

Komunikasi Sosial Pengemis Badut Jalanan

Agung Taufik Nugraha*, Maman Suherman

Prodi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

*agungtaufikn@gmail.com, mamansuherman.unisa@gmail.com

Abstract. The phenomenon of street clown beggars is an indication of the social problems that exist in the city of Bandung. The majority of them are based on economic deficiencies, but there are other causes as well. there are also many of the clown beggars who are based on ignorance. The purpose of this study is to find out the motives, meanings, and experiences of communication for the subject of clown beggars in responding to social communication. As well as trying to study changes in practice in begging, who were originally beggars wearing shabby clothes, now use character clown costumes which are considered more friendly to the community. This study uses a qualitative method with a phenomenological study approach. Data collection techniques were carried out by interview, observation, and documentation as well as sampling using purposive sampling technique with snowball sampling technique. The result of this study is that the subject's motives are divided into 2 categories, namely non-biological and biological motifs. The meaning of street clown beggars is intersubjective, some interpret it by entertaining themselves and others. The subject's experience of social communication in responding to forms of social communication are, firstly, social communication to fellow street clown beggars and social communication that takes place to families including parents, husband/wife and relatives. Beggar Clowns do not realize that if they change the culture of begging, they only innovate as someone who makes a living on the streets.

Keywords: Phenomenology, social communication, street clown beggar.

Abstrak. Fenomena pengemis Badut Jalanan ini merupakan indikasi dari permasalahan sosial yang ada di Kota Bandung. Mayoritas dari mereka didasari karena kekurangan ekonomi, Namun ada pula penyebab lainnya. banyak juga dari pengemis badut yang didasari karena ketidak Tujuan dari penelitian ini ingin mengetahui motif, makna, dan pengalaman komunikasi bagi subjek pengemis badut dalam menanggapi komunikasi sosial. Serta berusaha mengkaji perubahan praktik dalam mengemis yang awalnya pengemis memakai baju lusuh kini menggunakan kostum badut karakter yang di anggap lebih ramah kepada masyarakat. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi fenomenologi. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi serta penarikan sample menggunakan teknik purposive sampling dengan teknik snowball sampling. Hasil penelitian ini adalah motif subjek di bagi menjadi 2 kategori, yaitu motif Non-biologis dan biologis. Makna pengemis badut jalanan bersifat intersubjektif, adapula yang memaknainya dengan menghibur diri dan orang lain. Pengalaman komunikasi sosial subjek dalam menanggapi bentuk komunikasi sosial adalah, pertama komunikasi sosial kepada sesama pengemis badut jalanan dan komunikasi sosial yang berlangsung terhadap keluarga meliputi orang tua, suami/istri dan saudara. Pengemis Badut tidak menyadari jika dirinya merubah budaya dalam mengemis, mereka hanya berinovasi sebagai seorang yang mencari nafkah di jalanan.

Kata Kunci: Fenomenologi, komunikasi sosial, pengemis badut jalanan

A. Pendahuluan

Manusia merupakan makhluk sosial dan juga makhluk individu, Seperti yang kita tau sejak di lahirkan di dunia atau bumi tanpa kita sadari bahwa manusia sudah mempunyai dua hasrat atau keinginan pokok. Yaitu keinginan untuk menjadi satu dengan suasana alam yang ada disekelilingnya dan menjadi berbeda dengan manusia yang ada di sekilngnya (masyarakat). Oleh karena itu manusia perlu upaya untuk mengembangkan hidupnya atau untuk bertahan hidup. Komunikasi Sosial adalah suatu proses interaksi suatu individu atau kelompok melalui penyampaian pesan yang bertujuan membangun integrasi atau adaptasi sosial.

Komunikasi sosial mempertegas jika komunikasi sangatlah penting bagi keberlangsungan hidup setiap individu guna untuk membentuk konsep diri, dan aktualisasi diri yang di harapkan bisa memperoleh kebahagiaan diri agar terhindar dari tekanan dan ketergantungan melalui komunikasi yang menghibur. dan memupuk hubungan dengan orang lain. Ada kalanya juga manusia membangun kelompok sosial yang memiliki kepentingan yang sama, mau itu untuk bertahan hidup atau untuk mengembangkan kehidupannya. Diantaranya kelompok anak jalanan seperti pengamen music, manusia silver, dan pengemis badut.

