



Peran Media Sosial Facebook Dalam Pembentukan Opini Publik Terhadap Perdagangan Satwa Liar Ilegal Di Indonesia

Ednanda Belva Aria

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta

Email: 2310411072@mahasiswa.upnvj.ac.id

Abstract

Illegal wildlife trade has become an issue that threatens biodiversity and animal welfare in Indonesia. This activity not only harms the environment but also has the potential to disrupt the overall balance of ecosystems. As one of the most widely used social media platforms in Indonesia, Facebook has great potential in shaping public opinion and raising public awareness on various issues, including this one. This study aims to analyze the role of Facebook in influencing public opinion regarding the illegal wildlife trade. The study uses a case study method. Data for this study was collected through observation, content analysis, and interviews with several Facebook users in Indonesia. Data analysis was carried out using a thematic approach. The findings of this study indicate that the role of Facebook in shaping public opinion regarding the illegal wildlife trade in Indonesia has not been effectively carried out. While Facebook posts can present informative visual evidence and facts, audience responses tend to be passive, limited to likes or shares without substantial discussion or comments. Recommendations from this study suggest that there is a need to improve the strategy for disseminating information regarding the wildlife trade in Indonesia, both from society and the government, so that the message about illegal wildlife trade can reach a wider public and encourage more active engagement.

Keywords: Case Study, Facebook, Opinion Formation, Illegal Wildlife Trade

Abstrak

Perdagangan satwa liar ilegal telah menjadi isu yang mengancam keanekaragaman hayati dan kesejahteraan satwa di Indonesia. Aktivitas ini tidak hanya merugikan lingkungan, tetapi juga berpotensi mengancam keseimbangan ekosistem secara keseluruhan. Sebagai salah satu platform media sosial yang banyak digunakan di Indonesia, Facebook memiliki potensi besar dalam membentuk opini publik dan meningkatkan kesadaran masyarakat terkait berbagai isu, termasuk masalah ini. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran Facebook dalam memengaruhi opini publik terhadap perdagangan satwa liar ilegal. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus. Data dalam penelitian ini diperoleh dengan observasi, analisis unggahan, dan wawancara dengan beberapa pengguna Facebook di Indonesia. Analisis data dilakukan dengan teknik pendekatan tematik. Hasil penelitian ini yaitu Peran Media Sosial Facebook Dalam Pembentukan Opini Publik Terhadap Perdagangan Satwa Liar Ilegal Di Indonesia masih kurang berjalan dengan baik. Unggahan Facebook mampu menyajikan bukti visual dan fakta yang informatif, tetapi respons dari audiens cenderung pasif, terbatas pada tanda suka atau bagikan tanpa adanya diskusi atau komentar yang substansial. Saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini adalah perlu ditingkatkan strategi penyebaran informasi terkait perdagangan satwa liar di Indonesia, baik itu dari masyarakat dan pemerintah agar pesan mengenai perdagangan satwa liar dapat menjangkau publik secara lebih luas dan mendorong keterlibatan yang lebih aktif.

Kata Kunci: Studi Kasus, Facebook, Pembentukan Opini, Perdagangan satwa ilegal

PENDAHULUAN

Perdagangan satwa liar ilegal di Indonesia telah menjadi isu yang mengancam keanekaragaman hayati dan kesejahteraan satwa. Banyak alasan mengapa manusia melakukan perdagangan liar, seperti permintaan ekonomi, kebutuhan obat tradisional, hingga status sosial. Di Indonesia, permasalahan ini semakin memprihatinkan. Data dari Balai Konservasi Sumber Daya Alam (BKSDA) menunjukkan peningkatan kasus perdagangan satwa liar sebesar 18% dari tahun 2018 ke 2019 (KLHK, 2020). Menurut laporan TRAFFIC, Indonesia menjadi salah satu negara dengan tingkat perdagangan satwa liar tertinggi di Asia Tenggara (TRAFFIC, 2022).

