

**STRATEGI MEDIA SOSIAL  
INSTAGRAM @RADAR\_MOJOKERTO DALAM  
PEMBENTUKAN OPINI PUBLIK TERKAIT  
ISU LINGKUNGAN TAHUN 2025**



**UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya,  
Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu  
Komunikasi (S.I.Kom.)**

**Oleh**

**Dhiatri Maulida Sabillah  
NIM. 04030522097**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL  
SURABAYA  
2025**

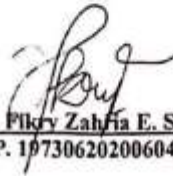
## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

### LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Nama : Dhiatri Maulida Sabillah  
NIM : 04030522097  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Strategi Media Sosial @radar\_mojokerto dalam  
Membentuk Opini Publik Terkait Isu Lingkungan  
Tahun 2025

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

Surabaya, 19 Desember 2025  
Menyetujui, Pembimbing



Dr. Fitri Zahra E. S.I.Kom., M.A  
NIP. 197306202006041001

## LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

### STRATEGI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @RADAR\_MOJOKERTO DALAM PEMBENTUKAN OPINI PUBLIK TERKAIT ISU LINGKUNGAN TAHUN 2025

#### SKRIPSI

Dhiatri Maulida Sabillah

NIM. 04030522097

Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strata Satu pada  
tanggal, 22 Desember 2025

Tim Penguji

Penguji I



Dr. Fikry Zahria E., S.I.Kom.,  
M.A.

NIP. 198908282020122016

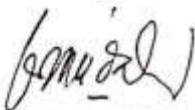
Penguji II



Dr. Imam Maksum, S.Ag,  
M.Ag

NIP. 197306202006041001

Penguji III



Dr. Hj. Lilik Hamidah, S.Ag, M.Si.  
NIP. 197312171998032002

Penguji IV



Muchlis, S.Sos.I, M.Si  
NIP. 197911242009121001

Surabaya, 22 Desember 2025  
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi



Dr. Moch. Choirul Arif, S.Ag., M.Fil.I.  
NIP. 19711071998031001

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

*Bismillahirrahmanirrahim*

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya

Nama : Dhiatri Maulida Sabillah

NIM : 04030522097

Prodi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi yang berjudul "Strategi Media Sosial Instagram @Radar\_Mojokerto Dalam Pembentukan Opini Publik Terkait Isu Lingkungan Tahun 2025". Adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan bukan merupakan hasil plagiasi, penjiplakan, atau pengambilan karya orang lain.

Apabila di kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini merupakan hasil plagiasi atau melanggar ketentuan akademik, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku di lingkungan perguruan tinggi. Dengan pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 22 Desember 2025  
Yang menyatakan



Dhiatri Maulida Sabillah  
04030522097



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL  
SURABAYA  
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237  
Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300  
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

---

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Dhiatri Maulida Sabillah

NIM : 04030522097

Fakultas/Jurusan : Ilmu Komunikasi

E-mail address : dhiatrisabila@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☒ Sekripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain

yang berjudul : Strategi Media Sosial Instagram @Radir Mojokerto Dalam Pembentukan Opini Publik Terkait Isu Lingkungan Tahun 2025

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini. Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 22 Desember 2025

