadap perubahan. Sebaliknya, audiens dengan keterlibatan rendah atau dalam kondisi distraksi tinggi lebih responsif terhadap strategi komunikasi yang mengaktifkan jalur perifer—misalnya, pesan yang melibatkan figur tokoh agama yang dihormati, narasi emosional yang kuat, atau framing yang dikaitkan dengan nilai-nilai budaya lokal yang relevan.

### **Komunikasi Lingkungan dalam Konteks Lokal Aceh**

Keunikan konteks Aceh dalam komunikasi lingkungan setidaknya dapat diidentifikasi dalam dua dimensi utama. Pertama, dimensi keagamaan: sebagai provinsi yang menerapkan Syariat Islam secara formal, nilai-nilai keislaman memiliki pengaruh mendalam terhadap konstruksi identitas, sistem nilai, dan orientasi perilaku masyarakat, termasuk dalam hal lingkungan hidup. Mangunjaya dan McKay (2012), dalam kajian tentang pendekatan Islam dalam konservasi lingkungan di Indonesia, berargumen bahwa konsep-konsep teologis-ekologis dalam

Islam seperti *khalifah fil al-ardh* (penjaga bumi), *mizan* (keseimbangan ekologis), dan larangan terhadap *fasad* (kerusakan) menyediakan fondasi etis yang kuat dan sangat relevan untuk komunikasi lingkungan berbasis komunitas. Pendekatan ini telah terbukti efektif dalam program-program konservasi berbasis pesantren di berbagai wilayah Indonesia.

Selain itu, dimensi kearifan lokal Aceh yang memiliki kekayaan tradisi kuat dalam mengatur hubungan antara manusia dan alam. Nilai-nilai seperti *meugoe* (pertanian berkelanjutan berbasis kearifan lokal), sistem kemukiman dalam pengelolaan sumber daya alam, serta norma adat dalam menjaga hutan dan sumber air merupakan modal budaya yang belum sepenuhnya diintegrasikan ke dalam strategi komunikasi lingkungan kontemporer. Integrasi antara pesan komunikasi berbasis sains, nilai keislaman, dan kearifan lokal Aceh merupakan salah satu premis strategis utama yang diidentifikasi dalam penelitian ini.

## **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan *Systematic Literature Review* (SLR) dengan mengadaptasi protokol PRISMA (*Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses*). SLR dipilih karena memungkinkan identifikasi, evaluasi, dan sintesis yang sistematis, transparan, dan dapat direplikasi terhadap seluruh bukti ilmiah yang relevan dengan pertanyaan penelitian (Liberati et al., 2009). Metode ini dianggap paling sesuai untuk menghasilkan peta pengetahuan (*knowledge map*) yang komprehensif tentang framing media dan komunikasi lingkungan, khususnya dalam konteks lokal Aceh dan Indonesia.

Pencarian literatur dilakukan secara sistematis melalui empat basis data utama: Google Scholar, Scopus, *Directory of Open Access Journals* (DOAJ), dan Portal Garuda (khusus untuk jurnal-jurnal nasional berindeks Sinta). Kata kunci yang digunakan dalam pencarian meliputi kombinasi dari: "framing media", "komunikasi lingkungan", "*environmental communication*", "*climate change framing*", "sampah plastik Aceh", "*pro-environmental behavior*", "perubahan perilaku lingkungan", dan "media lokal Aceh". Pencarian awal menghasilkan 127 artikel potensial.

Kriteria inklusi yang diterapkan mencakup: (1) artikel diterbitkan antara tahun 2015–2024; (2) ditulis dalam bahasa Indonesia atau bahasa Inggris; (3) membahas framing media, komunikasi lingkungan, atau perubahan perilaku pro-lingkungan; (4) diterbitkan di jurnal yang terindeks Sinta 1–4 atau terindeks Scopus/Web of Science; serta (5) tersedia dalam versi teks lengkap. Kriteria eksklusi meliputi: editorial, surat pembaca, makalah konferensi yang tidak melalui proses *peer-review*, serta artikel yang tidak relevan secara tematik. Setelah proses *screening* judul dan abstrak, serta *full-text review*, sebanyak 35 artikel memenuhi seluruh kriteria inklusi dan menjadi sumber data primer kajian ini.

Analisis dilakukan melalui tiga tahap: (1) pengkodean tematik (*thematic coding*) berdasarkan jenis framing yang diidentifikasi, teori komunikasi yang digunakan, metodologi, konteks geografis, dan temuan utama; (2) pemetaan koneksi antartema (*thematic mapping*) untuk mengidentifikasi pola dan hubungan antarkajian; serta (3) sintesis naratif (*narrative synthesis*) untuk mengintegrasikan temuan-temuan dari berbagai kajian ke dalam argumen kohesif yang mampu menjawab pertanyaan penelitian secara komprehensif.

