

## Wacana Keadilan Ekologis dalam Kampanye Digital Unggahan Instagram @ecoton.id:

### Analisis Wacana Kritis Teun A. van Dijk

Iftitahus Sholiha<sup>1</sup>

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya<sup>1</sup>

[Iftitahussholihah98@gmail.com](mailto:Iftitahussholihah98@gmail.com)

#### Abstract:

This study aims to reveal how the Instagram account @ecoton.id constructs the discourse of ecological justice in its digital campaign concerning the plastic waste issue in Indonesia. The research employs a descriptive qualitative method using Teun A. Van Dijk's Critical Discourse Analysis approach, which includes the dimensions of text structure, social cognition, and social context. Three selected posts serve as the primary data, chosen through purposive sampling based on their relevance to the issue of ecological justice. The results show that @ecoton.id builds its discourse through narratives of ecological crisis framed with persuasive linguistic strategies and data-based visual content. The account positions itself as both an environmental knowledge authority and a public advocacy agent encouraging community participation. The analysis of social cognition reveals that the ideology promoted is participatory and science-based, while the social context reflects the weakness of Indonesia's waste management system and the ecological inequality affecting lower-class communities. Thus, this study reinforces the understanding of social media as a strategic digital space for fostering ecological awareness and producing environmental advocacy discourse.

**Keywords:** Ecological justice; Critical Discourse Analysis; Instagram; Digital campaign.

#### Abstrak:

Penelitian ini bertujuan mengungkap bagaimana akun Instagram @ecoton.id membangun wacana keadilan ekologis dalam kampanye digital mengenai isu sampah plastik di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan Analisis Wacana Kritis Teun A. van Dijk yang meliputi dimensi struktur teks, kognisi sosial, dan konteks sosial. Tiga unggahan terpilih dijadikan data utama melalui teknik purposive sampling berdasarkan relevansi dengan isu keadilan ekologis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa wacana @ecoton.id dibangun melalui narasi krisis ekologis yang dikemas dengan strategi linguistik persuasif dan visual berbasis data ilmiah. Akun ini memosisikan diri sebagai otoritas pengetahuan lingkungan sekaligus agen advokasi publik yang mendorong partisipasi masyarakat. Analisis kognisi sosial memperlihatkan bahwa ideologi yang diusung bersifat partisipatoris dan berbasis sains, sedangkan konteks sosialnya merepresentasikan lemahnya sistem pengelolaan sampah di Indonesia dan ketimpangan ekologis yang berdampak pada masyarakat kelas bawah. Dengan

demikian, penelitian ini memperkuat pemahaman tentang peran media sosial sebagai ruang digital yang strategis bagi pembentukan kesadaran ekologis dan produksi wacana advokasi lingkungan.

**Kata kunci:** Keadilan ekologis; Analisis Wacana Kritis; Instagram; Kampanye digital

## PENDAHULUAN

Permasalahan sampah plastik di Indonesia semakin kompleks dan mendesak untuk dikaji secara kritis. Tingginya konsumsi plastik di berbagai sektor kehidupan tidak diimbangi dengan sistem pengelolaan yang memadai dan berkelanjutan. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS, 2022), Indonesia menghasilkan lebih dari 68 juta ton sampah setiap tahun, dengan sekitar 17% di antaranya merupakan sampah plastik yang mencemari tanah, sungai, laut, dan bahkan rantai makanan manusia melalui akumulasi mikroplastik. Kondisi tersebut menimbulkan dampak serius bagi ekosistem, kesehatan manusia, dan keseimbangan lingkungan secara keseluruhan. Plastik yang tidak terurai dapat bertahan selama ratusan tahun, menyebabkan degradasi lingkungan yang sulit dipulihkan (Jambeck et al., 2015).

Permasalahan ini bukan sekadar isu teknis pengelolaan limbah, tetapi juga mencerminkan persoalan keadilan ekologis, yaitu hak setiap individu dan komunitas untuk hidup di lingkungan yang sehat, aman, dan bebas dari ancaman limbah berbahaya (Nurhayati, 2019). Dalam konteks keadilan ekologis, persoalan sampah plastik tidak hanya dilihat dari aspek pencemaran fisik, tetapi juga dari distribusi dampaknya yang tidak merata di masyarakat. Menurut Schlosberg (2007), keadilan ekologis mencakup tiga dimensi utama, yaitu distribusi yang adil atas manfaat dan beban lingkungan, pengakuan terhadap kelompok yang rentan dan termarginalkan, serta partisipasi aktif masyarakat dalam pengambilan keputusan dan pengelolaan sumber daya alam.