Penulis

Dhiatri Maulida Sabillah

## ABSTRAK

Dhiatri Maulida Sabillah, 2025. *Strategi Media Sosial Instagram @Radar\_Mojokerto Dalam Pembentukan Opini Publik Terkait Isu Lingkungan Tahun 2025*.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi Instagram @radar\_mojokerto dalam membentuk opini terkait isu lingkungan pada tahun 2025. Penelitian ini penting dilakukan karena Radar Mojokerto sebagai media cetak lokal telah bertransformasi dan aktif memanfaatkan Instagram sebagai media penyebaran informasi lingkungan di tengah perubahan pola konsumsi media masyarakat yang semakin digital. Pendekatan kualitatif digunakan untuk mengkaji proses produksi konten lingkungan, meliputi pemilihan platform, isu dan format konten yang disesuaikan dengan karakter audiens serta dengan kehidupan masyarakat Mojokerto.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang diterapkan Instagram @radar\_mojokerto dalam pemberitaan isu lingkungan berfokus pada konsistensi unggahan, penguatan elemen visual, serta pendekatan kontekstual yang menyesuaikan isu dengan realitas lokal masyarakat. Strategi visual menjadi elemen dominan dalam menarik perhatian audiens, sementara konsistensi pemberitaan berperan dalam menegaskan isu lingkungan sebagai agenda penting. Pendekatan kontekstual turut memperkuat relevansi pesan yang disampaikan, sehingga konten lingkungan dinilai kredibel dan informatif. Meskipun tingkat interaksi audiens masih relatif rendah, strategi tersebut tetap berkontribusi dalam meningkatkan kesadaran, pemahaman, serta membentuk sikap dan opini publik terhadap isu lingkungan lokal.

Kata kunci: Instagram, opini publik, isu lingkungan, Radar Mojokerto

## ABSTRACT

Dhiatri Maulida sabillah, 2025. *Social Media Strategy Of Instagram @radar\_mojokerto In Shaping Public Opinion On Environmental Issues In 2025.*

The study aims to analyze the Instagram strategy of @radar\_mojokerto in shaping public opinion regarding environmental issues in 2025. This research is significant as Radar Mojokerto, a local media outlet, has undergone a digital transformation and actively utilizes Instagram to disseminate environmental information amid changing media consumption patterns. A qualitative approach was employed to examine the process of environmental content production, including platform selection, issue prioritization, and content formats tailored to audience characteristics and the relevance of issues to daily lives of the Mojokerto Community.

The findings of this study indicate that the social media strategy implemented by Instagram @radar\_mojokerto in covering environmental issues emphasizes posting consistency, strong visual elements, and a contextual approach that aligns environmental topics with local community realities. Visual strategy emerges as the most dominant element in attracting audience attention, while consistent coverage plays a key role in positioning environmental issues as an important public agenda. The contextual approach further strengthens the relevance and credibility of the content delivered. Although audience interaction remains relatively low, these strategies contribute to increasing public awareness and understanding, as well as shaping public attitudes and opinions toward local environmental issues.

**Keywords:** Instagram, public opinion, environmental issues, Radar Mojokerto

## المُلخَص

دياتري موليدا سابيللا، 2025. استراتيجية وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام حول القضايا @Radar\_Mojokerto على إنستغرام. البنية 2025 تهدف هذه الدراسة إلى تحليل استراتيجية إنستغرام في تشكيل الرأي العام حول القضايا البيئية في عام @radar\_mojokerto بصفته وسيلة Radar Mojokerto، تعد هذه الدراسة مهمة لأن 2025 بشكل فعال Instagram إعلام مطبوعة محلية، قد تحول واستخدم كوسيلة لنشر المعلومات البيئية وسط التغيرات في أنماط استهلاك وسائل الإعلام الرقمية المتزايدة لدى المجتمع. تم استخدام نهج نوعي لفحص عملية إنتاج المحتوى البيئي، بما في ذلك اختيار المنصات والقضايا وتنسيقات المحتوى المصممة خصيصاً لتناسب خصائص Mojokerto. الجمهور وحياة سكان

حساب يطبقها التي الإعلامية الاستراتيجية أن الدراسة هذه نتائج تُظهر تركّز البنية القضايا تغطية في @radar\_mojokerto إنستغرام نهج واعتماد، البصرية العناصر وتعزيز، النشر في الاستمرارية على الاستراتيجية وتُعَد. المحلي المجتمع بواقع البنية القضايا يربط سياقهم حين في، الجمهور انتباه جذب في تأثيراً الأكثر العنصر البصرية عامة أجندة بوصفها البنية القضايا ترسيخ في التغطية استمرارية. ومصادقته المحتوى ملائمة مدى من السياقي النهج يعزّز كما مهمة، نسبياً منخفضاً يزال لا الجمهور تفاعل مستوى أن من الرغم وعلى إضافة، وفهمه الجمهور وعي زيادة في تسهم الاستراتيجيات هذه فإن. المحلية البنية القضايا تجاه واتجاهاته العام الرأي مواقف تشكيل إلى