Media sosial memainkan peran signifikan dalam isu ini. Pada 2024, We Are Social mencatat ada 139 juta identitas pengguna media sosial di Indonesia. Dari jumlah tersebut, sebanyak 81.6% merupakan pengguna Facebook. Penelitian oleh Siriwat dan Nijman (2018) menemukan bahwa platform seperti Facebook dan Instagram telah menjadi sarana utama dalam transaksi ilegal satwa liar di Indonesia. Kemudahan akses dan anonimitas yang ditawarkan media sosial memfasilitasi pertumbuhan jaringan perdagangan satwa liar secara online.

Facebook adalah salah satu situs jejaring sosial yang memungkinkan penggunanya untuk berinteraksi dengan satu sama lain menggunakan internet. Facebook pertama kali diluncurkan oleh Eduardo Saverin dan Mark Zuckerberg pada tahun 2006. Facebook diciptakan dengan tujuan agar manusia dapat saling berkomunikasi untuk berbagai macam tujuan. Pengertian lain dari facebook adalah suatu situs komunitas dimana kita bisa bertemu dengan orang lain dan bersosialisasi di dunia maya, yang bisa disebut dengan jejaring sosial atau *social networking website* (Kurniali, 2009). Selain itu, Facebook merupakan sarana promosi dan jual beli yang efektif karena kemudahan akses dan jangkauan yang luas.

Facebook memiliki beberapa jumlah fitur interaksi yang dapat digunakan oleh pengguna Facebook yang diantaranya adalah fitur 'Home/Beranda', ruang tempat sesama pengguna berinteraksi dengan satu sama lain. 'Friends/Teman', ruang tempat sesama penggunanya yang mengikuti akun satu sama lain dapat melihat dan mengunggah pesan mereka. 'Video', ruang untuk para pengguna dapat menonton berbagai jenis unggahan video, mulai dari video pendek dan live streaming dari pengguna lainnya, hingga tayangan acara asli yang diproduksi oleh Facebook pada ruang 'Shows/Acara'. 'Marketplace', ruang yang menyediakan akses bagi para pengguna untuk beriklan secara gratis. Dalam ruang ini, pengguna dapat mempromosikan produk atau layanan yang mereka tawarkan kepada audiens yang

lebih luas. 'Group/Grup', ruang bagi pengguna dengan minat dan tujuan yang sama untuk saling berbagi informasi, berinteraksi, dan berdiskusi dalam komunitas-komunitas yang sama.

Opini publik menurut Leonard W. Doob adalah sikap masing-masing individu yang tergabung dalam suatu kelompok Masyarakat yang sama mengenai sebuah isu tertentu (Djoenaesih S. Sunarjo, 1984, 26). Dengan opini publik yang semakin hari semakin luas dan mudah untuk berubah-ubah, penelitian ini ingin mencari tahu peran seperti apakah yang diberikan oleh media sosial Facebook terhadap opini Isu ini dapat dikategorikan sebagai isu sosiologi komunikasi karena melibatkan interaksi sosial dan penyebaran informasi melalui media dalam konteks perdagangan satwa liar. Teori yang relevan untuk menganalisis kasus ini adalah Teori Difusi Inovasi yang dikemukakan oleh Everett Rogers. Melalui buku *Diffusion of Innovation (DOI)*, Rogers (1983) memberikan konsep difusi inovasi sebagai kecepatan sebuah sistem sosial dalam menerima ide-ide baru yang ditawarkan oleh sebuah inovasi. Teori Difusi menggabungkan aspek sosiologi (perubahan sosial) dan komunikasi (penyebaran informasi). Teori ini akan digunakan untuk menganalisis bagaimana media sosial dapat menjadi saluran dalam menyebarkan kesadaran dan membentuk opini publik mengenai perdagangan satwa liar ilegal.

Kajian sebelumnya menunjukkan bahwa media sosial, seperti Facebook, dapat berfungsi sebagai media untuk bertukar informasi, berdiskusi, dan berkampanye yang dapat membentuk persepsi masyarakat terhadap banyak isu di masyarakat. Aryantini et al (2024) dalam penelitiannya tentang Peran Media Sosial dalam Pembentukan Opini Publik Politik mengungkapkan bahwa media sosial dapat menjadi instrumen-instrumen dalam menyampaikan pesan, meskipun fenomena filter bubble memperparah polarisasi. Namun, meskipun peran media sosial telah banyak diteliti, masih sedikit penelitian yang secara spesifik mengkaji bagaimana Facebook mempengaruhi opini publik terhadap perdagangan satwa liar ilegal di Indonesia.

Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kekosongan literatur tersebut dengan membahas peran Facebook dalam membentuk opini publik terhadap perdagangan satwa liar ilegal di Indonesia. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian ini akan mengeksplorasi peran Facebook dalam meningkatkan kesadaran publik, menyebarkan informasi, dan mendorong perubahan sikap serta tindakan masyarakat terhadap isu perdagangan satwa liar ilegal.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana media sosial Facebook mempengaruhi pemahaman dan sikap masyarakat terhadap isu perdagangan satwa liar ilegal, bagaimana proses difusi inovasi (kesadaran tentang dampak negatif perdagangan satwa liar) terjadi melalui media sosial, dan apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas media sosial dalam membentuk opini publik terkait isu ini.

KAJIAN PUSTAKA

Beberapa studi terdahulu telah membahas keterkaitan antara media sosial dan isu perdagangan satwa liar. Penelitian oleh Xu et al. (2020) menganalisis peran WeChat dalam perdagangan satwa liar di Tiongkok. Mereka menemukan bahwa platform ini memfasilitasi transaksi ilegal dan menyebarkan informasi yang mempromosikan penggunaan produk satwa liar. Studi ini menggunakan pendekatan analisis konten untuk mengkaji pesan-pesan di WeChat.

Di sisi lain, Nekarisi et al. (2019) meneliti dampak video viral di YouTube terhadap permintaan kukang sebagai hewan peliharaan. Mereka menemukan bahwa video video tersebut meningkatkan minat publik terhadap kukang, namun juga membuka peluang untuk edukasi tentang konservasi. Penelitian ini menggunakan metode campuran, menggabungkan analisis komentar YouTube dan survei online.

Penelitian yang akan dilakukan berbeda dari kedua studi di atas dalam beberapa aspek. Pertama, fokus penelitian ini adalah pada pembentukan opini publik, bukan hanya pada pola perdagangan atau dampak terhadap permintaan. Kedua, penelitian ini akan menggunakan Teori Difusi Inovasi sebagai kerangka analisis, yang belum digunakan dalam kedua studi sebelumnya. Teori ini menjelaskan bagaimana ide atau praktik baru (dalam hal ini, kesadaran tentang dampak negatif perdagangan satwa liar) menyebar melalui saluran komunikasi tertentu dari waktu ke waktu di antara anggota sistem sosial (Rogers, 2003). Terakhir, konteks penelitian ini adalah Indonesia, yang memiliki karakteristik sosial-budaya dan tantangan konservasi yang unik.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini akan menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Studi kasus merupakan bagian dari penelitian metode kualitatif yang hendak mendalami suatu kasus lebih rinci dengan mengumpulkan informasi dari berbagai sumber (Conny R, 2010). Metode kualitatif dipilih karena memungkinkan eksplorasi mendalam terhadap fenomena sosial yang kompleks, seperti pembentukan opini publik (Creswell & Poth, 2018). Pendekatan ini juga sesuai untuk menggali makna

dan interpretasi yang diberikan oleh individu terhadap pesan-pesan di media sosial terkait perdagangan satwa liar.

Pengumpulan data akan dilakukan melalui:

1. Analisis konten media sosial: Mengkaji postingan, komentar, dan interaksi di platform Facebook terkait isu perdagangan satwa liar.
2. Wawancara mendalam: Melibatkan 20-25 informan yang terdiri dari pengguna aktif media sosial Facebook, aktivis lingkungan, dan pakar komunikasi.