Realitas sosial di Indonesia menunjukkan adanya ketimpangan ekologis yang cukup tajam. Kelompok masyarakat berpendapatan rendah atau dengan akses informasi terbatas sering kali menjadi pihak yang paling terdampak oleh pencemaran lingkungan dan lemahnya regulasi pengelolaan sampah (Yuliana, 2020). Di banyak daerah, masyarakat pesisir dan bantaran sungai menjadi penerima langsung dampak pencemaran plastik yang dihasilkan oleh konsumsi perkotaan dan industri. Kondisi ini memperlihatkan bahwa isu lingkungan tidak dapat dipisahkan dari persoalan sosial,

ekonomi, dan politik yang lebih luas (Martinez, 2014). Kegagalan negara dan industri dalam mengelola sampah plastik secara berkeadilan memperlihatkan adanya ketimpangan struktural dalam distribusi tanggung jawab ekologis (Aminah & Kurniawan, 2021).

Dalam era digital saat ini, media sosial berperan penting sebagai ruang baru bagi masyarakat untuk berinteraksi, menyuarakan kepedulian, dan membangun kesadaran ekologis. Instagram, sebagai platform berbasis visual, memungkinkan pengguna mengomunikasikan pesan lingkungan secara efektif melalui kombinasi teks, gambar, dan video. Media sosial tidak hanya menjadi sarana hiburan, tetapi juga ruang diskursus ekologis dan aktivisme digital yang mampu menjangkau publik luas lintas kelas dan usia (Sulistyawati, 2022). Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa kampanye lingkungan digital berperan signifikan dalam membentuk persepsi dan perilaku masyarakat terhadap isu lingkungan, khususnya di kalangan generasi muda yang aktif di dunia maya (Sari, 2021; Hartati, 2022). Melalui media sosial, pesan-pesan ekologis dapat dikemas secara kreatif, emosional, dan persuasif untuk menggerakkan partisipasi publik. Bahkan, kampanye digital yang efektif sering kali memadukan pendekatan visual storytelling dan bahasa advokatif untuk membangun keterlibatan emosional (Prihatiningsih, 2020).

Salah satu aktor penting dalam ranah aktivisme digital di Indonesia adalah akun *@ecoton.id*, yang dikelola oleh Ecological Observation and Wetlands Conservation (ECOTON), sebuah lembaga riset dan advokasi lingkungan yang berfokus pada isu ekosistem perairan dan polusi plastik. Akun ini aktif memproduksi konten edukatif, kampanye, serta laporan hasil riset tentang bahaya sampah plastik dan mikroplastik di sungai maupun laut Indonesia. Melalui unggahan-unggahan visual dan teks argumentatif, *@ecoton.id* tidak hanya menyampaikan informasi tentang dampak ekologis plastik, tetapi juga membingkai persoalan tersebut sebagai bentuk ketimpangan ekologis yang menuntut pertanggungjawaban sosial dan kebijakan publik yang berkeadilan lingkungan.

Kegiatan kampanye yang dilakukan oleh *@ecoton.id* merupakan bentuk environmental advocacy yang menggabungkan pendekatan ilmiah dan komunikasi publik digital. Konten yang diunggah sering kali menampilkan hasil penelitian lapangan, infografik berbasis data, serta ajakan konkret untuk terlibat dalam aksi lingkungan. Strategi ini tidak hanya membangun kesadaran, tetapi juga menciptakan wacana yang menantang dominasi narasi negara dan korporasi terkait pengelolaan sampah. Dalam kerangka Analisis Wacana Kritis (AWK), praktik diskursif seperti ini berfungsi untuk

mendekonstruksi relasi kekuasaan dan mengungkap ideologi yang tersembunyi di balik wacana publik (van Dijk, 2008).