الكلمات المفتاحية: إنستغرام، الرأي العام، القضايا البيئية، رادار

موجوكيرتو

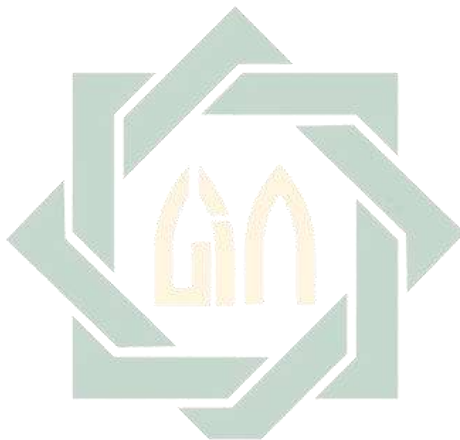
## DAFTAR ISI

|                                                                   |      |
|-------------------------------------------------------------------|------|
| LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING .....                               | iii  |
| LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI .....                             | iv   |
| MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....                                       | v    |
| PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....                                  | vi   |
| ABSTRAK .....                                                     | vii  |
| ABSTRACT .....                                                    | ix   |
| المُلخَص .....                                                    | x    |
| KATA PENGANTAR .....                                              | xi   |
| PEDOMAN PENULISAN TRANSLITERASI .....                             | xiii |
| DAFTAR ISI .....                                                  | xv   |
| DAFTAR GAMBAR.....                                                | xvii |
| BAB I PENDAHULUAN.....                                            | 1    |
| A. Latar Belakang.....                                            | 1    |
| B. Rumusan Masalah.....                                           | 8    |
| C. Tujuan Penelitian .....                                        | 8    |
| D. Manfaat Penelitian .....                                       | 9    |
| E. Definisi Konsep .....                                          | 10   |
| 1. Strategi Media Sosial .....                                    | 10   |
| 2. Opini Publik.....                                              | 11   |
| 3. Isu Lingkungan .....                                           | 13   |
| 4. Jawa Pos Radar Mojokerto .....                                 | 14   |
| F. Sistematika Pembahasan .....                                   | 17   |
| BAB II KAJIAN TEORITIK.....                                       | 19   |
| A. Kajian Perspektif Teoritik .....                               | 19   |
| 1. Strategi Media Sosial .....                                    | 19   |
| 2. Opini Publik.....                                              | 23   |
| 3. Teori Agenda Setting Sebagai Dasar Strategi Media Sosial ..... | 27   |
| B. Kajian Prespektif Dakwah Islam.....                            | 29   |
| C. Penelitian Terdahulu yang Relevan.....                         | 31   |
| BAB III METODE PENELITIAN.....                                    | 38   |
| A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....                          | 38   |