Pengemis Badut Jalanan adalah pengemis yang menggunakan pakaian tokoh kartun, film seperti Doraemon, Winnie the pooh, Upin Ipin dan banyak lainnya, sembari membawa speaker kecil dengan memutar musik dangdut atau sejenisnya, lalu mereka melambaikan tangan dan berjoget-joget di tempat-tempat umum. Seperti di traffic light, pusat perbelanjaan, pertokoan, warung makanan dan di taman-taman kota. Namun ada juga sebagian kecil dari Badut Jalanan yang mengemis dengan hanya berkspresikan sedih, lemas dan berbekal kotak atau sejenis mangkuk untuk tempat uang yang ia harapkan dari kendaraan roda dua atau roda empat yang melintas dan orang yang ada disekitarnya

Pengemis Badut jalanan ini merupakan perubahan praktik dalam kegiatan mengemis, pada awalnya sebagai pengemis biasa yang sering kita temu dengan hanya menggunakan pakaian lusuh, namun kini berusaha menjadi pengemis yang menggunakan kostum badut karakter. Profesi pengemis badut seringkali di diskriminatif atau di banding-bandingkan dengan Profesi yang lainnya, sehingga memberikan kesan berbeda dengan orang yang mencari nafkah dengan cara yang layak atau cara yang lebih baik, pengemis badut jalanan yang setidaknya sudah berusaha untuk lebih kreatif dalam melakukan kegiatan mengemis, tetap saja dinilai memiliki citra yang buruk bagi masyarakat.

Fenomena badut jalanan ini bisa dikatakan terbilang baru di kalangan masyarakat, hal ini merupakan upaya dari pengemis yang di harapkan dapat lebih menarik simpati masyarakat untuk memberinya uang secara sukarela. Menurut survey dari peneliti, maraknya terdapat badut jalan di Kota Bandung hal ini diduga dampak dari pandemic Covid-19 yang menghantam Indonesia, dan juga Menurut data yang bersumber Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah kemiskinan di kota Bandung meningkat dari tahun 2019 hingga tahun 2020 Hal tersebut dapat dilihat pada data yang dikutip dari BPS Kota Bandung, dimana pada tahun 2019, jumlah penduduk yang tergolong miskin di Kota Bandung sebanyak 84,67 ribu orang. Sedangkan pada tahun 2020, jumlah penduduk yang tergolong miskin meningkat menjadi 100,02 ribu orang. Kemudian ada juga data yang bersumber Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah pengangguran di kota Bandung Meningkat dari tahun 2018 hingga 2020, dimana pada tahun 2018, jumlah pengangguran hanya sebesar 5,07%. Sedangkan pada tahun 2019, jumlah pengangguran meningkat menjadi 5,51%. Hingga pada akhirnya setelah dampak pandemic covid-19 tersebut, jumlah pengangguran di Kota bandung meningkat lagi menjadi 8,58%.

Menurut penjelasan di atas, Subjek atau pengemis Badut yang melakukan kegiatan mengemis badut dijalanan itu didasari karena kekurangan ekonomi, rendahnya pendidikan dan kurangnya kemampuan diri. Atau pun memiliki maksud dan tujuan yang lainnya. peneliti merasa perlu dilakukannya penelitian tentang pengemis badut jalanan tersebut guna melihat bagaimana pengemis badut dalam komunikasi sosialnya, mengetahui faktor apa saja yang mendorong mereka menjadi pengemis badut dan mengetahui alasan subjek melakukan perubahan praktik dalam mengemis yang ada di sekitaran Kota Bandung. Melihat dari penjelasan diatas, penulis menciptakan penelitian yang berjudul “Komunikasi Sosial pengemis Badut Jalanan Di Kota Bandung” dengan menggunakan studi fenomenologi dan metode

penelitian kualitatif. Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sbb.

1. Untuk mengetahui motif subjek mengemis di wilayah Kota Bandung.
2. Untuk Mengetahui makna mengemis bagi subjek penelitian.
3. Untuk Mengetahui pengalaman komunikasi subjek penelitian dalam menanggapi komunikasi sosial yang ada di wilayah Kota Bandung.
4. Untuk mengetahui perubahan praktik pengemis biasa menjadi pengemis badut jalanan.