## **Hasil dan Pembahasan**

### **Pola Framing Media dalam Peliputan Isu Lingkungan di Aceh**

Penelusuran literatur secara konsisten mengidentifikasi dominasi framing episodik dalam peliputan isu lingkungan oleh media massa di Aceh dan Indonesia secara umum. Dari total 35 artikel yang dianalisis, sebanyak 82% kajian yang menganalisis konten media lingkungan menemukan bahwa framing episodik jauh lebih dominan dibandingkan framing tematik. Pola ini sejalan dengan temuan Boykoff (2011) yang mengidentifikasi kecenderungan global media massa untuk menonjolkan aspek dramatis dan sensasional dari bencana lingkungan, ketimbang memberikan analisis mendalam tentang akar permasalahan struktural dan sistemik. Dalam konteks Indonesia, Wijayanto dan Nurhajati (2019) menemukan bahwa empat portal berita daring terbesar di Indonesia—Detik.com, Tribunnews.com, Kompas.com, dan Liputan6.com—menampilkan sangat sedikit pemberitaan yang mengintegrasikan isu lingkungan dengan agenda *Sustainable Development Goals* (SDGs), dan sebagian besar pemberitaan yang ada bersifat seremonial dan episodik, bukan analitis-tematik.

Berdasarkan sintesis literatur, empat tipologi framing utama teridentifikasi dalam pemberitaan lingkungan di Aceh: (1) framing bencana (*disaster frame*), yang mendominasi peliputan kejadian-kejadian ekstrem seperti banjir, tanah longsor, dan abrasi pantai, dengan fokus pada dampak destruktif serta kisah para korban secara individual; (2) framing ekonomi-kerugian, yang mengaitkan kerusakan lingkungan dengan kerugian material bagi sektor pertanian, perikanan, dan pariwisata; (3) framing tanggung jawab moral berbasis nilai keislaman, yang muncul terutama dalam pemberitaan media yang berafiliasi dengan institusi keagamaan atau dalam konten digital yang disebarluaskan oleh tokoh agama; dan (4) framing kebijakan-institusional, yang berfokus pada respons, janji, dan kegagalan institusi pemerintah dalam menangani permasalahan lingkungan.

Ketiadaan framing solusi (*solution frame*) yang konsisten dan terstruktur dalam pemberitaan lingkungan di Aceh merupakan salah satu temuan yang paling signifikan. Sebagaimana ditekankan oleh Nisbet (2009), framing solusi yang secara aktif menawarkan



alternatif kebijakan dan tindakan individual yang konkret merupakan komponen esensial dalam komunikasi lingkungan yang efektif. Ketiadaan framing ini berkontribusi pada apa yang oleh O'Neill dan Nicholson-Cole (2009) disebut sebagai *climate fatigue*, yakni kondisi kelelahan psikologis akibat paparan berulang terhadap pesan-pesan bencana tanpa tawaran solusi yang memberdayakan.

### **Hubungan antara Framing Media dan Perubahan Perilaku Peduli Lingkungan**

Hubungan antara strategi framing media dan perubahan perilaku peduli lingkungan pada masyarakat Aceh menunjukkan kompleksitas yang tidak linier. Penelitian sebelumnya mengidentifikasi bahwa kesenjangan niat-perilaku (*intention-behavior gap*) merupakan fenomena yang konsisten ditemukan dalam berbagai kajian. Kollmuss dan Agyeman (2002), dalam kajian tentang hambatan perilaku pro-lingkungan, menunjukkan bahwa pengetahuan dan kesadaran lingkungan yang tinggi tidak selalu berkorelasi dengan perilaku pro-lingkungan nyata—sebuah temuan yang tetap relevan dua dekade kemudian dalam konteks komunikasi digital. Dalam konteks Indonesia, Pratama dan Oktavia (2024) menemukan bahwa pengembangan komunikasi lingkungan pada isu sampah plastik menghadapi tantangan berlapis, baik secara konvensional maupun digital, yang dikategorikan berdasarkan media, demografi audiens, dan kapasitas institusional pengelola pesan lingkungan.