|                                                                                              |     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| B. Subjek, Objek, dan Lokasi Penelitian.....                                                 | 39  |
| C. Jenis dan Sumber Data.....                                                                | 40  |
| D. Tahap-Tahap Penelitian .....                                                              | 40  |
| E. Teknik Pengumpulan Data .....                                                             | 41  |
| F. Teknik Validitas Data .....                                                               | 44  |
| G. Teknik Analisis Data.....                                                                 | 45  |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....                                                 | 47  |
| A. Gambaran Umum Subyek Penelitian.....                                                      | 47  |
| 1. Profil Radar Mojokerto .....                                                              | 47  |
| 2. Profil Informan .....                                                                     | 48  |
| 3. Visi dan Misi Radar Mojokerto.....                                                        | 50  |
| 4. Struktur Radar Mojokerto .....                                                            | 51  |
| B. Penyajian Data .....                                                                      | 51  |
| 1. Proses Produksi Konten @radar_mojokerto di Instagram untuk Mengangkat Isu Lingkungan..... | 52  |
| 2. Opini publik terhadap pemberitaan isu lingkungan di Instagram @radar_mojokerto .....      | 61  |
| C. Analisis Data.....                                                                        | 72  |
| 1. Perpektif Teoritik.....                                                                   | 72  |
| 2. Perpektif Islam.....                                                                      | 83  |
| BAB V PENUTUPAN .....                                                                        | 87  |
| A. Kesimpulan.....                                                                           | 87  |
| B. Rekomendasi.....                                                                          | 88  |
| C. Keterbatasan Penulis .....                                                                | 89  |
| DAFTAR PUSTAKA.....                                                                          | 90  |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN.....                                                                       | 98  |
| BIOGRAFI PENELITI.....                                                                       | 104 |

## DAFTAR GAMBAR

|                 |    |
|-----------------|----|
| Gambar 4.1..... | 45 |
| Gambar 4.2..... | 49 |



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR PUSTAKA

- Adityansyah, Dony dan Woro Harkandi Kencana, “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Isu Kerusakan Lingkungan: Survei Pengikut pada @greenpeaceid,” *IKON: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 29 no. 1 (April 2024): 32-39. <https://doi.org/10.37817/ikon.v29i1.3679>
- Ahmad Al H, M. Maulana, dan Hafri. “Pemanfaatan Media Sosial Instagram WALHI Bengkulu sebagai Sarana Kampanye Lingkungan.” *Jurnal Sarjana Ilmu Komunikasi (J-SIKOM)* 4, no. 2 (Oktober 27, 2023). <https://doi.org/10.36085/jsikom.v4i2.5832>.
- Albig, W. Ulasan buku *Content Analysis in Communication Research*, karya Bernard Berelson. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science* 283, no. 1 (1952): 197–198. <https://doi.org/10.1177/000271625228300135>
- Andayani, R. Pemanfaatan Media Sosial dalam Komunikasi Sosial Masyarakat. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18 no.1, (2020). 55-64
- Andini, Laras A., “Media Sosial sebagai Ruang Aktivisme Digital Generasi Muda dalam Memperjuangkan Isu Lingkungan,” ,” *Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 8, no. 4 (Oktober, 2025) 127–133. <https://doi.org/10.37329/ganaya.v8i4.4937>
- Annas, FB, Petranto, HN, Pramayoga, AA: *Opini Publik Dalam Polarisasi Politik Di Media Sosial*. J. PIKOM: Penelitian Komunikasi, dan Pembangunan. 20 no. 2, (Desember, 2019). 111-122. doi:[10.31346/jpikom.v20i2.2006](https://doi.org/10.31346/jpikom.v20i2.2006).
- Astari, Nabila. “Sosial Media Sebagai Media Baru Pendukung Media Massa untuk Komunikasi Politik dalam Pengaplikasian Teori Agenda Setting: Tinjauan Ilmiah pada Lima Studi Kasus dari Berbagai Negara.” *Jurnal TekSosial* 3, no. 1 (Januari 31, 2021). 132-142 <https://jurnal.unidha.ac.id/index.php/jteksis/article/view/190>.
- Ayuningtyas, W. D., D. Fitriyani, I. Nurfajri, dan E. Purwanto. “Peran Media Sosial dalam Meningkatkan Kesadaran Lingkungan di Kalangan Milenial.” *Pubmedia Social Sciences and*