B. Metodologi Penelitian

Paradigma penelitian ini menggunakan Teknik konstruktivis dengan metode kualitatif dengan pendekatan teori penelitian fenomenologi Alfred Schutz. Objek dalam penelitian ini adalah Komunikasi sosial badut jalanan dan subjek penelitian ini adalah pengemis yang menggunakan kostum badut. Menurut Creswell dalam buku Kuswarno, yang berjudul “Metodologi Penelitian Komunikasi Fenomenologi”, bahwa 10 orang cukup atau Ketika data yang diperoleh sudah jenuh, artinya pertanyaan yang sama di jawab oleh subjek dengan jawaban yang sama sehingga tidak lagi berkembang. Berdasarkan pengertian di atas informan yang akan digunakan peneliti yaitu memilih 10 orang pengemis badut yang ada Kota Bandung dengan Teknik pengambilan informan yaitu purposive sampling, dengan Teknik snowball. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara secara mendalam, observasi dan dokumentasi. Ada pula Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan penyajian data, reduksi data, dan menarik kesimpulan. Uji keabsahaan dalam penelitian ini menggunakan triangulasi data.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Motif Mengemis Badut Jalanan

Motif adalah hal yang mendorong seseorang untuk melakukan sebuah Tindakan atau memutuskan suatu pekerjaan yang mereka akan jalani, Pekerjaan yang mereka pilih kini berdasarkan kondisi saat ini. Dari penelitian ini terdapat 10 orang informan yang memiliki alasan berbeda-beda untuk bekerja sebagai badut jalanan. Dalam hal ini peneliti menentukan 2 motif, yaitu karena motif biologis, dan motif non-biologis. Dalam penelitian ini terdapat 2 orang badut jalanan yang menyebutkan karena motif biologis yang menjadikan mereka memutuskan badut jalanan menjadi pilihan hidupnya.yaitu informan yang Bernama Pak Otang dan Pak Suhana. Faktor biologis terdapat dari cacat dari lahir, cacat fisik karena kecelakaan atau cacak fisik karena penyakit (termasuk uzur). Sedangkan 8 orang lainnya di karenakan motif non biologis yang mendorong beberapa informan menjadi badut jalanan seperti karena pemutusan hubungan kontrak (PHK), ajakan kerabatan atau teman dan karena ditinggal oleh orang yang menjadi tumpuan hidupnya. Yaitu seperti infroman yang Bernana Bu Susi, Kang Adi, Kang David, Kang Akay, Kang Hendra, Kang Hendra, Kang Iwan, dan Kang Didik. Kedua Motif tersebut didasari dari dorongan diri sendiri maupun ajakan orang terdekat.

Makna mengemis badut jalanan

Menurut Alfred, tindakan manusia dapat menjadi suatu hubungan sosial jika manusia memberikan makna tertentu terhadap tindakannya sendiri, manusia lain juga dapat memahami tindakannya sebagai sesuatu yang mempunyai arti atau makna. Schutz juga mengkhususkan perhatiannya kepada bentuk subjektivitas yang disebut intersubjektivitas. Konsep ini adalah konsep yang menunjukkan kepada dimensi kesadaran umum dan kesadaran khusus kelompok sosial yang saling beintegrasi. Intersubjektivitas yang mungkin adalah terjadinya pergaulan sosial, tergantung kepada peranan masing masing yang diperoleh melalui pendapat, gambaran dari peristiwa, dan pengalaman yang bersifat pribadi.

Dibawah ini merupakan bagaimana subjek mengemukakan makna terhadap pekerjaan sebagai badut jalanan bisa di ketahui dari cara mereka melihat dirinya sebagai pengemis yang berbeda dari sebagai sebagian besar individu yang berkembang dalam lingkungan dan berhubung dengan alasan atau motif mereka berada di jalanan.

Berdasarkan hasil penelitian hampir seluruh informan memiliki sudut pandang, menjadi badut jalanan dilakukan untuk memenuhi kebutuhan pokok sehari-hari dengan contoh makan,

merokok, biaya angsuran tempat tinggal dan di tabung untuk anak, istri.