Analisis data akan menggunakan pendekatan tematik, dengan koding dan kategorisasi data berdasarkan konsep-konsep dalam Teori Difusi Inovasi. Triangulasi sumber data akan dilakukan untuk meningkatkan validitas temuan. Metode kualitatif ini dipilih karena memungkinkan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana individu menerima, menafsirkan, dan menyebarkan informasi tentang perdagangan satwa liar di media sosial. Pendekatan analisis tematik akan digunakan untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan melaporkan pola-pola (tema) dalam data. Langkah-langkah dalam analisis tersebut meliputi, familiarisasi dengan data, pengkodean, pencarian tema, peninjauan tema, pendefinisian dan penamaan tema, dan produksi laporan (Suhendra dan Pratiwi, 2024).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian berikut menguraikan tentang bagaimana peran media Facebook dalam pembentukan opini publik terhadap perdagangan satwa liar ilegal di Indonesia. Suhendra dan Pratiwi menyebutkan dalam penelitiannya terdapat faktor-faktor yang memengaruhi opini publik pada media sosial, berdasarkan analisis data yang dilakukan melalui observasi, wawancara, dan analisis konten, faktor-faktor tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Kredibilitas sumber informasi
Pengguna Facebook akan lebih memilih untuk memercayai informasi yang dibagikan oleh sumber yang terpercaya.
- a. Dukungan sosial
Pengguna Facebook lebih menganggap unggahan yang memiliki banyak *engagement* atau dukungan (*likes, shares, comments*).
- b. Keterlibatan emosional

- Pengguna Facebook dapat membentuk opininya melalui unggahan berita yang dapat membangkitkan emosi mereka, baik itu emosi positif ataupun negatif.
- c. Frekuensi paparan
Pengguna Facebook yang sering melihat suatu isu di akun Facebook-nya lebih cenderung memiliki pengaruh lebih besar terhadap pembentukan opini.
 - d. Kesesuaian dengan nilai personal
Informasi yang sesuai dan sejalan dengan preferensi seorang pengguna Facebook cenderung lebih mudah diterima.
 - e. Dampak komunikasi digital terhadap opini publik
Dampak signifikan yang terlihat dari komunikasi digital terhadap opini publik.
 - f. Percepatan pembentukan opini
Kecepatan dalam pembentukan opini publik sebagai respon terhadap suatu peristiwa atau isu.
 - g. Volatilitas opini
Opini publik yang berada di media sosial seperti Facebook cenderung berubah-ubah berdasarkan waktu, informasi baru, atau informasi yang dominan.
 - h. Fragmentasi opini
Para pengguna Facebook dapat memiliki beragam opini publik yang berbeda-beda dan seringkali sulit untuk mencapai konsensus.
 - i. Penguatan bias konfirmasi
Pengguna Facebook cenderung mencari dan mendukung informasi yang mendukung opini awal mereka.
 - j. Perluasan diskursus publik
Facebook membuka ruang bagi berbagai suara dan perspektif lain agar dapat terlibat dalam pembentukan opini publik.

Facebook sebagai Platform Pembentukan Opini Publik

Pada era digital saat ini, media sosial telah menjadi sarana yang banyak digunakan dalam proses komunikasi massa. Mulai dari menjadi media hiburan, politik, hingga berbisnis. Dalam media sosial, contohnya Facebook, terjadi banyak perubahan proses pembentukan opini publik, contohnya mengenai penyebaran informasi dan opini mengenai isu perdagangan satwa liar ilegal di Indonesia. Dengan pengguna aktif

yang mencapai 81.6% dari 139 juta per Januari 2024, Facebook membuat informasi mengenai perdagangan satwa liar tersebar dengan luas dan cepat.

Dua contoh unggahan berikut diambil sebagai bahan analisis untuk mengkaji bagaimana Facebook memengaruhi opini publik terkait perdagangan satwa liar di Indonesia.