- Humanities* 2, no. 3 (Januari 15, 2025). 1-10.  
<https://doi.org/10.47134/pssh.v2i3.339>
- Cahyono, Anang Sugeng. “Pengaruh Media Sosial terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia.” *Publiciana* 9, no. 1 (Maret, 2016): 140-157 .  
<https://doi.org/10.36563/publiciana.v9i1.79>
- Cangara, Hafied. *Komunikasi Politik: Konsep, Teori, dan Strategi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2009.
- Chrisman, Dedy, dan Damanik. “Pemanfaatan Media Sosial untuk Kampanye Kesadaran Lingkungan.” Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.  
<https://doi.org/10.62567/micjo.v2i2.495>.
- Dinata, Leo Ferda, Mas Agus Firmansyah, dan Andy Makhrian. “Strategi Manajemen Redaksi dalam Menjaga Kredibilitas Produk Jurnalistik di Era Digital (Studi pada Media Online Bengkuluekspress.com).” *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial* 6, no. 1 (Desember 2024): 334–346.  
<https://doi.org/10.38035/jmpis.v6i1.3272>
- Dirgantoro, Ganet, dan Nani Nuraini Muksin. “Peran Agenda Setting dalam Mendongkrak Pengunjung Antarnews (Studi Etnografi Berita Edukasi Kualitas Udara Jakarta).” *KAIS: Kajian Ilmu Sosial* 5, no. 1 (Juni 13, 2024): 27–38.  
<https://doi.org/10.24853/kais.5.1.27-38>
- Effendy, Onong Uchjana. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2017.
- Emeraldien, Fikry Zahria, dan Mochammad Alwi Hidayat. “Fenomena Phubbing pada Pola Komunikasi Mahasiswa.” *ETTISAL: Jurnal Komunikasi* 8, no. 1 (Juni, 2023).  
<https://doi.org/10.21111/ejoc.v8i1.9592>
- Febrina, Diah dan Tania Adriana, “Kredibilitas Media Online dalam Pandangan Pembaca,” *Komunikata57* 6, no. 1 (April, 2025): 7-17, <https://doi.org/10.55122/kom57.v6i1.892>
- Fitri, Adinda, dan Widiya Yutanti. “Strategi Optimasi Media Sosial Dalam Meningkatkan Engagement Podcast "Action Nihil" Lembaga Sensor Film Republik Indonesia (LSF RI)”. *Jurnal Communio : Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi* 13, no.1 (Januari 22, 2024): 175-186.

<https://ejurnal.undana.ac.id/index/index.php/JIKOM/article/view/9333>.

- Fitryarini, Inda. "Pemberitaan dan Persepsi Masyarakat tentang Lingkungan Hidup di Media Cetak Lokal Provinsi Kalimantan Timur." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 11, no. 1 (April, 2013). <https://doi.org/10.31315/jik.v11i1.302>
- Fujiawati, Fuja Siti, dan Reza Mauldy Raharja. "Pemanfaatan Media Sosial (Instagram) sebagai Media Penyajian Kreasi Seni dalam Pembelajaran." *JPKS (Jurnal Pendidikan dan Kajian Seni)* 6, no. 1 (April, 2021). <https://dx.doi.org/10.30870/jpks.v6i1.11602>
- habira. "Agenda Setting: Eksplorasi pada Komunikasi Massa." *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Media Sosial* 1, no. 3 (Juli, 2021): 30–35.
- Haryatmoko, "Mengarahkan Opini Publik," *Kompas*, 2 Februari 2009
- Hakim, Haikal Ibnu, Iviana Polin, dan Irwansyah Irwansyah. "Peran Media Sosial Instagram sebagai Media Informasi dalam Masyarakat 5.0." *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 10, no. 23 (2024). <https://doi.org/10.5281/zenodo.14564263>
- Hakim, Haikal Ibnu, Iviana Polin, dan Irwansyah Irwansyah. "Peran Media Sosial Instagram sebagai Media Informasi dalam Masyarakat 5.0." *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 10, no. 23 (Desember 16, 2024). <https://doi.org/10.5281/zenodo.14564263>.
- Hidayat, dan Ramadhan, "Peran Media Sosial dalam Mengkonstruksi Opini Publik Terkait Kebijakan Pemerintah: Studi Kasus Wacana Publik Tahun 2025." *Journal of Communication Research* 3, no. 2 (Juli, 2025). DOI: <https://doi.org/10.47650/core.v3i2.2223>
- Istamala, Nadia, Nur Azizah, Oki Nurahim, dan Daryono Daryono. "Opini Publik Berdasarkan Teori Agenda Setting pada Proses Perencanaan Pemindahan IKN." *DINAMIKA: Jurnal Manajemen Sosial Ekonomi* 4, no. 2 (2024): 76–85. <https://doi.org/10.51903/dinamika.v4i2.517>.
- Jaya, Suman, dan Riki Arswendi. "Optimalisasi Instagram sebagai Media Pemasaran Sosial dalam Membentuk Kesadaran Lingkungan pada Generasi Z (Studi Analisis Isi Konten

