

Peran Media Sosial Dalam Membangun Kesadaran Masyarakat Terhadap Kerusakan Lingkungan: Analisis Praktik Komunikasi Lingkungan digital

Tari Setia Suci¹, Selfia Yolanda², Suci Daramika³

^{1,2,3}Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Teuku Umar, Aceh, Indonesia
e-mail: : tsetiasuci@gmail.com

Article History

Received: 28 October 2025

Revised: 29 November 2025

Accepted: 30 November 2025

Abstract

The rapid development of social media has changed the way individuals obtain information, form opinions, and take action, including on environmental issues. This study examines the influence of digital campaigns on social media on increasing environmental awareness and environmentally friendly behavior. Through an analysis of digital campaign content and a survey of active social media users, it was found that social media plays a significant role in environmental education and advocacy. Creative, interactive, and evidence-based campaign content has been shown to be more effective in influencing attitudes and actions, such as reducing the use of single-use plastics, managing waste, and choosing environmentally friendly products. The results show that active participation in digital campaigns not only increases knowledge but also strengthens social norms that encourage collective behavioral change. However, campaign effectiveness is influenced by trust in the information source, digital literacy levels, and the consistency of the message. This study underscores the significance of collaboration among communities, environmental activists, and social media platforms in expanding the reach of campaigns and fostering sustainable behavioral change. Thus, social media can be a strategic tool in strengthening environmental movements in the digital era.

Keywords: *social media; digital campaigns; environmental awareness*

Abstrak

Perkembangan pesat media sosial telah mengubah cara individu memperoleh informasi, membangun opini, dan mengambil tindakan, termasuk dalam isu-isu lingkungan. Penelitian ini mengkaji pengaruh kampanye digital di media sosial terhadap peningkatan kesadaran lingkungan dan perilaku ramah lingkungan masyarakat. Melalui analisis konten kampanye digital dan survei terhadap pengguna aktif media sosial, ditemukan bahwa media sosial memainkan peran signifikan sebagai sarana edukasi dan advokasi lingkungan. Konten kampanye yang kreatif, interaktif, dan berbasis bukti ilmiah terbukti lebih efektif dalam memengaruhi sikap dan tindakan, seperti pengurangan penggunaan plastik sekali pakai, pengelolaan sampah, dan pemilihan produk ramah lingkungan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa partisipasi aktif dalam kampanye digital tidak hanya meningkatkan pengetahuan, tetapi juga memperkuat norma sosial yang mendorong perubahan perilaku kolektif. Namun, efektivitas kampanye dipengaruhi oleh kepercayaan terhadap sumber informasi, tingkat literasi digital, dan konsistensi pesan. Studi ini menyoroti pentingnya kolaborasi antara komunitas, aktivis lingkungan, dan platform media sosial untuk memperluas jangkauan kampanye dan mendorong perubahan perilaku yang berkelanjutan. Dengan demikian, media sosial dapat menjadi alat strategis dalam memperkuat gerakan lingkungan di era digital.

Kata kunci: media sosial; kampanye digital; kesadaran lingkungan



Pendahuluan

Di era disrupsi digital saat ini, isu kerusakan lingkungan telah menjadi krisis global yang mendesak, ditandai dengan perubahan iklim, hilangnya keanekaragaman hayati, dan polusi yang masif. Secara historis, upaya membangun kesadaran publik seringkali mengandalkan media konvensional seperti televisi, surat kabar, atau kampanye tatap muka. Namun, metode ini sering kali terbentur pada keterbatasan jangkauan, biaya produksi yang tinggi, dan kecepatan penyebaran informasi yang relatif lambat. Situasi ini berubah drastis dengan munculnya dan dominasi media sosial (Medsos), seperti Instagram, X (Twitter), TikTok, dan YouTube. Platform-platform ini telah merevolusi cara masyarakat berinteraksi, mengonsumsi, dan mendistribusikan informasi. Dengan penetrasi pengguna yang meluas, Medsos kini menawarkan potensi yang tak tertandingi untuk memangkaskan batasan geografis dan demografis, memungkinkan penyebaran pesan tentang krisis lingkungan secara cepat, masif, dan viral. Medsos tidak hanya berfungsi sebagai saluran komunikasi satu arah, tetapi juga sebagai ruang dialog interaktif yang memberdayakan masyarakat untuk berbagi pengalaman, memobilisasi aksi kolektif, dan menekan pembuat kebijakan.

