



Analisis Gerakan Politik Hijau WALHI Melalui Media Sosial Instagram dalam Mewujudkan Kesadaran Lingkungan

Wahyu Kartiko Utami

Program Studi Ilmu Pemerintahan Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

Email: wahyu.kartiko@untirta.ac.id

Abstract. *This research analyzes the role of Instagram social media in shaping digital public space for the Indonesian Forum for the Environment (WALHI) environmental movement. The main focus of this study is how the @walhi.nasional account mobilizes discourse, solidarity, and collective action in contemporary ecological issues, with a theoretical approach that refers to Sidney Tarrow's Cycle of Contention framework (1994). The analysis shows that WALHI utilizes Instagram as a means to respond to political moments and ecological crises, such as the Rempang conflict (2023) and the rejection of the Trenggalek gold mine (#TolakTambangTrenggalek). The initial phase was characterized by the outbreak of political opportunities through controversial policies. WALHI then mobilized, framed and diffused action through the spread of visual narratives and hashtag campaigns that expanded solidarity. In the final phase, WALHI as an organization has undergone a transformation process from a field-based advocacy movement to a professional, strategic and technology-adaptive digital actor. WALHI through @walhi.nasional together with various parties such as volunteers, academics, communities and the public have contributed to encouraging institutional advocacy and redrafting policy discourse related to the environment. This study concludes that social media is not only a tool for information dissemination, but also a field of political articulation that can strengthen or challenge power structures in the contestation cycle. Instagram becomes an important arena for WALHI in maintaining moral legitimacy and expanding the environmental movement to a more inclusive and connected level.*

Keywords: *environmental movement, ecological crisis, social media*

Abstrak. Penelitian ini menganalisis peran media sosial Instagram dalam membentuk ruang publik digital bagi gerakan lingkungan Wahana Lingkungan Hidup Indonesia (WALHI). Fokus utama kajian ini adalah bagaimana akun @walhi.nasional memobilisasi wacana, solidaritas, dan aksi kolektif dalam isu ekologi kontemporer, dengan pendekatan teoritis yang mengacu pada kerangka Cycle of Contention milik Sidney Tarrow (1994). Analisis menunjukkan bahwa WALHI memanfaatkan Instagram sebagai sarana untuk merespons momen politik dan krisis ekologi, seperti konflik Rempang (2023) dan penolakan tambang emas Trenggalek (#TolakTambangTrenggalek). Fase awal ditandai dengan mencuatnya peluang politik melalui kebijakan yang kontroversial. WALHI kemudian memobilisasi, mbingkai, dan menyebarluaskan aksi melalui penyebaran narasi visual dan kampanye tagar yang memperluas solidaritas. Pada fase akhir, WALHI sebagai organisasi telah mengalami proses transformasi dari gerakan advokasi berbasis lapangan menjadi aktor digital yang profesional, strategis, dan adaptif terhadap teknologi. WALHI melalui @walhi.nasional bersama berbagai pihak seperti relawan, akademisi, komunitas, dan publik berkontribusi dalam mendorong advokasi kelembagaan dan penyusunan ulang wacana kebijakan terkait lingkungan. Studi ini menyimpulkan bahwa media sosial tidak hanya menjadi alat penyebaran informasi, tetapi juga sebagai medan artikulasi politik yang dapat memperkuat atau menantang struktur kekuasaan dalam siklus kontestasi. Instagram menjadi arena penting bagi WALHI dalam menjaga legitimasi moral dan memperluas gerakan lingkungan ke tingkat yang lebih inklusif dan terhubung.