- @Pandawaragroup).” *Jurnal Komunikasi* 7, no. 2 (Agustus, 2024): 154–173. DOI: <https://doi.org/10.33633/ja.v7i2.12053>
- Juditha, Christiany. “Agenda Setting Penyebaran Hoaks di Media Sosial.” *Jurnal Penelitian Komunikasi* 22, no. 2 (Desember, 2019): 157–168. DOI: [10.20422/jpk.v22i2.669](https://doi.org/10.20422/jpk.v22i2.669)
- Kaplan, Andreas M., dan Michael Haenlein. “Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media.” *Business Horizons* 53, no. 1 (Februari 2010): 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Khalaida, Dhinda Rizqa, Shofa Shofia, dan Tukino Tukino. “Klasifikasi Karakteristik Pengguna Media Sosial Menggunakan Metode Naive Bayes.” *JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)* 9, no. 5 (Juli 2025): 8906–8912. <https://doi.org/10.36040/jati.v9i5.15225>
- Kotler, Keller “Manajemen Pemasaran/Philip Kotler dan Kevin Lane Keller” (Jakarta: Erlangga)
- Kusnadi, Yahdi, dan Novianti Novianti. “Penggunaan Media Sosial Dalam Pemberdayaan Masyarakat Terkait Isu Lingkungan Dengan Metode Analytical Hierarchy Process”. *Jurnal Komputer Antartika* 2, no. 1 (Februari, 2024): 35–41. <https://ejournal.mediaantartika.id/index.php/jka/article/view/25>
- Kusumaningsih, Rila. “Peran Media dalam Mempengaruhi Opini Publik tentang Hukum dan Keadilan.” *JISHUM (Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora)* 3, no. 1 (September 2024): 27–40. <https://journal.ikmedia.id/index.php/jishum>
- M. I. Ismail dan R. W. Putra, “Strategi Komunikasi Media Sosial dalam Membangun Interaksi dengan Audiens,” *Jurnal Ilmu Komunikasi* 18, no. 2 (tahun tidak disebutkan): 134.
- Masitah, dan Dewi, “Analisis Opini Publik Berdasarkan Teori Agenda Setting pada Proses Perencanaan Pemindahan IKN.” *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan* 6, no. 3 (Juli 3, 2022) 155-168 DOI: [10.36312/jisip.v6i3.3374](https://doi.org/10.36312/jisip.v6i3.3374)
- Priscilla, May, Muhammad Afdhalu, Davira Yulia, Muhammad Hafidz Amrullah, Xavira Atmanegara, dan Fatimah Zahra Aprilia. “Teori Penetapan Agenda dalam Komunikasi Massa: Pengaruh Media terhadap Prioritas Isu di Masyarakat”. *Jurnal*

