

BAB II

REPRESENTASI PERMASALAHAN ECO-ANXIETY

Permasalahan iklim telah ada sejak lama dan berdampak pada berbagai aspek dalam kehidupan manusia. Isu ini telah banyak menimbulkan dampak negatif pada kehidupan manusia. Dampak perubahan iklim telah mengancam keberlangsungan hidup manusia di masa mendatang. Karenanya, beberapa tahun terakhir muncul fenomena baru yaitu *eco-anxiety*. Untuk mengetahui dampak yang terjadi pada *eco-anxiety*, penelitian ini menggunakan 250 responden dengan karakteristik sebagai berikut.

2.1 Karakteristik Responden

Karakteristik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah generasi Z di Indonesia dan pernah mendengar/melihat/membaca informasi terkait perubahan iklim. Penelitian ini menggunakan 250 sampel. Sampel didominasi oleh responden dengan tahun kelahiran 2002 sebanyak 22%, kemudian disusul oleh responden kelahiran tahun 2003 sebanyak 14.4%.

Tabel 2.1 Tahun kelahiran responden

Tahun Kelahiran	Jumlah	Persentase
1997	22	8.8%
1998	20	8%
1999	14	5.6%
2000	29	11.6%
2001	35	14%
2002	55	22%
2003	36	14.4%
2004	12	4.8%
2005	9	3.6%
2006	9	3.6%
2007	8	3.2%
2008	0	0%
2009	1	0.4%
2010	0	0%
2011	0	0%
2012	0	0%

Pada penelitian ini, peneliti tidak mendapat sampel dengan tahun kelahiran 2008, 2010, 2011, dan 2012. Sementara itu, persentase responden paling sedikit adalah responden dengan tahun kelahiran 2009 atau hanya 0.04%.

2.2 Gambaran Umum Eco-anxiety

Masalah perubahan iklim memang bukan permasalahan baru. Namun, masalah perubahan iklim yang berkepanjangan dan tak kunjung teratasi telah menimbulkan fenomena baru bernama *eco-anxiety*. *Eco-anxiety* dikenal sebagai istilah yang menggambarkan ketakutan yang dialami oleh

seseorang berkaitan dengan perubahan iklim dan kerusakan lingkungan (Clayton et al., 2017).

Dampak perubahan iklim yang kian dirasakan oleh manusia menyebabkan timbulnya tekanan dan perasaan negatif yang tak terbendung. Meskipun kadar dampak yang dirasakan berbeda, namun, setiap negara mengalami dampak perubahan iklim. Negara berkembang menjadi negara yang paling riskan terhadap dampak perubahan iklim karena keterbatasan sumber daya yang dimiliki untuk mengatasi dan menangani permasalahan ini.

Perasaan negatif terkait perubahan iklim bisa saja muncul karena banyaknya ketidakpastian yang dirasakan mengenai masa depan bumi yang menjadi tempat tinggal manusia. *Eco-anxiety* menjadi isu yang relevan di tengah gencarnya digitalisasi, dimana individu semakin mudah mendapatkan berbagai informasi sehingga kesadaran akan isu ini pun kian meningkat. Konsumsi informasi perubahan iklim oleh audiens akan turut berpotensi memengaruhi kognitif, afektif, dan perilaku audiens. Informasi ini banyak disampaikan oleh media yang memegang peran sebagai sumber informasi. Banyak individu merasa terbebani oleh ancaman dan dampak dari perubahan iklim, sehingga mereka merasakan kecemasan dan ketakutan akan masa depan kehidupan mereka.

2.3 Perkembangan Eco-anxiety secara Global

Fenomena *eco-anxiety* memang tergolong dalam fenomena baru. Meski masalah *eco-anxiety* tergolong baru dan belum secara resmi dikategorikan sebagai masalah patologis, namun fenomena ini telah

menimbulkan berbagai masalah dalam kehidupan sehari-hari manusia. Hal ini dibuktikan dengan berbagai temuan penelitian yang telah banyak dilakukan di berbagai negara.

Penelitian yang dilakukan oleh Reyes dkk (2021) menunjukkan bahwa peningkatan *eco-anxiety* berkorelasi dengan menurunnya kesehatan mental (Reyes et al., 2021). Temuan lain oleh Hickman dkk (2021) juga menunjukkan bahwa *eco-anxiety* telah berdampak menghambat aktivitas kehidupan sehari-hari (Hickman et al., 2021). Temuan paling baru oleh Ogunbode (2023) menunjukkan bahwa *eco-anxiety* telah menjadi sebab munculnya gejala insomnia (Ogunbode et al., 2023).