Kata kunci: gerakan lingkungan, krisis ekologi, media social

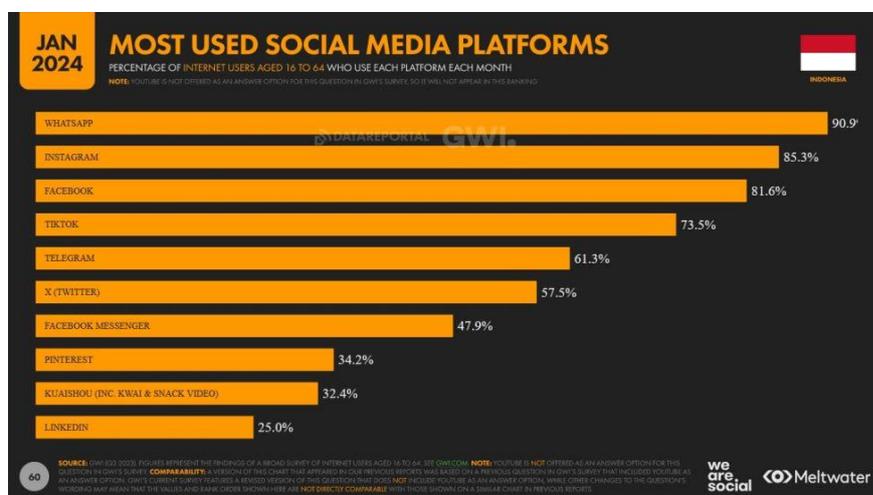
PENDAHULUAN

Pada abad ke-21, tantangan lingkungan hidup semakin meningkat dan beragam, mulai dari ancaman di ranah global seperti perubahan iklim hingga isu-isu lokal seperti deforestasi, banjir, polusi udara dan air, kebakaran hutan, tanah longsor, hilangnya keanekaragaman hayati, dan lain sebagainya. Seiring dengan meningkatnya isu lingkungan global dan lokal tersebut,

meningkat pula urgensi untuk tanggapan politik yang kuat. Aktivisme lingkungan, yang dulunya hanya dikaitkan dengan protes di jalanan, kampanye akar rumput, dan lobi Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), telah berpindah ke platform digital. Media sosial kini memainkan peran penting dalam membentuk wacana publik, memobilisasi aksi kolektif, mempengaruhi kebijakan publik hingga memungkinkan solidaritas transnasional.

Kemunculan media sosial telah merevolusi aktivisme politik modern. Media sosial yang banyak di gunakan oleh masyarakat Indonesia antara lain media sosial youtube, X, facebook, instragram, tik tok dan media sosial lainnya. Berikut data pengguna media sosial di Indonesia per- Januari 2024.

Gambar 1. Media Sosial yang di Gunakan di Indonesia pada 2024



Sumber: Meltwater, 2024

Di antara berbagai platform media sosial yang ada di Indonesia, Instagram menonjol sebagai jaringan yang digerakkan secara visual yang kondusif untuk melakukan advokasi, bercerita, kampanye, hingga membangun komunitas. Instagram meraih peringkat kedua sebagai media sosial populer yang paling banyak memiliki pengguna di Indonesia, khususnya bagi generasi muda. Pengguna media sosial Instagram didominasi oleh usia 18-34 tahun (Kemp, 2023). Media sosial menciptakan platform interaktif yang memungkinkan individu dan kelompok untuk berbagi, berkolaborasi, memproduksi, dan mengedit konten yang dibuat pengguna menggunakan teknologi seluler dan berbasis web (Kietzmann et al., 2011).

Tren aktivisme digital semakin pesat yang beriringan dengan kehadiran berbagai gerakan politik di seluruh dunia (Jati, 2016). Namun seiring berjalannya waktu, aktivisme digital tumbuh dan menyebar, tidak hanya menggabungkan gerakan politik, tetapi juga gerakan sosial. Banyak gerakan sosial, termasuk gerakan kemanusiaan, gerakan relawan bencana alam,

gerakan lingkungan, dan berbagai kelompok sosial lainnya, saat ini memanfaatkan media baru untuk memperluas jaringan mereka (Hapsari, 2014).

Studi ini berfokus pada kehadiran Instagram WALHI (Wahana Lingkungan Hidup Indonesia), Wahana Lingkungan Hidup Indonesia. Didirikan pada tahun 1980, WALHI merupakan organisasi non-pemerintah lingkungan tertua dan terbesar di Indonesia. Dengan jaringan yang mencakup lebih dari 500 organisasi masyarakat dan kelompok-kelompok akar rumput, WALHI dikenal dengan sikap konfrontatifnya dalam isu-isu seperti perampasan tanah, deforestasi, polusi industri, dan hak-hak masyarakat adat. Organisasi ini secara historis telah memainkan peran penting dalam mengadvokasi keadilan lingkungan dan reformasi kebijakan, yang sering kali beresiko besar bagi para anggota dan afiliasinya.