Berbeda dengan yang dikatakan oleh Kang akay, menurutnya makna menjadi badut jalanan merupakan untuk menghibur orang lain sekaligus menghibur dirinya sendiri dari kenyataan pahit yang beliau alami karena terlilit hutang, beliau juga berpendapat jika ada calon dermawan yang memberinya rezeki menurutnya hal itu layak karena beliau mengeluarkan usaha atau tenaga untuk menghibur tidak hanya mengadahkan tangan dan tidak dengan cara memaksa. Sama halnya seperti kang Akay yang di rasakan oleh kang David, menurutnya menjadi badut jalanan sangat bermakna karena dengan begitu beliau tidak menggantungkan diri kepada orang tuanya, bahkan bisa membantu orang tuanya sediki-sedikit untuk menutupi kebutuhan ekonomi keluarganya dibandingkan hanya berdiam diri saja dirumah tidak mendapatkan penghasilan, dan kang David berpendapat jika dirinya menjadi badut jalanan bukan hanya sekedar minta-minta tangan mengadach untuk di kasihani melainkan Tindakan yang kreatif untuk menghibur orang-orang melintas dengan menggunakan kostum. Berdasarkan uraian di atas, Alfred mengemukakan bahwa makna subjektif merupakan bentuk yang real atau nyata seseorang yang mengartikan berbagai factor dari bentuk nyata dan tertentu yang mempunyai makna bagi dirinya sendiri.

Pengalaman Komunikasi Sosial

1. Bentuk Komunikasi sosial bagi pengemis badut jalanan

Komunikasi sosial biasanya berjalan seperti layaknya orang berkomunikasi pada umumnya. Dalam hal ini dapat diamati secara langsung maupun tidak langsung untuk menggambarkan bagaimana cara mereka berkomunikasi.

Melalui pengamatan yang telah dilakukan bisa di ketahui terdapat komunikasi dalam kelompok pengemis badut jalanan, mereka menggunakan Bahasa verbal dan Bahasa non-verbal (Bahasa tubuh). Seperti yang dikatakan kang David bahwa dia tidak menggunakan Bahasa yang khusus kepada warga lainnya. Mereka pada umunya berkomunikasi sama seperti orang lain diluar sana, yang membedakan adalah Bahasa yang digunakan adalah Bahasa Sunda. Bahasa Sunda yang digunakan pun cenderung lebih santai dan ungkapan yang bersifat kotor tidak pantas dilontarkan kepada calon dermawan. Bahasa verbal yang diucapkan sebagai bentuk ucapan salam kepada orang yang lebih tua atau calon dermawan adalah “assalamu’alaikum” atau “permisi”.

Berbeda dengan yang di lakukan kang Akay dan kang wahyu, yaitu menggunakan Bahasa tubuh atau isyarat yang termasuk dalam kategori komunikasi social non-verbal. Komunikasi non-verbal yang dilakukan oleh kang Akay dan kang wahyu biasanya dilakukan saat memberikan kode kepada salah satu dari mereka untuk bergiliran jam istirahat per satu jam karena mereka bekerja secara kelompok. Bahasa non-verbal yang mereka tunjukan dengan cara menyilangkan tangannya seperti huruf X.

2. Komunikasi Terhadap Orang Tua

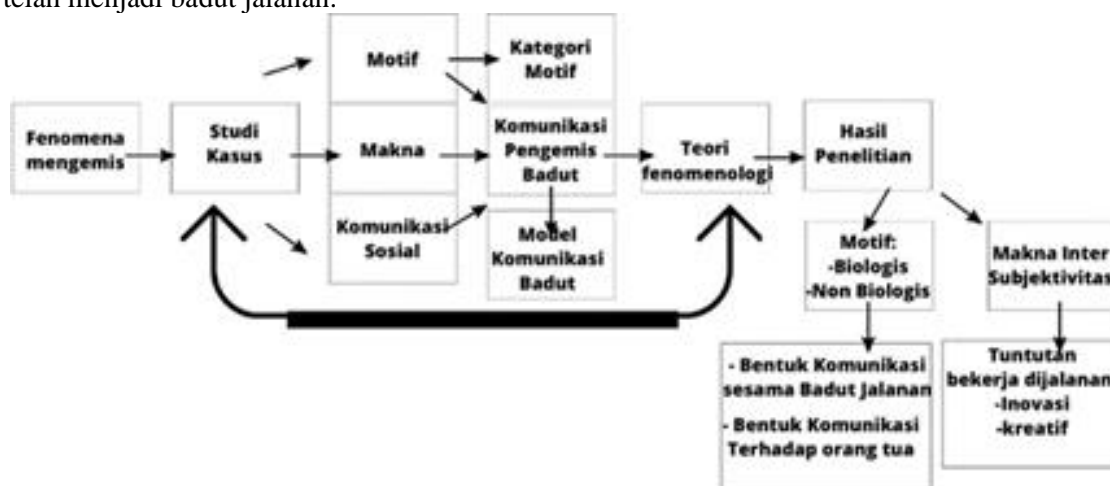
Selain adanya bentuk komunikasi sosial bagi subjek sendiri, adapula komunikasi sosial badut jalanan terhadap orang tua, saudara, sesama badut jalanan dan orang yang baru dikenal. Pada umumnya komunikasi sosial yang diucapkan lebih sopan dan baik dibandingkan dengan sesama badut jalanan yang sudah dikenal. Badut jalanan mayoritas menggunakan dua Bahasa, yaitu Bahasa Indonesia dan Bahasa daerah masing-masing atau sunda. Percakapan antara subjek dengan orang tua biasanya terjadi saat akan memulai aktivitas sebagai badut jalanan untuk sekedar berpamitan dan meminta doa restu dari orang tua seperti yang di lakukan kang David sebelum hendak bekerja ke jalanan sebagai badut, melalui pengamatan tidak langsung yang dapat dilihat dari kutipan wawancara di bawah ini:

“Paling kalo malem cuci kostumnya karena saya punya sendiri jadi ga harus ngambil ke tempat sewaan kostum di jalan soekarno hatta, terus bantu ibu dulu dan yang penting meminta bekal doa dari orang tua.” (Kang David, Bandung 10 mei 2022).

Perubahan Praktek dalam mengemis

Perubahan praktek dalam mengemis merupakan sebuah perubahan dalam budaya mengemis atau evolusi dari cara kerja sebagai pengemis, pada awalnya pengemis jalanan hanya mengadahkan tangan, kotak atau mangkuk didukung dengan pakaian compang-camping,

berkespresikan sedih, lemas dan berharap mendapatkan belas kasih berupa uang dari orang-orang yang ia jumpai sehari-harinya. Namun kini mengemis tidak seperti itu melainkan menggunakan pakaian yang bagus, yaitu menggunakan kostum karakter kartun seperti hello kitty, pokemon, upin upin dan bersikap ramah. kemunculan pengemis badut jalanan yang menggunakan kostum karakter kartun dinilai hanya perubahan praktek dalam mengemis, melalui observasi yang dilakukan peneliti secara langsung banyak badut jalanan yang di anggap ke dalam kegiatan mengemis atau minta-minta seperti hanya mendekati kendaraan motor atau mobil lalu menyodorkan kotak atau celengan yang telah di modifikasi sebagai tempat uang atau pun hanya duduk di pinggir trotoar dan berekspresikan sedih. Sama halnya dengan Pak Suhana, yang menarik perhatian calon dermawan dengan hanya dengan berdiam diri saja bisa dilihat dari tabel 9 diatas walaupun beliau menganggap hal yang dilakukannya itu sebagai penghibur jalanan namun melalui pengamatan secara tidak langsung melalui hasil wawancara bahwa tindakan yang dilakukan oleh pak suhana untuk menarik perhatian calon dermawan masuk ke dalam kategori pengemis. Dalam penelitian ini terdapat 10 orang sebagai informan, 7 orang diantaranya sudah bekerja di jalanan sebagai pengamen, pemulung, pengemis kemoceng, penjual tisu dan koran sebelum beralih menjadi badut jalanan. Walaupun dari 10 orang tersebut bukan berasal atau tidak ada yang dari pengemis jalanan yang tidak menggunakan kostum sebelumnya namun perlu kita ketahui hal apa yang menjadikan mereka memilih menjadi badut jalanan, karena alasannya bisa beragam entah itu karena pendapatan bisa lebih besar ataupun agar bisa menutupi identitas diri. Maka dari itu bisa kita ketahui jika pengemis badut jalanan merupakan profesi yang baru, atau fenomena yang baru di perjelas dengan data lama mereka telah menjadi badut jalanan.



D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Motif subjek mengemis di wilayah Kota Bandung dibagi menjadi 2 kategori, Motif biologis dan Motif non-biologis. Informan yang mempunyai motif Biologis yaitu Pak Suhana, dan Pak Otang. Motif ini juga merupakan dorongan dari diri sendiri yang muncul karena kebutuhan yang ingin dipenuhi bagi dirinya sendiri bahkan keluarganya walaupun mempunyai keterbatasan cacat fisik karena penyakit (uzur). Serta terakhir yang mempunyai motif non-biologis adalah Kang Adi, Kang Didik, Kang David, Kang Hendra, Kang Wahyu, Bu Susi, Kang Akay dan Kang Iwan. Serta motif utama pengemis badut jalanan tidak hanya sebab masa lalu atau untuk masa datang, tetapi terutama agar atau supaya dapat bertahan hidup pada masa kini.