Fenomena ini telah menimbulkan dampak yang serius dalam kehidupan sehari-hari manusia. Banyaknya tekanan yang muncul akibat perubahan iklim yang terjadi telah memicu munculnya tekanan psikologis terkait isu ini. Banyak dari generasi muda yang merasakan beban ketika memikirkan masa depan yang akan mereka lewati akibat perubahan iklim yang terjadi. Fenomena ini menunjukkan bahwa *eco-anxiety* tidak hanya menjadi masalah individu seorang, melainkan masalah global yang perlu diatasi demi terwujudnya masa depan yang berkelanjutan.

2.4 Perkembangan Eco-anxiety di Indonesia

Fenomena *eco-anxiety* tidak hanya terjadi di berbagai negara lain. Meski belum banyak penelitian mengenai *eco-anxiety* yang dilakukan di Indonesia, namun eksistensi fenomena ini di Indonesia telah muncul. Di Indonesia, fenomena *eco-anxiety* muncul seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan isu perubahan iklim. Ketidakpastian mengenai

masa depan yang harus di hadapi telah membuat munculnya kecemasan yang dirasakan.

Eksistensi fenomena ini di Indonesia dapat dilihat melalui hasil survei yang telah dilakukan oleh Ipsos Global (2024) yang menunjukkan bahwa dua generasi, yaitu generasi Z dan generasi milenial, banyak mengalami perasaan lelah dan tak berdaya akibat perubahan iklim yang terjadi (Ipsos, 2024). Perubahan iklim yang terjadi sudah dianggap berada di luar kendali mereka sehingga mereka merasa tindakan apapun yang dilakukan tidak akan berdampak banyak karena sudah terlambat untuk mengambil tindakan.

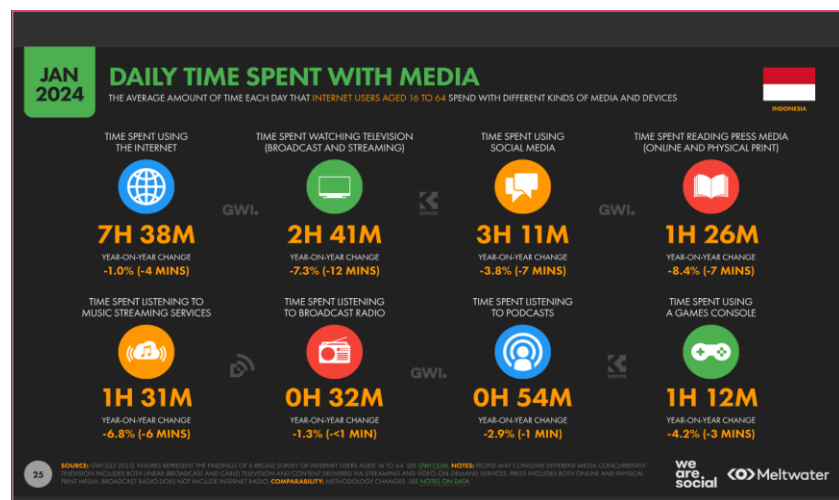
Frekuensi kecemasan yang dialami oleh masyarakat Indonesia terkait perubahan iklim juga kian meningkat. Hal ini ditunjukkan melalui survei yang dilakukan oleh *United Nations Development Programme* (UNDP) bahwa 60% masyarakat Indonesia mengalami peningkatan rasa khawatir terkait perubahan iklim (Flynn et al., 2024). Fenomena ini bisa menjadi potensi masalah yang lebih besar jika tidak segera ditangani. Karenanya, dibutuhkan penelitian lebih lanjut untuk mengkaji fenomena ini.

2.5 Pemanfaatan Media di Indonesia

Media, sebagai salah satu pilar utama penyampaian informasi, telah mengalami perkembangan yang pesat, tak terkecuali di Indonesia. Penggunaan berbagai media, baik media konvensional seperti televisi dan radio hingga media digital seperti media sosial dan internet memainkan peran sentral dalam kehidupan masyarakat modern. Kemampuan media

untuk menjangkau berbagai lapisan di masyarakat memainkan peran penting dalam berbagai bidang kehidupan, baik ekonomi, politik, sosial, hingga lingkungan.

Berbagai isu bisa mendapat perhatian dari masyarakat salah satunya ada peran media yang secara masif menyebarkan isu tersebut. Dalam konteks isu lingkungan seperti perubahan iklim, media juga memainkan peran yang signifikan. Di tengah urgensi yang ditimbulkan pada isu tersebut, penyebaran informasi oleh media diharapkan dapat menjadi pemicu munculnya perubahan besar di masa mendatang.