Paper ini menganalisis gerakan politik hijau di Instagram melalui studi kasus WALHI (Wahana Lingkungan Hidup Indonesia), organisasi advokasi lingkungan hidup terbesar di Indonesia. Dengan sejarah lebih dari empat dekade, transisi WALHI ke aktivisme digital mencerminkan tren yang lebih luas dalam komunikasi lingkungan dan politik siber. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana WALHI menggunakan Instagram sebagai platform untuk mobilisasi politik hijau, narasi seperti apa yang dibangun, dan bagaimana pengikut terlibat dengan konten mereka.

METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan jenis pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif yaitu penelitian yang melaksanakan suatu langkah secara sistematis secara spesifik untuk terwujudnya informasi yang detail. Penelitian kualitatif memiliki landasan penelitian pada sebuah pengamatan yang dilakukan secara langsung terhadap objek yang menjadi bahan penelitian. Kemudian karena sifatnya juga bersifat natural sehingga hasil penelitian kualitatif memiliki makna yang jelas dan spesifik (Sugiyono, 2013).

Desain yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisa terhadap postingan di media sosial yang bertujuan agar dapat dihasilkannya makna dalam sebuah postingan di media sosial tersebut. Menganalisis merupakan suatu cara dalam melakukan penelitian secara objektif, spesifik, dan sistematis dalam menentukan ciri-ciri dari sebuah informasi tersebut. Menurut Subyarogo bahwa menganalisis berguna dalam mendapatkan hasil komunikasi yang didapatkan dalam bentuk informasi akurat (Lisanto et al., 2016).

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu dengan cara melaksanakan pemantauan dan pengamatan terhadap postingan-postingan yang dibuat oleh akun instagram @walhi.nasional. Jadi, langkah dalam metode yang dipakai untuk menganalisis media sosial yaitu menetapkan informasi atau postingan yang akan dipilih, kemudian melakukan analisis terhadap postingan tersebut. Data yang akan diambil untuk penelitian yaitu postingan sosial media instagram @walhi.nasional yang berkaitan dengan isu lingkungan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Instagram sebagai arena Politik Hijau

WALHI merupakan sebuah komunitas yang aktif bergerak di isu lingkungan. Sebagai komunitas yang aktif sebagai penggerak lingkungan, WALHI berfokus pada pendidikan lingkungan, kampanye lingkungan, advokasi kebijakan lingkungan, penelitian lingkungan, hingga pengembangan masyarakat. Wahana Lingkungan Hidup Indonesia (WALHI) berdiri pada tanggal 15 Oktober 1980, di tengah meningkatnya kesadaran terhadap kerusakan lingkungan akibat pembangunan yang eksploitatif pada masa Orde Baru. Kelahiran WALHI tidak terjadi dalam ruang hampa, namun merupakan respons atas krisis ekologis yang mulai tampak nyata di berbagai wilayah Indonesia, mulai dari deforestasi masif, pencemaran industri, degradasi lahan, hingga marginalisasi komunitas adat akibat proyek-proyek pembangunan berskala besar.

Aktivisme komunitas tidak hanya terbatas pada ruang public konvensional seperti di lapangan atau jalanan, namun saat ini sudah merambah pada dunia digital. Begitu pula yang dilakukan oleh WALHI, dimana organisasi ini memasuki ruang public digital dalam melebarkan berbagai macam aktivitasnya dan media sosial Instagram menjadi salah satu media sosial yang di pilih mereka. Hal ini juga tidak menampik bahwa Instagram salah satu media sosial yang memiliki pengaruh yang kuat dalam melakukan aktivitas komunikasi dan pergantian informasi.