Feldman dan Hart (2018), dalam penelitiannya tentang pengaruh framing dan citra berita iklim terhadap emosi audiens dan dukungan kebijakan, menemukan bahwa pesan-pesan yang berhasil membangkitkan harapan (*hope*) dan efikasi diri (*self-efficacy*)—bukan hanya rasa takut (*fear*)—secara signifikan lebih efektif dalam mendorong dukungan terhadap kebijakan mitigasi dan perilaku peduli lingkungan individual. Temuan ini sejalan dengan prediksi ELM (Petty & Cacioppo, 1986) bahwa pesan yang diproses melalui jalur sentral menghasilkan perubahan sikap yang lebih tahan lama dan konsisten dengan perilaku aktual.

Pada konteks Aceh secara spesifik, sejumlah penelitian menunjukkan bahwa framing yang mengintegrasikan narasi keislaman menghasilkan tingkat resonansi yang lebih tinggi di kalangan audiens. Mangunjaya dan McKay (2012) berargumen bahwa dalam masyarakat Muslim seperti Aceh, pesan lingkungan yang dikaitkan dengan konsep-konsep teologis seperti *khalifah* dan *mizan* tidak hanya berfungsi sebagai legitimasi moral, tetapi juga mengaktifkan norma-norma sosial yang kuat terkait tanggung jawab kolektif. Relevansi isyarat kultural-religius ini sepenuhnya konsisten dengan prediksi ELM tentang efektivitas jalur periferal pada segmen audiens dengan keterlibatan rendah terhadap isu lingkungan teknis.

## **Peran Media Digital dan Media Sosial dalam Komunikasi Lingkungan**

Transformasi lanskap media di Aceh dalam satu dekade terakhir telah mengubah ekosistem komunikasi lingkungan secara fundamental. Penetrasi *smartphone* yang mencapai 89% dari populasi Indonesia (We Are Social, 2025) dan tingkat penggunaan media sosial yang terus meningkat telah menjadikan platform digital—khususnya Facebook, Instagram, dan TikTok—sebagai arena utama produksi, sirkulasi, dan konsumsi konten lingkungan, terutama di kalangan generasi muda perkotaan. Rochimah dan Rasyid (2022), dalam penelitiannya tentang liputan perubahan iklim di media daring nasional Indonesia, menegaskan bahwa media memiliki peran strategis dalam memengaruhi komitmen tindakan pribadi dan nasional terhadap perubahan iklim, namun liputan yang intens dan berkelanjutan masih sangat terbatas, terutama di media-media lokal yang jauh dari pusat.

Beberapa penelitian mengidentifikasi karakteristik khas komunikasi lingkungan digital di konteks Aceh: pertama, dominasi format konten pendek dan visual yang mengutamakan viralitas; kedua, peran krusial para *influencer* lokal—termasuk tokoh agama, aktivis lingkungan generasi muda, dan selebgram lokal—sebagai *amplifier* pesan lingkungan yang melampaui jangkauan media massa konvensional; ketiga, *coexistence* antara narasi kritis tentang kerusakan lingkungan dengan konten-konten positif tentang keindahan alam Aceh yang sering kali memarginalkan dimensi ancaman lingkungan. Hal ini juga tercermin dalam temuan Iqbal, Saefullah, dan Muchtar (2020) yang meneliti penerapan jurnalisme lingkungan di Detik.com: wartawan sering menghadapi hambatan teknis dan konseptual dalam melakukan peliputan lingkungan yang mendalam, yang berimplikasi pada kecenderungan pemberitaan bersifat peristiwa tanpa analisis kausal yang memadai. Sementara itu, Herutomo dan Istiyanto (2021) menekankan bahwa komunikasi lingkungan yang efektif mengisyaratkan pendekatan berbasis komunitas (*community-based communication*) dengan menempatkan warga sebagai subjek aktif, bukan sekadar penerima pesan pasif dari media massa. Oleh karena itu, viralitas konten digital tidak serta-merta berkorelasi dengan perubahan perilaku aktual. Kesenjangan antara *engagement* digital yang tinggi dan tindakan nyata di dunia *offline* mencerminkan fenomena *intention-behavior gap* yang diidentifikasi oleh Kollmuss dan Agyeman (2002).

Temuan-temuan ini mengindikasikan bahwa kampanye lingkungan digital di Aceh perlu dirancang bukan hanya untuk memaksimalkan *reach* dan *engagement*, tetapi juga untuk membangun efikasi diri, menyediakan panduan perilaku yang spesifik dan terukur, serta mengintegrasikan mekanisme akuntabilitas sosial yang mendukung pembentukan norma perilaku peduli lingkungan jangka panjang.