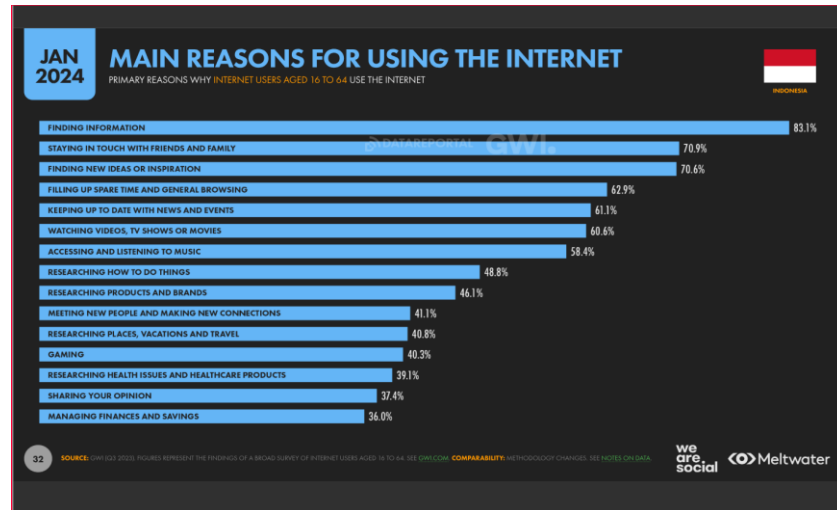
(We Are Social & Meltwater, 2024b)

Di tengah gencarnya digitalisasi, tentu media digital menjadi media utama dengan jumlah pengguna paling banyak. Namun, melalui data yang terlampir diatas, diketahui bahwa media lain seperti televisi dan radio juga tidak kehilangan pengguna. Dibanding dengan penggunaan internet dengan rata-rata 7 jam per hari oleh masyarakat Indonesia berusia 16-64 tahun, rata-rata penggunaan televisi hanya berada pada durasi 2 jam 41 menit per hari. Media digital bisa menjadi pilihan utama untuk mereka yang memiliki

kemudahan akses terhadapnya. Namun, media konvensional seperti televisi, radio, koran cetak, dan lain sebagainya dapat menjadi opsi untuk mereka yang tidak memiliki kemudahan akses terhadap internet. Terkadang, kombinasi antara media digital dan konvensional kerap sengaja dilakukan oleh media dengan tujuan agar bisa menjangkau audiens yang lebih luas, sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima oleh berbagai segmen masyarakat.

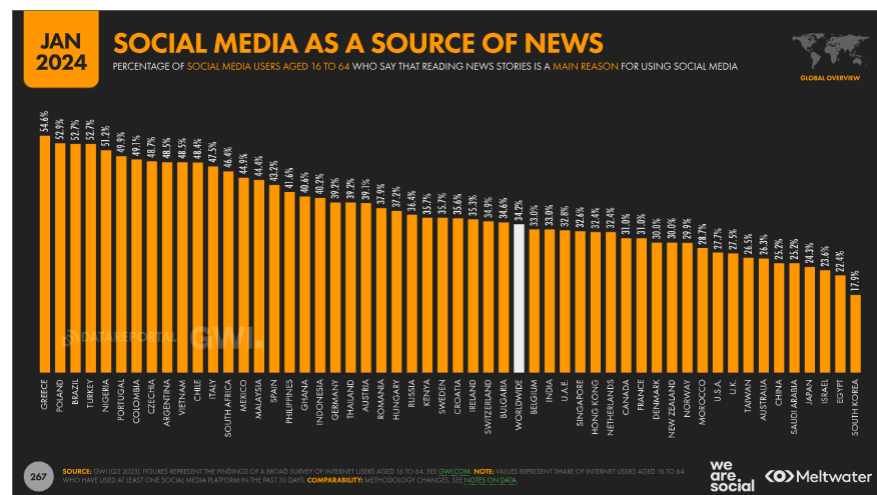
Penyampaian informasi dilakukan oleh media secara masif. Proses komunikasi berupa penyampaian informasi ini dapat menimbulkan berbagai dampak pada audiens, mulai dari dampak kognitif, afektif, hingga perilaku. Informasi terkait perubahan iklim dengan segala dampak yang ditimbulkannya seringkali menjadi beban emosional tersendiri karena berkaitan dengan kelangsungan hidup kita di masa mendatang. Meski demikian, dalam pemanfaatannya, media paling banyak dimanfaatkan untuk mencari suatu informasi tertentu.

Melalui hasil survei yang dilakukan oleh WeAreSocial, diketahui bahwa pencarian informasi menjadi alasan utama dari penggunaan internet. Dibanding dengan berbagai tujuan lain, pencarian informasi menjadi alasan utama oleh audiens dalam penggunaan internet dengan persentase sebesar 83.1%. Dapat disimpulkan bahwa media telah menjadi jembatan untuk kebutuhan sumber informasi individu.



(We Are Social & Meltwater, 2024b)

Media sosial memiliki kemampuan untuk menyajikan informasi secara cepat dan *real-time*. Meski memiliki tantangan tersendiri, seperti banyaknya misinformasi dan berita palsu yang beredar, namun melalui data yang sama, Indonesia juga tercatat menjadi negara ke-19 dari 54 negara yang memanfaatkan media sosial sebagai sumber berita.



(We Are Social & Meltwater, 2024a)