2. Makna mengemis menjadi badut jalanan bagi subjek penelitian adalah sebagai seseorang yang mempunyai tanggung jawab pada diri nya sendiri bahkan kepada keluarganya, serta seseorang individu yang berusaha untuk melepaskan ketergantungan kepada orang tua, dan adapula juga seseorang tersebut memaknainya untuk menghibur bagi dirinya sendiri.
3. Terdapat dua Pengalaman komunikasi subjek penelitian dalam menanggapi komunikasi sosial yang ada di wilayah Kota Bandung. Yang pertama adalah komunikasi sosial bagi pengemis badut jalanan. Yaitu, dalam bentuk komunikasi individual terhadap badut jalanan lainnya, mereka menggunakan Bahasa non-verbal (Bahasa tubuh) dan Bahasa Verbal (Bahasa Daerah) yang santai seperti sebuah keluarga yang dipengaruhi oleh kesamaan latar belakang sebagai pengemis badut. Yang kedua adalah komunikasi sosial badut jalanan terhadap orang tua dan keluarga. Yaitu, dengan menggunakan komunikasi nada suara yang lembut, ekspresi wajah yang tersenyum. Maka dari itu komunikasi sosial terjadi antar individu dalam kehidupannya di masyarakat yang memiliki konteks dalam segala dimensi kehidupan manusia. Kita ketahui bahwa berkomunikasi itu penting untuk membangun konsep diri, aktualisasi diri, untuk kepentingan hidup.
4. Pengemis Badut Jalanan sendiri tidak menyadari jika secara tidak langsung yang mereka lakukan adalah merubah budaya dalam mengemis atau perubahan praktek dalam mengemis, alasan mereka menjadi badut jalanan merupakan hanya sebuah bentuk inovasi, kreatifitas dan tuntutan sebagai individu yang bekerja atau mencari nafkah di jalanan untuk mendapatkan perhatian dan belas kasih dari calon dermawan.

Acknowledge

Selanjutnya penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah memberi bimbingan, bantuan, dan dukungan karena penulis menyadari tanpa adanya mereka skripsi ini tidak akan terselesaikan secara baik. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada :

1. Prof. Dr. Atie Rahmiate, Dra., M.Si, selaku dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung telah memberikan dukungan dan bimbingan selama perkuliahan hingga terselesaikannya Skripsi ini.
2. Alex Sobur, Drs., M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan dukungan dan bimbingan selama perkuliahan hingga terselesaikannya Skripsi ini.
3. Dr. Maman Suherman, Drs., M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah membantu segala prosedur dalam tugas akhir.
4. Dr. Yenni Yuniati, Dra., M.Si, selaku dosen wali atas segala bimbingan dan motivasinya kepada penulis dalam menyelesaikan perkuliahan ini dengan baik.
5. Para nara sumber sebagai subjek penelitian yang sudah bersedia untuk menjadi informan dalam rangka membantu pengerjaan skripsi ini.
6. Seluruh dosen, para ketenaga kerja Pendidikan dan staf karyawan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung, yang membantu dalam segala proses administrasi.
7. Kedua orang tua serta saudara kandung penulis, Mamah, Ayah, Meta, dan Nia serta keluarga atas dukungan dan semangat yang telah diberikan.
8. Rekan-Rekan Pablo Collection dan Enamored AC yang telah memberikan motivasi, dukungan, dan semangat.
9. Teman-teman SMA yang memberikan semangat yang memberikan semangat dan motivasi.
10. Semua pihak yang belum disebutkan yang telah membantu dalam penyusunan Skripsi ini..

Daftar Pustaka

- [1] <https://bandungkota.bps.go.id/pressrelease/2021/01/06/871/profil-kemiskinan-di-kota-bandung-maret-2020.html>

- [2] <https://jabar.bps.go.id/indicator/6/73/1/tingkat-pengangguran-terbuka-kabupaten-kota.html>
- [3] Kuswarno, Engkus, 2009, Metodologi Penelitian Komunikasi, Fenomenologi, Konsepsi, Pedoman dan Contoh Penelitian, Bandung:Widya Padjadjaran.
- [4] Yusra Karim, Iqbal, Yulianita, Neni. (2021). Peran Instagram @greenarationid sebagai Media Kampanye Ramah Lingkungan, Jurnal Riset Public Relations, 1(2), 120 – 129