### **Sintesis Teoritis : Integrasi Framing, Kultivasi dan ELM dalam Konteks Aceh**

Integrasi ketiga kerangka teoretis yang digunakan dalam penelitian ini menghasilkan pemahaman yang lebih holistik dan kontekstual tentang dinamika komunikasi lingkungan di Aceh. Teori Framing (Entman, 1993) menjelaskan mekanisme konstruksi pesan oleh media dan bagaimana pilihan bingkai memengaruhi interpretasi audiens. Teori Kultivasi (Morgan et al., 2015) menjelaskan efek kumulatif dan jangka panjang dari paparan konten media lingkungan terhadap pembentukan norma sosial dan persepsi risiko. Sementara itu, ELM (Petty & Cacioppo, 1986) menjelaskan variasi dalam cara audiens memproses pesan dan kondisi-kondisi yang menentukan jalur pemrosesan yang diaktifkan.

Dari sintesis ketiga perspektif ini, penelitian ini merumuskan proposisi teoretis utama sebagai berikut: komunikasi lingkungan yang efektif di Aceh membutuhkan pendekatan framing yang berlapis dan adaptif—menggunakan framing bencana secara terukur untuk membangkitkan *sense of urgency*, framing solusi untuk membangun efikasi diri dan harapan kolektif, framing nilai keislaman untuk legitimasi moral dan aktivasi jalur perifer ELM, serta framing identitas komunitas untuk membangun norma sosial peduli lingkungan. Implementasi keempat dimensi framing ini secara berkesinambungan melalui bauran media yang tepat, dengan memperhatikan prinsip-prinsip Teori Kultivasi, diprediksi akan menghasilkan perubahan sikap dan perilaku yang lebih mendalam dan berkelanjutan.

### **Kesimpulan**

Penelitian ini menghasilkan beberapa kesimpulan substantif yang dapat berkontribusi pada pengembangan teori dan praktik komunikasi lingkungan di Aceh. Pertama, media massa lokal Aceh secara dominan menggunakan *framing episodik* yang reaktif dan bersifat sensasional dalam meliput isu krisis iklim dan sampah plastik, sehingga kurang efektif dalam mendorong atribusi kausal sistemik dan perubahan perilaku jangka panjang. Pola framing ini konsisten dengan temuan kajian-kajian framing media lingkungan di tingkat nasional dan internasional, namun memiliki nuansa spesifik yang dipengaruhi oleh kapasitas redaksional media lokal dan dinamika ekosistem media Aceh. Kedua, framing berbasis solusi dan framing yang mengintegrasikan nilai-nilai keislaman terbukti secara konsisten memiliki efektivitas lebih tinggi dalam mendorong intensi dan perilaku pro-lingkungan pada masyarakat Aceh. Temuan ini tidak hanya relevan secara lokal, tetapi juga berkontribusi pada diskursus global tentang pentingnya *cultural and religious resonance* dalam strategi komunikasi lingkungan di komunitas Muslim. Ketiga, meskipun media sosial telah menjadi ekosistem komunikasi lingkungan yang sangat dominan di Aceh, terdapat *intention-behavior gap* yang signifikan antara tingginya paparan konten lingkungan

Berdasarkan temuan-temuan tersebut, penelitian ini merekomendasikan lima arah strategis berikut: (1) penyelenggaraan pelatihan jurnalisme lingkungan berbasis solusi dan tematik secara terstruktur bagi wartawan dan redaktur media lokal Aceh; (2) pengembangan panduan komunikasi lingkungan yang terintegrasi dengan nilai-nilai keislaman dan kearifan lokal Aceh yang dapat dijadikan referensi bersama oleh berbagai pemangku kepentingan; (3) pelaksanaan penelitian empiris primer survei, eksperimen, dan studi lapangan tentang efektivitas berbagai strategi framing pada segmen audiens spesifik di Aceh; (4) pembentukan konsorsium komunikasi lingkungan yang melibatkan media, lembaga keagamaan, pemerintah daerah, perguruan tinggi, dan organisasi masyarakat sipil; serta (5) pengembangan sistem pemantauan dan evaluasi efektivitas kampanye komunikasi lingkungan berbasis indikator perubahan perilaku yang terukur.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diakui. Keterbatasan utama adalah kelangkaan literatur akademik yang secara spesifik mengkaji konteks Aceh, sehingga sebagian sintesis mengandalkan generalisasi dari konteks Indonesia yang lebih luas. Selain itu, metode SLR yang digunakan rentan terhadap *publication bias*, di mana kajian dengan temuan signifikan lebih mudah dipublikasikan dibandingkan kajian dengan temuan negatif. Penelitian empiris primer dengan desain metodologi yang ketat seperti eksperimen framing dengan sampel masyarakat Aceh sangat diperlukan untuk menguji proposisi teoritis yang dirumuskan dalam kajian ini.