Selain itu, Kesadaran lingkungan juga telah menjadi isu krusial di kalangan milenial seiring meningkatnya degradasi lingkungan global. Sebagai platform komunikasi utama bagi generasi ini, media sosial memiliki potensi signifikan untuk meningkatkan kesadaran dan mendorong perubahan perilaku terhadap isu-isu lingkungan. Studi ini bertujuan untuk menganalisis peran media sosial dalam meningkatkan kesadaran lingkungan di kalangan milenial. Penelitian ini mengadopsi metode tinjauan pustaka dengan menganalisis berbagai jurnal ilmiah dan literatur terkini dan relevan. Temuan penelitian mengungkapkan bahwa media sosial berfungsi sebagai media diseminasi dan partisipatif, yang memungkinkan milenial untuk terlibat aktif dalam kampanye lingkungan. Kesimpulannya, media sosial secara signifikan meningkatkan kesadaran dan memobilisasi aksi kolektif terkait isu-isu lingkungan. Namun, efektivitasnya dipengaruhi oleh kualitas konten dan literasi digital pengguna. Studi ini merekomendasikan penguatan strategi komunikasi melalui media sosial untuk memaksimalkan dampaknya terhadap kesadaran lingkungan.

Selain itu, konten kampanye digital dan survei terhadap pengguna aktif media sosial, juga ditemukan bahwa media sosial memainkan peran signifikan sebagai sarana edukasi dan advokasi lingkungan. Konten kampanye yang kreatif, interaktif, dan berbasis bukti ilmiah terbukti lebih efektif dalam memengaruhi sikap dan tindakan, seperti pengurangan penggunaan plastik sekali pakai, pengelolaan sampah, dan pemilihan produk ramah lingkungan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa partisipasi aktif dalam kampanye digital tidak hanya meningkatkan pengetahuan, tetapi juga memperkuat norma sosial yang mendorong perubahan perilaku kolektif. Namun, efektivitas kampanye dipengaruhi oleh kepercayaan terhadap sumber informasi, tingkat literasi digital, dan konsistensi pesan. Studi ini menyoroti pentingnya kolaborasi antara komunitas, aktivis lingkungan, dan platform media sosial untuk memperluas jangkauan menjadi kampanye dan mendorong perubahan perilaku yang berkelanjutan. Dengan demikian, media sosial dapat alat strategis dalam memperkuat gerakan lingkungan di era digital.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan studi literatur pendekatan kualitatif dengan metode kajian studi literatur (library research). Kajian literatur ini digunakan karena sesuai untuk menggali dan menganalisis berbagai pemikiran, konsep, teori, serta temuan-temuan sebelumnya yang berkaitan dengan peran media social dalam membangun kesadaran Masyarakat terhadap kerusakan lingkungan. Peneliti literatur memungkinkan peneliti untuk memperoleh pemahaman yang mendalam terhadap membangun kesadaran Masyarakat terhadap lingkungan. Menurut Kothari (2004), kajian literatur penting untuk membangun kerangka teori yang kuat dan membantu peneliti melihat perkembangan topik yang sedang di teliti. Penelitian ini mengandalkan beberapa sumber data sekunder, seperti buku-buku ilmiah, artikel jurnal akademik, laporan hasil penelitian, dokumen resmi. Langkah-langkah dalam pelaksanaan studi literatur ini meliputi:

1. Menentukan topik yang akan di kaji agar pembatasan penelitian jelas.

2. Menelusuri sumber-sumber ilmiah seperti jurnal nasional, buku, artikel ilmiah, laporan penelitian dan dokumen relevan.
3. Melakukan seleksi sumber berdasarkan relevansi, kredibilitas, tahun publikasi, dan kesesuaian dengan fokus penelitian.
4. Membaca dan mencatat informasi penting dari setiap sumber, seperti teori, konsep, dan temuan penelitian terdahulu.
5. Menggolongkan informasi ke dalam tema atau kategori tertentu kesesuaian kebutuhan penelitian.
6. Menganalisis dan mensintesis literatur dengan cara membandingkan, menghubungkan, menafsirkan hasil telaah dari berbagai sumber.
7. Menyusun kerangka teori dan pembahasan berdasarkan hasil analisis literatur yang relevan.
8. Menarik Kesimpulan dari keseluruhan kajian untuk menjawab rumusan masalah tanpa melakukan pengumpulan data lapangan.