Unggahan 1

Unggahan yang dibagikan oleh akun PEMBELA SATWA LIAR dengan caption “Perdagangan 1,18 ton sisik trenggiling yang diduga melibatkan oknum aparat TNI dan Kepolisian menjadi catatan buruk dalam kasus satwa liar di minggu ini. #PSLWeeklyNews merangkum kabar tersebut bersama dengan kabar lain terkait kemunculan buaya muara di tepi sungai di Yogyakarta. Simak selengkapnya! #pembelasatwaliar #satwaliar #sisiktrenggiling #trenggiling #buayamuara #kakatua #paus” tersebut berisi dengan kumpulan berita terkini mengenai konflik dan peristiwa satwa liar, salah satunya yaitu penangkapan 3 oknum aparat yang diduga terlibat dalam perdagangan 1,18 ton sisik trenggiling. Dalam berita tersebut, sejumlah 1,18 ton sisik trenggiling tersebut diamankan dari seorang warga sipil dan dua orang oknum TNI serta seorang oknum kepolisian di Kabupaten Asahan, Sumatra Utara oleh tim gabungan Balai Pengamanan dan Penegakan Hukum (Gakkum) wilayah Sumatra, Polda Sumut, dan Polisi Militer Daerah Militer (Pomdam) I/Bukit Barisan pada hari senin tanggal 11 bulan November 2024. Dirjen Gakkum KLHK Rasio Ridho Sani menyampaikan bahwa berdasarkan perhitungan valuasi kerugian negara dari KLHK dan peneliti IPB, terdapat total 5.900 ekor trenggiling yang dibunuh pada kasus ini dan dari angka tersebut terhitung kerugian ekonomi mencapai Rp265,8 miliar.



Gambar 1. Cuplikan Gambar Unggahan 1

Unggahan 2

Unggahan berita yang dibagikan oleh grup BERITA ACEH TAMIANG dengan judul “Dua Pria di Aceh Ditangkap Jual Organ Satwa Dilindungi” tersebut berisi tentang penangkapan dua pria di Aceh atas tuduhan perdagangan organ tubuh satwa liar yang dilindungi. Penangkapan ini dilakukan di kawasan Peukan Bada, Aceh Besar, pada Selasa, 3 Desember 2024. Dari dua tersangka, polisi berhasil mengamankan 3 kepala rusa yang tanduknya sudah di potong, 6 tanduk rusa, beberapa lembar kulit kambing hutan dan kulit kancil, 30 kilogram sisik trenggiling, dan 1 paruh burung rangkong. Kedua tersangka tersebut bertindak sebagai penjual dan pembeli.



Gambar 2. Cuplikan Gambar Unggahan 2

Kedua unggahan tersebut menggunakan pendekatan visual dengan menampilkan foto hasil sisik tringgiling yang diselundupkan dan foto penangkapan dua terangka terkait jual beli organ satwa dilindungi di Aceh. Penggunaan gambar berfungsi sebagai penyajian bukti visual. Selain itu, kedua unggahan juga mendokumentasikan penangkapan para tersangka perdagangan satwa liar, menyampaikan fakta data statistik, dan menyampaikan informasi terkait satwa yang diperjualbelikan. Dengan informasi yang mendalam, kedua unggahan ini dapat mendorong diskusi di kalangan audiens.

Dari dua unggahan tersebut, unggahan pertama mendapatkan tiga tanggapan suka dan satu bagikan, sementara unggahan kedua mendapatkan delapan tanggapan suka. Hal ini menunjukkan adanya keterlibatan yang rendah dari pengguna Facebook terkait isu perdagangan satwa liar yang dibahas dari kedua unggahan Facebook tersebut. Minimnya tanggapan disebabkan oleh kurangnya elemen interaktif, seperti diskusi terbuka dan kurangnya penyebaran berita. Meskipun demikian, jumlah bagikan pada unggahan pertama menunjukkan adanya potensi penyebaran informasi yang dilakukan oleh pengguna Facebook. Berdasarkan hal tersebut, terdapat pengguna yang tidak berinteraksi atau memberikan opininya secara langsung, tetapi membagikannya kepada orang lain.

Dari beberapa pengguna Facebook, peneliti telah mewawancarai total sebanyak lima narasumber pada tanggal 15 Desember 2024 untuk memberikan pendapatnya mengenai kedua contoh unggahan.