Mengambil konsep Jürgen Habermas (1962) tentang ruang publik-sebuah arena di mana warga negara berkumpul untuk mendiskusikan dan memengaruhi tindakan politik-media sosial dapat dipahami sebagai perluasan kontemporer dari domain ini. Sementara para kritikus telah menunjukkan sifat wacana online yang terfragmentasi dan digerakkan oleh algoritma (Dean, 2005), yang lain, seperti Castells (2012), berpendapat bahwa jaringan digital menciptakan ruang-ruang baru untuk pemberdayaan akar rumput. Instagram, dengan penekanannya pada penceritaan visual dan komunikasi partisipatif, telah menjadi sangat efektif dalam membentuk opini publik dan identitas komunitas.

WALHI memiliki berbagai media sosial sebagai sarana untuk mengadvokasikan isu iklim dan lingkungan, mulai dari Instagram, Tiktok, LinkedIn, hingga website. Namun, Instagram menjadi platform utama untuk mempromosikan kampanye mereka akan lingkungan. Hal ini juga dapat dilihat dari banyaknya akun Instagram yang di miliki WALHI untuk menjangkau masyarakat dari berbagai daerah di Indonesia. Beberapa akun Instagram WALHI yang peneliti temukan antara lain @walhi.nasional, @walhi.jabar, @walhijatim, @walhidkijakarta, dan @walhi.sulbar. Banyaknya pengikut Instagram dan kemudahan dalam menjangkau audiens baik itu pengikut maupun non pengikut secara luas menjadi faktor utama WALHI sangat aktif dalam Instagram. Pada akun Instagram walhi, organisasi tersebut melakukan berbagai aktivitas pemberian informasi serta kampanye yang bertujuan agar para pengguna Instagram mengetahui tentang kerusakan-kerusakan yang terjadi pada lingkungan terkhusus yang ada di Indonesia dan menumbuhkan kesadaran manusia agar menjaga kelestarian lingkungan.

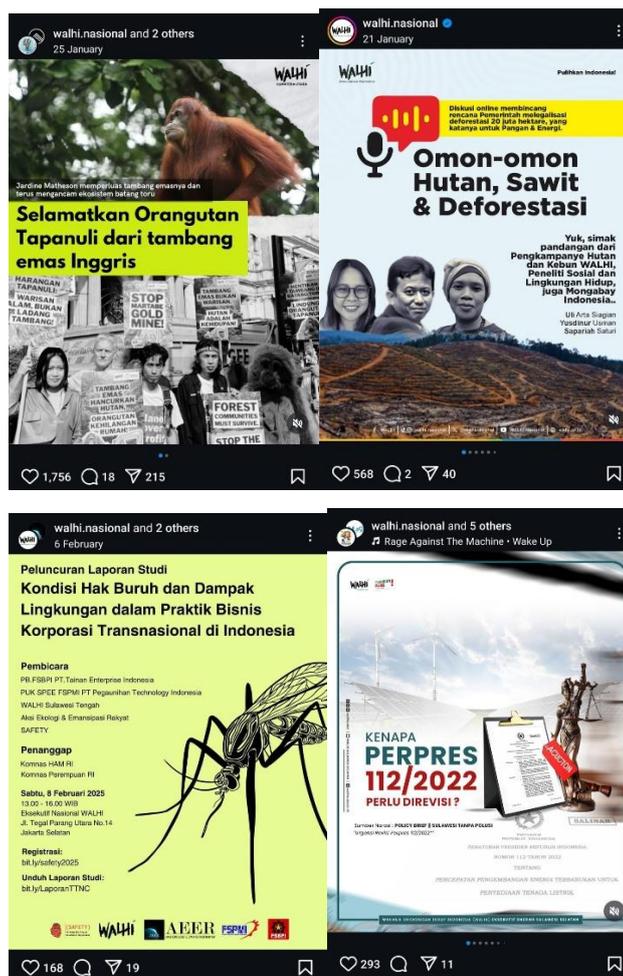
Dengan banyaknya akun Instagram WALHI, maka peneliti memutuskan untuk berfokus pada akun utama WALHI yakni @walhi.nasional sebagai akun utama dari organisasi WALHI dan sudah terverifikasi oleh Instagram serta memiliki pengikut terbanyak di bandingkan akun lainnya. Peneliti telah melakukan pemantauan dan pengamatan pada postingan akun instagram @walhi.nasional. Hingga Mei 2025, di ketahui akun @walhi.nasional memiliki lebih dari 5.400 postingan dengan pengikut hingga 89.500 orang. Banyaknya postingan dan di ikuti oleh banyaknya pengikut menunjukkan aktivitas digital @walhi.nasional yang konsisten mengunggah kampanye digital mereka di Instagram.