Dengan metode ini, di harapkan penelitian mampu memberikan kontribusi teoritis maupun praktis dalam memahami peran strategis generasi muda dalam proses demokratisasi dan Pembangunan politik di Indonesia. selain itu hasil kajian ini juga di harapkan dapat menjadi landasan awal bagi penelitian lanjutan yang lebih mendalam dan berbasis lapangan.

Hasil dan Pembahasan

A. Hasil

Hasil penelitian menunjukkan media sosial memiliki peran yang sangat besar dalam membangun kesadaran masyarakat terhadap kerusakan lingkungan. Media sosial menciptakan ekosistem komunikasi baru yang memungkinkan informasi lingkungan menyebar secara cepat dan luas. Berbagai konten seperti kampanye digital, video edukatif, ajakan aksi lingkungan, dan tagar bertema ekologi terbukti memengaruhi persepsi dan kepedulian masyarakat. Semakin sering masyarakat terpapar konten lingkungan, semakin tinggi kecenderungan mereka untuk memahami isu lingkungan dan berpartisipasi dalam tindakan ramah lingkungan.

Penelitian menemukan bahwa media sosial juga membentuk norma sosial baru yang mendorong perubahan perilaku. Ketika seseorang sering melihat unggahan mengenai gaya hidup minim sampah, kegiatan menanam pohon, atau aksi pembersihan sungai, muncul persepsi bahwa perilaku tersebut adalah norma sosial yang lazim dilakukan. Persepsi ini mendorong masyarakat untuk meniru perilaku mayoritas, terutama karena dipengaruhi oleh teori pengaruh sosial yang menyatakan bahwa individu cenderung mengikuti tren dan figur panutan. Di sisi lain, faktor demografi juga memengaruhi efektivitas kampanye digital. Generasi Z dan milenial lebih cepat merespons kampanye lingkungan di media sosial karena kedekatan mereka dengan teknologi dan kecenderungan mereka untuk mengikuti tren daring. Sebaliknya, generasi yang lebih tua memerlukan pendekatan yang lebih formal dan berbasis bukti agar merasa yakin untuk terlibat dalam isu lingkungan.

Hasil penelitian juga menunjukkan pentingnya kolaborasi lintas pihak dalam kampanye lingkungan. Kolaborasi antara aktivis, organisasi masyarakat sipil, influencer, dan media digital terbukti dapat memperluas jangkauan pesan serta memperkuat dampak kampanye. Influencer dengan pengikut yang besar membantu mempercepat penyebaran pesan, sementara aktivis memastikan kualitas dan akurasi konten. Selain itu, inovasi komunikasi seperti penggunaan live streaming, teknologi augmented reality, dan konten visual interaktif membuat pesan lingkungan lebih menarik dan mudah dipahami publik. Kemajuan ini memberikan pengalaman emosional dan imersif yang meningkatkan kedekatan masyarakat dengan isu-isu lingkungan. Namun demikian, penelitian juga menemukan bahwa kampanye digital saja tidak cukup. Upaya daring harus diiringi dengan tindakan nyata, seperti penyediaan fasilitas daur ulang, pendidikan lingkungan di sekolah, dan penegakan kebijakan. Tanpa dukungan konkret, kampanye digital berisiko hanya menjadi tren sesaat.