Penelitian sebelumnya masih berfokus pada efektivitas komunikasi kampanye lingkungan digital, seperti tingkat partisipasi masyarakat atau perubahan perilaku konsumsi (Putri, 2021; Wibisono, 2022). Kajian mengenai bagaimana wacana dan ideologi ekologis dikonstruksi melalui strategi linguistik dan visual di media sosial masih relatif terbatas, khususnya di konteks Indonesia. Padahal, memahami konstruksi wacana ekologis menjadi penting karena bahasa dan visual bukan hanya sarana komunikasi, melainkan alat produksi makna dan kekuasaan simbolik yang dapat memengaruhi cara masyarakat memahami realitas ekologis (Fairclough, 1995; van Dijk, 2001). Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan kajian dengan menganalisis bagaimana unggahan akun Instagram *@ecoton.id* membangun wacana keadilan ekologis. Analisis ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan Analisis Wacana Kritis Teun A. Van Dijk, yang mencakup tiga dimensi utama: struktur teks, kognisi sosial, dan konteks sosial. Pendekatan ini diharapkan dapat mengungkap bagaimana strategi bahasa, visual, dan ideologi digunakan oleh *@ecoton.id* dalam membentuk kesadaran ekologis publik dan memperjuangkan keadilan lingkungan di ruang digital Indonesia.

## KAJIAN PUSTAKA

Media sosial kini menjadi arena penting bagi penyebaran pesan-pesan advokasi lingkungan. Instagram, dengan karakteristik visual yang kuat, memungkinkan penyampaian pesan secara emosional dan informatif, yang berpotensi membentuk opini publik (Ananda & Sulistyawati, 2022). Namun, kajian akademik terkait konstruksi wacana ekologis di media sosial masih terbatas (Hartati, 2022). Analisis Wacana Kritis (AWK) model Teun A. van Dijk (2001, 2008) memandang bahasa sebagai praktik sosial yang berhubungan erat dengan kekuasaan dan ideologi. Menurut van Dijk, wacana terbentuk melalui tiga dimensi utama: struktur teks, kognisi sosial, dan konteks sosial. Pendekatan ini memungkinkan peneliti memahami bagaimana teks tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi juga merepresentasikan ideologi dan relasi kuasa antara pembuat wacana dan masyarakat.

Dalam konteks ekolinguistik, isu sampah plastik dapat dibaca sebagai bentuk ketidakadilan ekologis, yakni ketika sebagian kelompok masyarakat harus menanggung

beban pencemaran akibat sistem produksi dan konsumsi yang tidak berkelanjutan (Nurhayati, 2019). Konsep keadilan ekologis yang dikemukakan Schlosberg (2007) menekankan tiga dimensi utama: distributive justice (keadilan distribusi dampak), recognition (pengakuan terhadap kelompok terdampak), dan participation (partisipasi publik dalam solusi lingkungan). Penelitian-penelitian terdahulu, seperti Lestari, G. P., Hermana, W., & Suci, D. M. (2020) "*Pemberian Eceng Gondok (*Eichhornia crassipes*), *Indigofera* sp. Dan Kangkung (*Ipomea* sp.) sebagai Hijauan pada Ransum Berbasis Dedak Padi dan Ransum Komersial terhadap Performa dan Kadar Kolesterol Daging Kalkun*". Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh pemberian tiga jenis hijauan, yaitu eceng gondok, indigofera, dan kangkung, terhadap performa dan kadar kolesterol daging kalkun. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga jenis hijauan tersebut tidak berpengaruh signifikan terhadap performa ternak, tetapi pemberian daun *Indigofera* menghasilkan kadar kolesterol daging yang paling rendah dibandingkan hijauan lain. Kajian ini menekankan pentingnya pemanfaatan sumber daya alam lokal secara efisien dan berkelanjutan dalam menjaga keseimbangan ekosistem. Dari sudut pandang ekolinguistik, penelitian ini menggambarkan bagaimana praktik ekologis dapat mencerminkan kesadaran lingkungan melalui pengelolaan yang ramah alam dan berorientasi keberlanjutan