Setelah melakukan analisis secara singkat, maka peneliti mendeteksi beberapa jenis postingan yang dilakukan oleh @walhi.nasional. Pertama, postingan mengenai pemberian informasi terkait kerusakan lingkungan, baik yang di sebabkan oleh alam, hingga manusia seperti individu, kelompok, organisasi seperti swasta/perusahaan hingga negara. Pemberian informasi mengenai kerusakan lingkungan yang bertujuan agar publik terus memantau perkembangan isu-isu lingkungan serta bisa berpartisipasi dalam upaya memperjuangkan lingkungan yang rusak tersebut. Jenis kedua, postingan yang berkaitan dengan advokasi terkait kebijakan lingkungan yang tidak berkesinambungan dengan lingkungan yang berkelanjutan. Ketiga, postingan yang berisi ajakan diskusi atau forum terkait kerusakan lingkungan serta kebijakan-kebijakan pemerintah yang mengancam kelestarian lingkungan. Selain ajakan dalam diskusi ataupun forum, @walhi.nasional juga berperan serta dalam pengembangan masyarakat

seperti pelatihan atau pendidikan terkait lingkungan. Terakhir, adalah postingan umum berupa ucapan selamat hari besar atau postingan lain.

Dari hasil analisa peneliti, postingan @walhi.nasional mengarah kepada tujuan utama yaitu advokasi kebijakan terkait lingkungan. Hal ini dapat dilihat bahwa dalam postingan memberikan informasi, dan ajakan diskusi bersama, @walhi.nasional aktif melibatkan berbagai macam pihak termasuk masyarakat umum untuk mengetahui informasi dan pada akhirnya turut berpartisipasi perjuangan @walhi.nasional dalam melawan kerusakan lingkungan, termasuk memberikan Pendidikan atau pelatihan kepada Masyarakat hingga mengajak masyarakat untuk ikut mengawal dan mengawasi berbagai isu lingkungan di sekitarnya. Dengan melibatkan berbagai pihak seperti komunitas, akademisi, praktisi, LBH, hingga masyarakat umum, @walhi.nasional aktif di ruang public digital mengajak pengguna instragram dalam upaya penyelamatan lingkungan. Berikut beberapa postingan @walhi.nasional yang di himpun oleh peneliti.

Gambar 2. Postingan @walhi.nasional terkait lingkungan di tahun 2025



Sumber: Instagram @walhi.nasional, 2025

Gerakan Politik Hijau WALHI melalui media sosial Instagram

Dalam menganalisis dinamika gerakan politik lingkungan hidup yang dilakukan oleh WALHI melalui platform Instagram mereka @walhi.nasional, teori Cycle of Contention dari Sidney Tarrow (1994) digunakan oleh peneliti sebagai kerangka konseptual. Teori ini menggambarkan gerakan sosial sebagai sebuah proses dinamis yang berkembang dalam bentuk siklus yang terdiri dari beberapa fase seperti munculnya peluang politik, mobilisasi, pemingkanaan isu, difusi aksi, respon otoritas, hingga transformasi atau penurunan gerakan. Penggunaan teori Tarrow ini menunjukkan bagaimana organisasi lingkungan hidup @walhi.nasional memanfaatkan platform digital dalam melaksanakan siklus gerakan sosial kontemporer.

a) Struktur Peluang Politik

Teori Tarrow (1994) menekankan pentingnya perubahan dalam struktur politik yang membuka celah bagi munculnya gerakan sosial. Dalam konteks WALHI, terbukanya ruang digital khususnya Instagram menjadi salah satu saluran baru dalam memperjuangkan isu lingkungan hidup. Momen-momen krisis ekologis di Indonesia, seperti kasus pulau rampang (2023-2025), banjir Kalimantan Selatan (2021), kebakaran hutan (2023), atau protes tambang di Wawonii (2022–2023) menjadi salah satu pemicu munculnya ketidakpuasan kolektif terhadap kebijakan lingkungan yang dinilai merugikan masyarakat dan ekosistem.

