

ABSTRAK

Wahyu Fitriani, *Upaya Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Persuasif Dalam Melestarikan Alam (Studi Deskriptif Akun Instagram @Greeners.co).*

Media baru lahir seiring dengan kebutuhan masyarakat dalam memperoleh informasi yang lebih baik dan praktis. Media sosial seperti Instagram merupakan salah satu bentuk media baru yang digunakan banyak kalangan, termasuk oleh perusahaan media untuk mendukung kegiatan jurnalistik. Ragam kegiatan jurnalistik telah dilakukan di media sosial, baik jurnalistik secara umum, maupun jurnalistik yang lebih khusus, seperti jurnalistik lingkungan. Media yang berfokus terhadap realitas lingkungan sangat jarang ditemukan. Greeners.co adalah media yang memanfaatkan Instagram dengan berfokus pada pemberitaan masalah lingkungan hidup, serta gaya hidup yang ramah lingkungan. Hal yang membedakan media *Greeners.co* dengan media lain terletak pada penyajian informasi yang disampaikan dengan pendekatan jurnalisme lingkungan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana prioritas tema yang disajikan di akun Instagram Greeners.co, cara akun Instagram Greeners.co menyajikan informasi kepada audience, dan Inovasi Greeners.co dalam menciptakan Strategi *engagement* melalui sosial media Instagram untuk melestarikan lingkungan.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah new media, konvergensi media dan Jurnalisme lingkungan. Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivisme dengan pendekatan kualitatif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan teknik pengumpulan melalui wawancara dan unggahan pada media sosial Instagram Greeners.co yang menjadi sumber data sekunder.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Greeners.co memanfaatkan media sosial Instagram dalam upaya mempersuasi *audience* untuk melestarikan alam dengan pendekatan jurnalisme lingkungan. *Pertama*, prioritas tema yang disajikan tidak memiliki batasan khusus. *Kedua*, cara Greeners.co menyajikan informasi dengan cara melakukan riset, menggunakan bahasa populer, serta memvisualisasikan dalam bentuk gambar dan video. *Ketiga*, Strategi *engagement* yang greeners lakukan dengan cara membuat konten interaktif seperti *Live streaming/Live Instagram*, dan *give away* serta melakukan evaluasi dan pembaharuan.

Kata kunci: Media baru, Instagram, Jurnalisme lingkungan, Komunikasi Persuasif