Hartati, N. (2022). Dalam penelitian nya "*Representasi Isu Lingkungan dalam Pemberitaan Media Daring Nasional di Indonesia*" Penelitian ini menganalisis bagaimana isu lingkungan ditampilkan dalam media daring seperti Kompas.com dan Detik.com. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media massa sering membingkai isu lingkungan melalui sudut pandang moral, politis, dan ekonomis. Penggunaan bahasa dalam pemberitaan tidak netral, melainkan sarat dengan ideologi tertentu yang membentuk persepsi publik terhadap krisis lingkungan sebagai isu yang bersifat temporer dan bukan sistemik. Hartati juga menemukan bahwa pemberitaan lingkungan sering kali lebih menonjolkan peran pemerintah dibandingkan masyarakat sipil, sehingga kesadaran ekologis yang muncul bersifat top-down. Temuan ini memperlihatkan bagaimana bahasa media berfungsi sebagai instrumen ideologis dalam pembentukan opini publik mengenai isu lingkungan.

Marpaung, A., Widayati, D., & Maha, R. F. (2024). Dalam judul penelitian nya "*Analisis Ekolinguistik Kritis dalam Konteks Pemberitaan Lingkungan 'Kaltim Green' di Media Online*." Penelitian ini mengkaji pemberitaan isu lingkungan tentang program Kaltim Green di berbagai media daring, seperti Busam.id, Kaltimpost.id, Tribunkaltim.co, dan Diskominfo.kaltimprov.go.id, menggunakan pendekatan ekolinguistik kritis. Hasil

penelitian menunjukkan bahwa bahasa dalam pemberitaan cenderung bersifat deskriptif, faktual, dan positif dengan penggunaan metafora lingkungan seperti “paru-paru dunia” dan “pembangunan hijau” yang mencerminkan pandangan ekosentris. Pemberitaan juga memperlihatkan upaya media dalam membangun kesadaran ekologis melalui narasi yang edukatif dan advokatif. Marpaung menegaskan bahwa bahasa berperan penting dalam membentuk persepsi masyarakat terhadap lingkungan dan bahwa ekolinguistik dapat mengungkap ideologi dan kekuasaan yang tersembunyi di balik praktik wacana media.

Berdasarkan ketiga penelitian tersebut, terlihat bahwa studi-studi sebelumnya telah menyoroti dimensi ekologis dari berbagai sudut mulai dari praktik keberlanjutan sumber daya alam (Lestari et al., 2020), representasi isu lingkungan dalam media (Hartati, 2022), hingga analisis bahasa dan ideologi dalam wacana ekologis (Marpaung et al., 2024). Namun, belum ada penelitian yang secara spesifik mengkaji bagaimana interaksi antara bahasa, visual, dan ideologi di media sosial digital membentuk kesadaran ekologis secara partisipatif. Karena itu, penelitian ini hadir untuk memberikan kontribusi pada ranah ekolinguistik digital, khususnya dalam menganalisis bagaimana Instagram berperan sebagai ruang pembentukan kesadaran ekologis di Provinsi Jambi.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif karena berfokus pada pemaknaan, representasi ideologi, dan praktik sosial yang dikonstruksi melalui bahasa dan visual (Creswell, 2014; Moleong, 2017). Analisis dilakukan menggunakan model Analisis Wacana Kritis Teun A. van Dijk (2001; 2008) yang mencakup tiga dimensi utama: struktur teks, kognisi sosial, dan konteks sosial. Data penelitian berupa unggahan akun *@ecoton.id* pada tahun 2024–2025 yang membahas isu sampah plastik dan mikroplastik. Pemilihan data menggunakan teknik purposive sampling, dengan mempertimbangkan relevansi tema keadilan ekologis. Instrumen utama penelitian adalah peneliti sendiri sebagai human instrument, dengan bantuan lembar analisis wacana untuk memetakan strategi linguistik dan visual. Validitas data diperkuat melalui triangulasi teori (Schlosberg, 2007) dan konsistensi interpretasi antar dimensi. Tahapan penelitian meliputi: (1) identifikasi isu dan pemilihan unggahan relevan; (2) dokumentasi teks dan visual; (3) pengkodean berdasarkan kerangka van Dijk; (4) interpretasi ideologi dan makna wacana; serta (5) penarikan kesimpulan. Analisis dilakukan secara deskriptif-interpretatif,

dengan penalaran induktif untuk mengaitkan teks, ideologi, dan konteks sosial yang melatarbelakangi produksi wacana.