- Media dan Masyarakat Digital* tentang SDGs 1, no. 1 (23 Juli 2025).  
<https://journal.unesa.ac.id/index.php/jmdss/article/view/44514>.)
- McCombs, Maxwell E., dan Donald L. Shaw. "The Agenda-Setting Function of Mass Media." *The Public Opinion Quarterly* 36, no. 2 (1972): 176–187 <http://www.jstor.org/stable/2747787>.
- Mekarisce, Arnild Augina. "Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data pada Penelitian Kualitatif di Bidang Kesehatan Masyarakat." *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat: Media Komunikasi Komunitas Kesehatan Masyarakat* 12, no. 3 (2020): 145–151. <https://doi.org/10.52022/jikm.v12i3.102>
- Nahdiah, Siti, dan Cindy Ayu Agustin. "Persepsi Kredibilitas Berita Berdasarkan Media". *Asian Journal of Media and Communication* 1, no. 2 (26 Desember 2017): 105–112. <https://journal.uui.ac.id/AJMC/article/view/9431>.
- Nasrullah, Rulli,. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2020)
- Natasari, Nofia. "Pemanfaatan Media Sosial Instagram dalam Mendorong Kesadaran Lingkungan: Analisis Akun Pandawara Program Bersih-Bersih Sampah." *Jurnal Komunitas Online* 4, no. 2 (2023). <https://doi.org/10.15408/jko.v4i2.35217>
- Neuman, W. Lawrence. *Metodologi Penelitian Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Edisi ke-7. Jakarta: Indeks, 2013.
- Rahman, Azizul, dan Lisnarini Naurah. "Isu Lingkungan dan Media: Analisis Pola Pemberitaan Pangandaran Pada Media Online Nasional." *Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial* 11, no. 4 (Agustus 14, 2025): 7-14 DOI: <https://doi.org/10.9963/qezhv289>
- Elva Rinda. "Pengaruh Media Sosial Terhadap Partisipasi Publik Dalam Isu Lingkungan". *Jurnal Pusat Multidisiplin Indonesia (MICJO)* 2, no. 22 (April 30, 2025): 1711-1717 DOI: <https://doi.org/10.62567/micjo.v2i2.506>
- Ritonga, Elfi Yanti. "Teori Agenda Setting dalam Ilmu Komunikasi." *Jurnal Simbolika: Penelitian dan Pembelajaran dalam Studi*

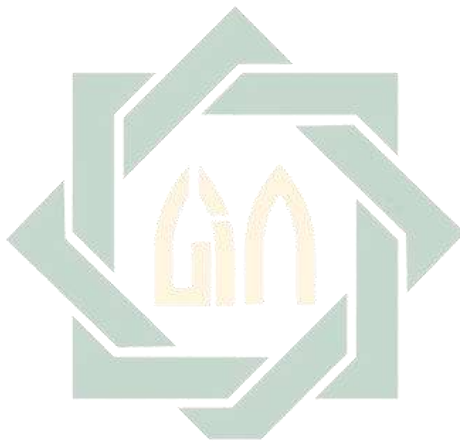
- Komunikasi* 4, no. 1 (2018): 32.  
<https://doi.org/10.31289/simbollika.v4i1.1460>
- Rosdiana, Zuhra, dan Sartika Ika. “Penerapan Strategi Komunikasi dalam Penyebaran Informasi Melalui Media Sosial @diskominfo bogor.” *Jurnal Komunikasi Nusantara: Komunikasi Digital dan Media*, IPB University 7, no. 2 (2025): 330–331.
- Sastropetro, Santoso. *Pendapat Publik, Pendapat Umum, dan Pendapat Khalayak dalam Komunikasi Sosial*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 1990.
- Satrivi, dan Purnama. “Pembentukan Opini Publik Indonesia Oleh Cable News Network (CNN) Indonesia Berkenaan Dengan Isu Sampah Plastik.” *Padjadjaran Journal of International Relations* 2, no. 2 (Agustus, 2021): 223-237  
 DOI: [10.24198/padjir.v3i2.33515](https://doi.org/10.24198/padjir.v3i2.33515)
- Sholihul Abidin, dkk. “Kredibilitas Media dalam Pemberitaan Implementasi Kawasan Ekonomi Khusus Kota Batam: Survei Koran Harian Batam Pos, Tribun Batam, Sindo Batam, Haluan Kepri, dan Pos Metro.” *Jurnal Komunikasi* 3, no. 1 (April, 2017): 69-81  
 Doi: <https://doi.org/10.10358/jk.v3i1.252>
- Siregar N. N., “Strategi Komunikasi dalam Pembentukan Opini Publik Masyarakat,” *Jurnal Manajemen Dakwah*. 3, no. 2 (Desember, 2021): 343-358  
 DOI: <https://doi.org/10.24952/tad.v3i2.4880>
- Siswanto. “Representasi Isu Sampah dan Pengelolaan Limbah dalam Pemberitaan Media Lokal dan Pengaruhnya pada Partisipasi Masyarakat.” *Aspikom International Communication Conference*, (Oktober 20, 2025), 180-191  
 DOI: <https://doi.org/10.31947/aiccon2025.v1i1.47715>
- Suhendra, dan Feny Selly Pratiwi. “Peran Komunikasi Digital dalam Pembentukan Opini Publik: Studi Kasus Media Sosial.” Dalam *Prosiding: Resiliensi Indonesia dalam Pusaran*