1. Hasil Analisis Wawancara 1

“Menurut saya dengan adanya kejadian ini bukan hanya memberitahu kita kalau perdagangan ilegal satwa liar ini masih ada, tetapi juga menunjukkan kalau pengawasan dan kesadaran masyarakat untuk melindungi satwa liar itu masih lemah. Jadi, pemerintah dan lainnya beserta masyarakat harus lebih peduli dan tegas untuk memberi hukuman yang jera untuk mereka yang masih melakukan perdagangan ilegal seperti yang terjadi di berita itu.”

Dari wawancara tersebut, narasumber memberikan tanggapannya mengenai informasi yang disebarkan oleh Facebook. Dari jawaban ini dapat dilihat bahwa Facebook dapat menjadi alat yang bermanfaat untuk meningkatkan kesadaran Masyarakat. Namun, peran Facebook dalam menyebarkan berita juga bergantung pada strategi komunikasi yang diterapkan oleh pemerintah dan masyarakat.

2. Hasil Analisis Wawancara 2

“Dengan adanya berita-berita seperti ini di Facebook, masyarakat jadi tahu kalau perdagangan hewan liar itu tidak sepatutnya masih ada di Indonesia, karena yang di perjualbelikan juga termasuk hewan langka yang harus dilestarikan dan dijaga. Selain itu, tidak semua orang bisa merawat hewan langka dengan persiapan atau penanganan yang benar.”

Dari pernyataan yang diberikan oleh narasumber, penyebaran informasi dalam media social Facebook terbukti dapat meningkatkan kesadaran Masyarakat bahwa perdagangan liar berspesies langka, khususnya di Indonesia, tidak seharusnya masih terjadi. Dengan menyebarkan konten terkini dan infformatif, Facebook berperan sebagai sarana edukasi yang dapat mengubah ataupun mengajak masyarakat untuk memiliki pandangan yang positif terhadap isu ini.

3. Hasil Analisis Wawancara 3

“Dari yang saya baca, menurut saya berita-berita tersebut menyeramkan dan menyedihkan, karena hewan yang diperjualbelikan itu adalah hewan-hewan yang dilindungi. Total yang dijual pun juga tidak sedikit, lalu juga di-mention di beritanya kalau Aceh itu adalah habitat dari banyak hewan. Nah, menurut saya tindakan untuk menelusuri pelaku jual beli hewan ini harus dilanjutkan lagi, karena dengan Aceh sebagai habitat banyak hewan dilindungi, pasti ada oknum-oknum jahat yang belum ketahuan.”

Pernyataan narasumber 3 mencerminkan respons emosional terhadap perdagangan satwa dilindungi, menyoroti urgensi pelestarian satwa yang dilindungi dan penegakkan hukum yang tegas. Dalam konteks peran Facebook, platform ini dapat berperan sebagai penyebar informasi agar para aparat kepolisian dapat menangani kasus-kasus seperti ini.

4. Hasil Analisis Wawancara 4

“Menurut saya, berita-berita tersebut adalah kasus yang tergolong sangat serius, apalagi dari dua berita tersebut, ada satu berita dimana pelakunya adalah tiga orang oknum aparat. Hal tersebut dapat menjelekkan nama baik dan juga membuat kepercayaan masyarakat berkurang. Selain itu juga karena pemburuan satwa liar dapat merusak ekosistem. Maka dari itu, harus ada regulasi dari pemerintah seperti edukasi ke masyarakat. Penegak hukum juga harus tegas dengan hal ini, seperti yang sudah dilakukan dalam dua unggahan tersebut, sebagaimana bukti penangkapan para tersangka.”