## PEMBAHASAN

### 1. Analisis Struktur Teks

Struktur teks unggahan akun Instagram *@ecoton.id* secara keseluruhan memperlihatkan konstruksi wacana yang terorganisasi dengan baik untuk membangun kesadaran publik terhadap isu krisis sampah plastik di Indonesia. Makrostruktur dari unggahan-unggahan tersebut menampilkan tema besar mengenai krisis ekologis akibat plastik yang tidak hanya menimbulkan dampak lingkungan, tetapi juga mengancam hak dasar manusia atas lingkungan hidup yang bersih dan sehat. Tema ini muncul secara konsisten dalam berbagai bentuk unggahan baik berupa infografik, video pendek, maupun caption argumentative yang semuanya berfokus pada dampak sistemik dari pencemaran plastik terhadap ekosistem sungai, laut, dan kesehatan manusia.

Superstruktur unggahan mengikuti pola argumentatif yang sistematis. Narasi dimulai dengan paparan masalah yang menyoroti skala dan kompleksitas persoalan sampah plastik melalui data riset, fakta lapangan, atau temuan terbaru Ecoton. Setelah itu, unggahan beralih pada tahap penyadaran dampak, di mana audiens diarahkan untuk memahami konsekuensi sosial dan ekologis dari praktik konsumsi plastik sekali pakai. Tahap akhir adalah ajakan aksi (call to action), yang ditandai dengan seruan seperti “#TolakPlastikSekaliPakai” atau “Bersama Kita Pulihkan Sungai.” Struktur seperti ini menegaskan bahwa setiap unggahan tidak hanya dimaksudkan untuk memberikan informasi, tetapi juga untuk membentuk sikap dan perilaku ekologis publik.

Dalam tataran mikrostruktur, penggunaan bahasa oleh *@ecoton.id* sangat strategis. Pilihan diksi seperti “bahaya,” “krisis,” “ancaman,” dan “darurat plastik” menjadi elemen retorik yang menonjol untuk membangkitkan emosi dan rasa urgensi audiens. Selain itu, penggunaan kata ganti persona “kita” memperlihatkan adanya strategi inklusif yang membangun kedekatan antara produsen wacana (Ecoton) dan masyarakat sebagai penerima pesan. Hal ini menciptakan kesan kebersamaan dan tanggung jawab kolektif terhadap isu lingkungan.

Selain aspek linguistik, elemen visual juga memainkan peran penting dalam memperkuat pesan wacana. Infografik dengan data ilmiah, dokumentasi lapangan tentang kondisi sungai yang tercemar, serta tampilan visual plastik yang menumpuk di perairan menjadi bukti empiris yang meningkatkan kredibilitas (ethos) pesan. Visualisasi ini membantu audiens memahami fakta ekologis secara konkret dan mendorong mereka untuk mempercayai narasi yang dibangun. Dalam perspektif van Dijk (2001), struktur teks seperti ini berfungsi sebagai perangkat ideologis yang mengarahkan opini publik dan menciptakan kerangka berpikir tertentu. Dengan demikian, struktur wacana *@ecoton.id* tidak hanya menyajikan informasi faktual, tetapi juga mengandung intensi ideologis untuk membangun kesadaran ekologis kritis serta menantang sistem produksi dan konsumsi yang eksploitatif terhadap alam.

## 2. Analisis Kognisi Sosial

Dimensi kognisi sosial, wacana yang dibangun oleh *@ecoton.id* mencerminkan cara berpikir dan sistem pengetahuan (mental model) yang dimiliki oleh produsen wacana, yaitu tim Ecoton sebagai lembaga riset dan advokasi lingkungan. Kognisi sosial ini tampak pada bagaimana Ecoton memahami dan memaknai isu plastik bukan hanya sebagai masalah kebersihan, tetapi sebagai krisis struktural yang melibatkan relasi kekuasaan antara negara, industri, dan masyarakat. Ecoton mengonstruksi dirinya sebagai otoritas epistemik atau sumber pengetahuan yang kredibel melalui penggunaan data ilmiah, hasil riset, dan terminologi lingkungan yang spesifik seperti “mikroplastik,” “ekosistem perairan,” dan “polusi berbasis limbah industri.” Namun, ideologi yang diusung tidak bersifat elitis atau eksklusif. Melalui gaya komunikasi yang partisipatif, *@ecoton.id* berupaya membangun hubungan horizontal dengan masyarakat, menempatkan publik bukan sebagai korban pasif, melainkan subjek aktif yang memiliki kapasitas dan hak untuk menuntut perubahan