Instagram, sebagai ruang komunikasi digital yang terbuka dan partisipatif, menyediakan peluang politik yang baru. Melalui Instagram, @walhi.nasional dapat melakukan kampanye tanpa di batasi oleh ruang atau sekat. Selain itu, penggunaan ruang public ini dapat dilakukan tanpa tergantung pada media arus utama, sementara partisipasi publik dapat dimobilisasi tanpa birokrasi formal. WALHI melalui instragramnya @walhi.nasional secara aktif memanfaatkan kondisi ini untuk menyebarkan informasi, membangun opini publik, dan menekan pembuat kebijakan secara tidak langsung melalui arus digital.

b) Struktur Mobilisasi

Struktur mobilisasi dalam teori Tarrow (1994) merujuk pada jaringan sosial dan institusi yang memfasilitasi aksi kolektif. Dalam hal ini, WALHI melalui @walhi.nasional membangun infrastruktur kampanye digital dengan memanfaatkan berbagai fitur Instagram secara maksimal. Penggunaan fitur *carousel* di instragram dilakukan untuk edukasi, lalu fitur *reels* digunakan untuk *storytelling* visual, fitur *live* untuk diskusi interaktif, serta *stories* sebagai ajakan partisipatif, membentuk pola mobilisasi baru yang bersifat horizontal dan fleksibel.

Tidak hanya itu, WALHI melalui juga melibatkan jejaring relawan, aktivis lingkungan, seniman, dan influencer untuk memperluas resonansi pesan. Kampanye seperti #KeadilanIklim (2023) dan #TolakTambangWawonii bukan hanya menjadi inisiatif organisasi, tetapi dimobilisasi secara luas oleh komunitas digital melalui repost, partisipasi petisi, serta penyebaran konten kreatif.

c) Pembingkai Isu

Tarrow (1994) menjelaskan framing adalah proses strategis dalam membangun persepsi publik terhadap isu yang diangkat. WALHI melalui @walhi.nasional secara konsisten membingkai isu-isu lingkungan sebagai bagian dari ketidakadilan struktural, dan bukan sekadar persoalan teknis ekologis. Narasi seperti “alam sebagai ruang hidup, bukan tambang”, atau “krisis iklim adalah krisis keadilan sosial” sering di gaungkan oleh WALHI untuk memperluas dukungan dari kelompok lintas sektor termasuk akademisi, komunitas adat, kelompok keagamaan hingga kaum feminis.

Lebih lanjut, framing ini juga dilakukan melalui pendekatan visual yang kuat di Instagram. Pendekatan ini seperti foto warga dan lingkungan terdampak, ilustrasi aktivis muda, hingga infografik tentang kerusakan lingkungan dan kerugian manusia akibat kapital swasta atau kebijakan pemerintah. Melalui teknik framing visual dan naratif ini, WALHI menguatkan posisi moral mereka di hadapan pengikutnya serta pengguna Instagram lainnya dengan memainkan hashtag yang menarik.

d) Difusi Aksi dan Taktik

Dalam siklus gerakan sosial, difusi merujuk pada penyebaran ide, taktik, dan semangat dari satu gerakan ke gerakan lain (Tarrow, 1994). Kampanye digital WALHI di Instagram terbukti telah menjadi titik inspirasi bagi berbagai komunitas lokal dan organisasi akar rumput. Hashtag kampanye WALHI sering diadopsi oleh komunitas lain, dan metode kampanye seperti "Instagram takeover" atau “surat terbuka digital” menjadi format aksi umum dalam ekosistem aktivisme digital di Indonesia.