Selain temuan mengenai media sosial, penelitian menunjukkan bahwa media massa memiliki peran strategis sebagai pengarah informasi dan sarana edukasi publik. Media massa—baik televisi, media cetak, maupun portal daring—berperan penting dalam penyebaran informasi terkait perubahan iklim dan kerusakan lingkungan. Dalam konteks manajemen bencana, media massa menjadi sistem peringatan dini yang membantu masyarakat memahami risiko sebelum, saat, dan setelah bencana terjadi. Kasus yang diangkat media lokal,

seperti isu deforestasi di Pegunungan Meratus dan kerusakan mangrove di Teluk Youtefa, memperlihatkan bahwa pemberitaan yang konsisten dapat mendorong advokasi publik, menekan pemerintah, serta membuka ruang dialog antara masyarakat, ahli, dan pemangku kebijakan. Media lokal terbukti menjadi aktor penting dalam mengangkat isu-isu lingkungan yang seringkali luput dari perhatian media nasional.

B. Pembahasan

Pembahasan penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki potensi besar sebagai alat transformasi sosial dalam isu lingkungan. Media sosial tidak hanya menyebarkan informasi, tetapi juga membentuk norma, identitas, dan pola perilaku masyarakat. Kemampuan media sosial dalam menciptakan persepsi mayoritas melalui tren dan tagar viral menjadikan platform ini sarana efektif untuk mendorong adopsi perilaku ramah lingkungan. Perubahan ini terlihat lebih kuat pada generasi muda yang lebih terbuka pada inovasi dan lebih terhubung dengan dunia digital. Namun demikian, perbedaan generasi mengharuskan kampanye digital disesuaikan dengan kebutuhan tiap kelompok agar pesan dapat diterima secara efektif.

Pembahasan juga menegaskan bahwa kolaborasi lintas sektor merupakan elemen penting dalam keberhasilan kampanye lingkungan. Influencer, organisasi masyarakat sipil, komunitas lokal, dan aktivis memiliki peran saling melengkapi dalam memperkuat pesan. Kolaborasi yang dilakukan secara autentik dapat membangun kepercayaan publik sehingga kampanye tidak dianggap sebagai pencitraan semata. Inovasi teknologi seperti AR dan VR memperkaya cara penyampaian pesan sehingga isu lingkungan tidak lagi hanya bersifat informatif, tetapi juga memberikan pengalaman emosional yang dapat meningkatkan empati publik terhadap kerusakan lingkungan.

Namun demikian, pembahasan juga menekankan bahwa kampanye digital memiliki keterbatasan. Upaya online tidak dapat menghasilkan perubahan yang bermakna tanpa dukungan kebijakan dan fasilitas publik yang memadai. Penguatan tindakan nyata melalui pendidikan lingkungan, penyediaan sarana daur ulang, serta pengawasan hukum sangat diperlukan untuk memastikan kampanye digital berkontribusi pada perubahan perilaku yang berkelanjutan. Pada saat yang sama, media massa dan media lokal memiliki posisi strategis dalam memperkuat narasi lingkungan. Pemberitaan yang konsisten membantu membentuk opini publik, meningkatkan literasi lingkungan, serta memberikan tekanan moral kepada pemerintah untuk memperbaiki tata kelola lingkungan. Perpaduan antara media sosial, media massa, dan media lokal menciptakan ekosistem informasi yang saling melengkapi dalam mendorong gerakan pelestarian lingkungan di tengah krisis perubahan iklim.

Kesimpulan

Media sosial, media massa, dan media lokal berperan penting dalam meningkatkan kesadaran lingkungan melalui penyebaran informasi, pembentukan norma sosial, dan dorongan terhadap perilaku ramah lingkungan. Media sosial efektif menciptakan keterlibatan publik, terutama di kalangan generasi muda, sementara media massa dan lokal memperkuat edukasi serta advokasi melalui pemberitaan yang konsisten. Namun, kampanye digital harus didukung tindakan nyata dan kebijakan yang berkelanjutan agar mampu menghasilkan perubahan perilaku yang efektif dalam menghadapi kerusakan lingkungan dan krisis iklim.