Dalam hal ini, Ecoton mengadopsi ideologi advokasi berbasis sains dan partisipasi publik, di mana kebenaran ilmiah digunakan sebagai dasar moral dan politik untuk melakukan perubahan sosial. Ideologi ini sejalan dengan konsep environmental citizenship dan teori keadilan ekologis yang dikemukakan oleh Schlosberg (2007), yang menekankan pentingnya distribusi keadilan lingkungan, pengakuan terhadap kelompok terdampak, dan partisipasi dalam pengambilan keputusan. Selain itu, kognisi sosial Ecoton juga memperlihatkan kesadaran kritis terhadap dominasi korporasi global dalam menciptakan budaya konsumsi plastik.

Dengan demikian, wacana yang diproduksi bukan hanya bertujuan edukatif, tetapi juga bersifat emansipatoris yakni mendorong masyarakat untuk memiliki kesadaran kritis terhadap ketidakadilan ekologis yang mereka alami. Dalam kerangka van Dijk (2008), hal ini menggambarkan bahwa produsen wacana memiliki model mental yang berakar pada nilai keadilan, transparansi, dan tanggung jawab sosial lingkungan

### 3. Analisis Konteks Sosial

Dimensi konteks sosial dalam wacana *@ecoton.id* berkaitan erat dengan kondisi nyata masyarakat dan sistem pengelolaan lingkungan di Indonesia. Krisis sampah plastik di Indonesia tidak terlepas dari lemahnya tata kelola lingkungan, minimnya regulasi yang ditegakkan secara efektif, serta ketimpangan dalam tanggung jawab antara produsen, pemerintah, dan masyarakat. Dalam konteks inilah unggahan *@ecoton.id* hadir sebagai bentuk kritik sosial terhadap struktur kekuasaan yang gagal mengatasi persoalan ekologis secara menyeluruh.

Wacana yang diangkat oleh Ecoton memperlihatkan adanya relasi ketimpangan ekologis, di mana masyarakat kelas bawah sering kali menjadi kelompok paling terdampak oleh pencemaran plastik misalnya nelayan, warga bantaran sungai, atau masyarakat pesisir. Melalui narasi-narasi visual dan teks edukatif, *@ecoton.id* menyoroti bahwa pencemaran bukan hanya masalah lingkungan semata, melainkan juga masalah keadilan sosial yang menyingkap kesenjangan antara pihak yang diuntungkan dan pihak yang menanggung akibat. Konten yang diunggah tidak berhenti pada kritik, melainkan juga menawarkan solusi partisipatif seperti pengurangan plastik sekali pakai, audit merek (brand audit), hingga dorongan untuk menerapkan kebijakan Extended Producer Responsibility (EPR). Strategi ini menunjukkan bahwa wacana yang dibangun bersifat transformatif, karena berupaya mendorong perubahan kebijakan dan perilaku sosial melalui kampanye digital.

Dalam kerangka teori van Dijk, konteks sosial memiliki peran penting dalam menjelaskan fungsi sosial wacana sebagai alat untuk menantang dominasi sosial dan ideologi hegemonik. Melalui unggahan-unggahannya, *@ecoton.id* tidak hanya mendiseminasikan informasi, tetapi juga berupaya mereposisi kekuasaan simbolik, dari negara dan korporasi menuju masyarakat sipil yang sadar akan hak ekologisnya. Dengan demikian, wacana *@ecoton.id* berfungsi sebagai ruang advokasi yang

memperjuangkan perubahan struktural menuju sistem lingkungan yang lebih adil, transparan, dan berkelanjutan.

## SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa akun Instagram *@ecoton.id* berperan penting sebagai pembentukan wacana keadilan ekologis di ruang digital Indonesia. Melalui kombinasi Antara narasi ilmiah visualisasi data, dan Bahasa persuasive. Wacana yang dihadirkan menegaskan bahwa kerusakan ekologis merupakan konsekuensi dari lemahnya tata kelola lingkungan serta dominasi industri dan kebijakan Negara yang kurang berpihak pada keberlanjutan. Dengan strategi teks argumentatif, ideologi advokasi berbasis sains, serta konteks sosial yang menyoroti ketidakadilan ekologis *@ecoton.id* berhasil mengubah media sosial menjadi ruang advokasi dan pendidikan ekologis yang mendorong partisipasi publik. Penelitian ini menegaskan bahwa media sosial memiliki potensi strategis dalam pembentukan kesadaran ekologis dan perlawanan terhadap dominasi ideologis yang merugikan lingkungan, sekaligus memperkuat pandangan Teun A Van Dijk bahwa wacana merupakan alat ideologis yang mampu mempengaruhi kognisi dan tindakan sosial.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, R., & Sulistyawati, D. (2022). *Media Sosial dan Advokasi Lingkungan: Analisis Strategi Komunikasi Kampanye Digital di Instagram*. Jurnal Komunikasi dan Media, 14(1), 33–45.
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2022). *Statistik Lingkungan Hidup Indonesia 2022*. Jakarta: BPS RI.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4<sup>th</sup> ed.). Thousand Oaks: SAGE Publications.
- Fairclough, N. (1995). *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language*. London: Longman.
- Hartati, S. (2022). *Kampanye Digital dan Kesadaran Lingkungan di Kalangan Milenial: Studi pada Komunitas Peduli Sampah*. Jurnal Ilmu Komunikasi, 10(3), 211–225.
- Jambeck, J. R., Geyer, R., Wilcox, C., Siegler, T. R., Perryman, M., Andrady, A., ... & Law, K. L. (2015). *Plastic waste inputs from land into the ocean*. Science, 347(6223), 768–771. <https://doi.org/10.1126/science.1260352>
- Lestari, F. D. (2020). *Representasi Isu Lingkungan dalam Media Sosial: Analisis Wacana Kampanye #SadarSampah*. Jurnal Bahasa dan Media, 8(2), 100–112.

- Martinez-Alier, J. (2014). *The Environmentalism of the Poor: A Study of Ecological Conflicts and Valuation*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Edisi Revisi). Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nurhayati, L. (2019). *Keadilan Ekologis dalam Perspektif Lingkungan dan Pembangunan Berkelanjutan*. *Jurnal Hukum dan Pembangunan*, 49(3), 512–530.
- Paminah, S., & Kurniawan, R. (2021). *Keadilan Lingkungan dan Ketimpangan Sosial dalam Pengelolaan Sampah di Indonesia*. *Jurnal Lingkungan dan Pembangunan*, 12(2), 155–168.
- Prihatiningsih, D. (2020). *Visual Storytelling dalam Kampanye Digital Lingkungan: Studi Kasus Instagram @greenpeaceid*. *Jurnal Media dan Komunikasi*, 11(2), 75–88.
- Putri, A. M. (2021). *Efektivitas Kampanye Digital terhadap Perubahan Perilaku Konsumsi Plastik di Kalangan Mahasiswa*. *Jurnal Komunikasi*, 9(1), 27–38.
- Sari, N. W. (2021). *Pengaruh Kampanye Media Sosial terhadap Kesadaran Lingkungan Generasi Muda*. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 5(4), 221–232.
- Schlosberg, D. (2007). *Defining Environmental Justice: Theories, Movements, and Nature*. Oxford: Oxford University Press.
- Van Dijk, T. A. (2001). *Critical Discourse Analysis*. In D. Tannen, D. Schiffrin, & H. Hamilton (Eds.), *Handbook of Discourse Analysis* (pp. 352–371). Oxford: Blackwell.
- Van Dijk, T. A. (2008). *Discourse and Power*. New York: Palgrave Macmillan.
- Wibisono, A. (2022). *Media Sosial dan Aktivisme Lingkungan: Analisis Partisipasi Digital dalam Isu Sampah Plastik*. *Jurnal Komunikasi Sosial*, 6(1), 45–59.
- Yuliana, N. (2020). *Ketimpangan Ekologis dan Dampaknya terhadap Masyarakat Pesisir di Indonesia*. *Jurnal Sosio Ekologika*, 9(2), 180–194.