Salah satu isu lingkungan yang pernah dilakukan oleh @walhi.nasional yaitu kampanye #TolakTambangTrenggalek (2023) yang membuat komunitas masyarakat lokal dan mahasiswa di berbagai daerah juga mulai menggunakan format serupa untuk mengangkat isu mereka masing-masing, seperti #StopSawitMerusak. WALHI memainkan peran penting dalam gerakan penolakan tambang emas di Trenggalek, baik melalui kolaborasi dengan organisasi lokal, kampanye digital di Instagram menggunakan hashtag #TolakTambangTrenggalek, maupun melalui advokasi kepada pemerintah. Keterlibatan mereka mencerminkan komitmen terhadap perlindungan lingkungan dan hak-hak masyarakat lokal.

e) Transformasi

Siklus gerakan tidak selalu berakhir dengan keberhasilan mutlak, namun dapat berujung pada transformasi atau institusionalisasi. WALHI sebagai organisasi telah mengalami proses transformasi dari gerakan advokasi berbasis lapangan menjadi aktor digital yang profesional, strategis, dan adaptif terhadap teknologi. Meski tidak selalu mampu menghentikan kerusakan lingkungan secara langsung maupun tidak langsung, WALHI melalui media sosial instagram telah berhasil menempatkan isu lingkungan dalam agenda publik dan diskursus politik. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya *like* (fitur menyukai postingan di Instagram), komentar, hingga *repost* atau *share* yang dilakukan oleh pengikutnya ataupun pengguna lain di Instagram. Melalui Instagram, WALHI mampu mempertahankan partisipasi publik, terutama di kalangan generasi muda, serta mendorong perubahan persepsi dan tekanan simbolik terhadap pemegang kekuasaan.

KESIMPULAN

Penggunaan media sosial Instagram oleh WALHI melalui salah satu akunnya yaitu @walhi.nasional telah menjadi instrumen strategis dalam memperkuat gerakan lingkungan hidup di Indonesia. Dalam ekosistem digital yang serba cepat dan tanpa batas, WALHI berhasil mengadaptasi cara-cara baru untuk menjangkau publik, memperluas pengaruh, serta membangun ruang dialog kritis antara isu lingkungan dan masyarakat luas, bahkan membangun jejaring dalam upaya memperkuat perjuangan mereka terhadap keberlanjutan lingkungan. Selain itu, penggunaan teori *Cycle of Contention* oleh Tarrow (1994) terhadap praktik kampanye digital @walhi.nasional di Instagram menunjukkan bahwa gerakan sosial kontemporer tidak hanya bergerak dalam ruang fisik, tetapi juga secara konsisten dan intensif di ruang digital. Dengan memanfaatkan struktur peluang politik yang terbuka, membangun jaringan mobilisasi digital, membingkai isu secara strategis, serta mengelola taktik dan respons terhadap represi, WALHI melalui instagramnya @walhi.nasional menjadi contoh bagaimana teori gerakan sosial klasik tetap relevan dan dapat diadaptasi dalam konteks era media sosial.

REFERENSI

- Bennett, W. L., & Segerberg, A. (2013). *The logic of connective action: Digital media and the personalization of contentious politics*. Cambridge University Press.
- Castells, M. (2012). *Networks of outrage and hope: Social movements in the internet age*. Polity Press.
- Hapsari, D. R. (2014). *Peran media baru dalam perkembangan gerakan sosial*. Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia.
- Jati, W. R. (2016). Cyberspace, internet, dan ruang publik baru: Aktivisme online politik kelas menengah Indonesia. *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, 3(1), 25–35. <https://doi.org/10.22146/jps.v3i1.23524>
- Kemp, S. (2023, Februari 15). *Digital 2023: Indonesia*. DataReportal. <https://datareportal.com/reports/digital2023-indonesia>
- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons*, 54(3), 241–251.
- Lisanto, A. G., Zuhri, S., Claretta, D., & Suratnoaji, C. (2016). Peran akun Instagram @dr.tirta sebagai influencer dalam edukasi pencegahan COVID-19 di media sosial Instagram (Analisis isi konten Instagram @dr.tirta). *Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 1–23.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tarrow, S. (1994). *Power in movement: Social movements, collective action and politics*. Cambridge University Press.
- WALHI. (2021–2024). *Kampanye digital dan arsip media sosial @walhi*.