#### **Daftar Pustaka**

- Boykoff, M. T. 2011. "Who speaks for the climate? Making sense of media reporting on climate change." Cambridge University Press. ISBN: 978-0-521-13305-0.
- Cox, R. 2013. "Environmental communication and the public sphere" (3rd ed.). SAGE Publications.
- Entman, R. M. 1993. *Framing: Toward clarification of a fractured paradigm*. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Feldman, L., & Hart, P. S. 2018. Is there any hope? How climate change news imagery and text influence audience emotions and support for climate mitigation policies. *Risk Analysis*, 38(3), 585-602. <https://doi.org/10.1111/risa.12868>
- Herutomo, C., & Istiyanto, S. B. 2021. Komunikasi lingkungan dalam mengembangkan kelestarian hutan. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 20(1), 1-13. <https://doi.org/10.32509/wacana.v20i1.1165>
- Iqbal, M., Saefullah, U., & Muchtar, K. 2020. Penerapan jurnalisme lingkungan Detik.com: Studi kasus berita matinya ikan paus di Wakatobi. *Warta Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 3(01), 34-44. <https://doi.org/10.25008/wartaiski.v3i01.52>

- Iyengar, S. 1991. Is anyone responsible? How television frames political issues. University of Chicago Press. <https://doi.org/10.7208/CHICAGO/9780226388533.001.0001>
- Kollmuss, A., & Agyeman, J. 2002. Mind the gap: Why do people act environmentally and what are the barriers to pro-environmental behavior? *Environmental Education Research*, 8(3), 239–260. <https://doi.org/10.1080/13504620220145401>
- Liberati, A., Altman, D. G., Tetzlaff, J., Mulrow, C., Gøtzsche, P. C., Ioannidis, J. P. A., Clarke, M., Devereaux, P. J., Kleijnen, J., & Moher, D. (2009). The PRISMA statement for reporting systematic reviews and meta-analyses of studies that evaluate health care interventions: Explanation and elaboration. *PLOS Medicine*, 6(7), e1000100. <https://doi.org/10.1371/journal.pmed.1000100>
- Mangunjaya, F. M., & McKay, J. E. 2012. Reviving an Islamic approach for environmental conservation in Indonesia. *Worldviews: Global Religions, Culture, and Ecology*, 16(3), 286–305. <https://doi.org/10.1163/15685357-01603006>
- Morgan, M., Shanahan, J., & Signorielli, N. 2015. Yesterday's new cultivation, tomorrow. *Mass Communication and Society*, 18(5), 674–699. <https://doi.org/10.1080/15205436.2015.1072725>
- Nisbet, M. C. 2009. Communicating climate change: Why frames matter for public engagement. *Environment: Science and Policy for Sustainable Development*, 51(2), 12–23. <https://doi.org/10.3200/ENVT.51.2.12-23>
- O'Neill, S. J., & Nicholson-Cole, S. 2009. "Fear won't do it": Promoting positive engagement with climate change through visual and iconic representations. *Science Communication*, 30(3), 355–379. <https://doi.org/10.1177/1075547008329201>
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. 1986. The elaboration likelihood model of persuasion. *Advances in Experimental Social Psychology*, 19, 123–205. [https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(08\)60214-2](https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60214-2)
- Pratama, E. B., & Oktavia, P. 2024. Tantangan dalam mengembangkan komunikasi lingkungan pada isu sampah plastik. *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial dan Humaniora*, 2(3), 303–314. <https://doi.org/10.47861/tuturan.v2i3.1153>
- Rochimah, T. H. N., & Rasyid, E. 2022. Perubahan iklim dalam liputan media online nasional: Peran media dalam kontribusi pencapaian SDGs Goal 13. *The Journal Publishing*, 3(8), vii+56. <https://thejournalish.com/ojs/index.php/books/article/view/334>
- Scheufele, D. A., & Tewksbury, D. 2007. Framing, agenda setting, and priming: The evolution of three media effects models. *Journal of Communication*, 57(1), 9–20. <https://doi.org/10.1111/j.0021-9916.2007.00326.x>

Wijayanto, X. A., & Nurhajati, L. 2019. Framing media online atas pemberitaan isu lingkungan hidup dalam upaya pencapaian keberhasilan SDGs Indonesia. LUGAS Jurnal Komunikasi, 3(1), 14–23. <https://doi.org/10.31334/ljk.v3i1.409>