Pernyataan dari narasumber ini menekankan tingkat keseriusan kasus, terutama karena terdapat keterlibatan oknum aparat. Ketika informasi tersebut disebarkan melalui Facebook, hal tersebut dapat memperkuat kesadaran masyarakat mengenai urgensi isu serta membangun tekanan sosial terhadap pemerintah dan penegak hukum untuk bertindak lebih tegas, baik terhadap masyarakat ataupun aparat keamanan sendiri. Berita seperti ini memiliki potensi untuk memicu adopsi inovasi berupa regulasi yang lebih baik dan tindakan penegakan hukum yang lebih tegas. Salah satu faktor pentingnya adalah hasil dari suatu tindakan. Dokumentasi penangkapan pelaku dapat berfungsi sebagai bukti yang memberikan kepercayaan kepada masyarakat.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa peran Facebook dalam membentuk opini publik terkait isu ini kurang baik. Meskipun Facebook memiliki potensi untuk menyebarkan informasi dan menyajikan bukti, Facebook kurang memberikan hasil yang signifikan terhadap isu perdagangan satwa liar ilegal di Indonesia. Tanggapan yang diberikan lebih terbatas pada interaksi seperti tanda suka dan pembagian unggahan, tidak terdapat adanya diskusi atau komentar yang menunjukkan keprihatinan ataupun pendapat publik mengenai hal tersebut. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun informasi mengenai perdagangan satwa liar sudah tersebar, dampaknya terhadap perubahan perilaku masyarakat dan opini publik masih terbatas. Beda halnya dengan interaksi yang dilakukan di dunia maya, dunia nyata mengindikasikan bahwa pemahaman dan pendapat masyarakat mengenai isu perdagangan satwa liar ilegal di Indonesia ini lebih positif. Meskipun respons yang diberikan pada media sosial Facebook cenderung pasif, wawancara secara langsung menunjukkan bahwa masyarakat memiliki kesadaran dan pandangan yang menunjukkan kekhawatiran akan kelangsungan hidup dan kesejahteraan hewan liar dan hewan yang dilindungi. Para narasumber menyuarakan keprihatinan terhadap dampaknya mengenai keanekaragaman hayati dan dinamika sosial. Hal ini menunjukkan bahwa di luar media sosial, terdapat potensi pembentukan opini publik yang positif di dunia nyata.

Saran

Pemerintah harus membuat strategi komunikasi yang lebih efektif dan matang serta melibatkan masyarakat dalam perencanaannya agar penyebaran dan perluasan

informasi lebih meluas dan merata. Selain itu supaya masyarakat dapat menjadi lebih aktif dan turut ikut serta dalam pembentukan opini publik.

DAFTAR PUSTAKA

- Asri, L. (2023). FACEBOOK SEBAGAI STRATEGI DAKWAH PAC FATAYAT NU KESUGIHAN CILACAP (Doctoral dissertation, Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali).
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches. Sage publications.
- Djoenaesih S. Sunarjo. (1984). Opini Publik. Yogyakarta, Penerbit Liberty.
- Indasari, F. (2021, June). Pembentukan Opini Publik Pada Media Massa: Program Satu Milyar Satu Kelurahan Di Kecamatan Singaran Pati Panorama Kota Bengkulu. In *Seminar Ilmu-Ilmu Sosial* (pp. 27-34).
- KLHK. (2020). Laporan Tahunan Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan Republik Indonesia. Jakarta: KLHK.
- Kurniali, S. (2013). Step by step Facebook. Elex Media Komputindo.
- Nekaris, K. A. I., Campbell, N., Coggins, T. G., Rode, E. J., & Nijman, V. (2019). Tickled to death: Analysing public perceptions of 'cute' videos of threatened species (slow lorises–*Nycticebus* spp.) on Web 2.0 Sites. *PloS one*, 14(1), e0222432.
- Rogers, E. M. (2003). Diffusion of innovations (5th ed.). Free Press.
- Siriwat, P., & Nijman, V. (2018). Using online media-sourced seizure data to assess the illegal wildlife trade in Siamese rosewood. *Environmental Conservation*, 45(4), 352-360.
- Suhendra, S., & Pratiwi, F. S. (2024, October). Peran Komunikasi Digital dalam Pembentukan Opini Publik: Studi Kasus Media Sosial. In *Iapa Proceedings Conference* (pp. 293-315).
- TRAFFIC. (2022). Southeast Asia: At the heart of wildlife trade. Cambridge, UK: TRAFFIC International.

Xu, Q., Cai, M., & Mackey, T. K. (2020). The ilegal wildlife digital market: An analysis of Chinese wildlife marketing and sale on Facebook. *Environmental Conservation*, 47(3), 206-212.