- Disrupsi Global*. Universitas Sriwijaya, 2024.  
<https://doi.org/10.30589/proceedings.2024.1059>
- Sulianto, A. A., Kurniati, E., & Rahmawati, C. T. "Sebaran kualitas air sumur di sekitar TPA Randegan Kota Mojokerto berbasis GIS". *Jurnal Sumberdaya Alam dan Lingkungan*. 7 No. 1 (2020) 28-36  
 DOI: <http://dx.doi.org/10.21776/ub.jsal.2020.007.01.4>
- Syafitri, Nadia. "Strategi Kampanye Pelestarian Lingkungan pada Akun Instagram Gerakan Peduli Sungai Tembung (@gps.tembung)." *Jurnal Komunikasi* 2, no. 8 (Agustus 8, 2024):666-675.  
<https://jkm.my.id/index.php/komunikasi/article/view/93/104>
- Watie, Errika Dwi Setya, Citra Safira, dan Suhariyanto Suhariyanto. "Pembentukan Opini Publik di Media Sosial pada Isu Pemaksaan Penggunaan Jilbab di Sekolah." *Analoka: Jurnal Ilmu Komunikasi* 2, no. 1 (Juni 2024).  
<https://doi.org/10.26623/janaloka.v2i1.9430>
- West,Richard. Pengantar Teori Komunikasi : Teori dan Aplikasi. (Jakarta : Salemba Humanika, 2008)
- Ardiansyah, Muhammad Ali., Sofia, Lisda., dan Rifayanti, Rina., Pengaruh Pelatihan Pendidikan Lingkungan Hidup Terhadap Sikap Peduli Anak Akan Kelestarian Lingkungan. *Psikostudia: Jurnal Psikologi*. 5 No. 2 (Desember, 2026) 86-106. DOI: <http://dx.doi.org/10.30872/psikostudia.v5i2.2281>
- Wijaya, Aldi, dan Satrio Wibisana. "Pengaruh Penggunaan Media Sosial sebagai Alat Komunikasi Individu terhadap Loyalitas Lingkungan Sekitar Polrestabes RT 18 Jakabaring." *Naafi: Jurnal Ilmiah Mahasiswa* 2, no. 3 (Juni 2025).  
<https://doi.org/10.62387/naafijurnalilmiahmahasiswa.v2i3.192>
- William, Yohanes, dan Riris Loisa. "Peran Media Sosial dalam Membangun Opini Publik: Studi Kasus Akun Media Sosial DPR RI." *Kiwari* 4, no. 3 (September 2025): 226–234.
- Yulda, Aulia Sinta. *Strategi Komunikasi Lingkungan @Zero Waste.Id\_Official dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Perkotaan di Instagram*. Skripsi S1, Institut Ilmu

Al-Qur'an (IIQ) Jakarta, 2024.  
<https://repository.iiq.ac.id/handle/123456789/3969>

Web

Data Reportal, *Digital 2025: Indonesia*, diakses 14 Agustus 2025, pukul 10.31. <https://datareportal.com/reports/digital-2025-Indonesia>



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A