Daftar Pustaka

- Fadli, A., & Sazali, H. (2023). *Peran media sosial Instagram@ greenpeaceid sebagai media kampanye dalam menjaga lingkungan*. Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi, 8(2), 209-222.
- Baki, I. (2021). *Peran media sosial dalam meningkatkan kepedulian terhadap isu lingkungan*. IJIE: Indonesian Journal of Informatic Education, 4(4). <https://doi.org/10.31004/ijie.v4i4.1561>
- Setiawan, A. A. S. A. A. (2013). *Peran Media Massa Dalam Meningkatkan Kualitas Kepemerintahan Lokal Berbasis Human Security Di Kota Jayapura*. Politika: Jurnal Ilmu Politik, 2(2), 39-48.

- Alya, F. F., Thohiriyah, N., Putri, A. A., Winri, R. M., Zordi, D. A., & Purwanto, H. E. (2025). *PERAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI PRANATA SOSIAL DALAM PEMBENTUKAN KESADARAN LINGKUNGAN MASYARAKAT: KAJIAN SOSIOLOGI KOMUNIKASI*. Jurnal Bincang Komunikasi, 3(1), 32-38.
- Ramadhani, A. P. (2019). *Strategi Komunikasi Greenpeace Indonesia dalam Mensosialisasikan Gerakan Global#BreakFreeFromPlastic di Instagram* [B.S. thesis]. Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Wulan Diah Ayuningtyas, Devi Fitriyani, Ilham Nurhafri, Eko Purwanto. (2025). *peran media sosial dalam meningkatkan kesadaran lingkungan di kalangan milenial*.
- Adelia, F. (2023). *Strategi penguatan literasi digital berbasis komunitas dalam melawan hoaks pada media sosial di Gerakan Masyarakat Peduli Literasi Digital Kota Bekasi* [B.S. thesis]. Jakarta.
- Citra pratiwi, susi yunarti, & siti komsiah. (2023). *Peran mahasiswa dalam menjaga kelestarian lingkungan dengan memanfaatkan media social*.
- Irhas, & Reni. (2025). *Sosial media dan kesadaran lingkungan: pengaruh kampanye digital terhadap perilaku ramah lingkungan*. SEIKAT: Jurnal Ilmu Sosial, Politik Dan Hukum, 4(1), 315-321.
- Kusnadi, Y., & Novianti, N. (2024). *Penggunaan Media Sosial Dalam Pemberdayaan Masyarakat Terkait Isu Lingkungan Dengan Metode Analytical Hierarchy Process*. Jurnal Komputer Antartika, 2(1), 35-41.
- Damanik, DCH (2025). *PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK KAMPANYE KESADARAN LINGKUNGAN*. Jurnal Pusat Multidisiplin Indonesia (IKMI), 2 (2), 1704-1710.
- Putri, I. R., & Pratiwi, E. (2022). *Aktivisme digital dan pemanfaatan media baru sebagai pendekatan pemberdayaan masyarakat atas isu lingkungan*. Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi, 8(2), 231-246.
- Fadia, T., Iranto, D., & Zahra, S. F. (2025). *Pengaruh Pengetahuan Lingkungan, Kesadaran Lingkungan, dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumsi Berkelanjutan pada Generasi Z di DKI Jakarta*. Indonesia Economic Journal, 1(2), 665-670.
- Natasari, N. (2024). *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Mendorong Kesadaran Lingkungan: Analisis Akun Pandawara Program Bersih-Bersih Sampah*. Jurnal Kommunity Online, 4(2), 227-236.
- Sukma, D. A., Fahla, I., & Purwanto, E. (2025). *KOMUNIKASI LINGKUNGAN DI MEDIA ONLINE: STRATEGI PENYEBARAN NILAI GREEN ECONOMY OLEH KOMUNITAS HIJAU LOKAL*. Juma: Jurnal Manajemen ISSS: XXXX-XXXX, 1(1), 30-34.
- Andre, A. T. P., & Wijayanti, A. (2025). *Digital Campaign Kanopi Hijau Indonesia Dalam Meningkatkan Kepedulian Lingkungan Generasi Z*. Sosial Horizon: Jurnal Pendidikan Sosial, 12(2), 169-177.
- JAYA, S., & ARSWENDI, R. (2025). *OPTIMALISASI INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PEMASARAN SOSIAL DALAM MEMBENTUK KESADARAN LINGKUNGAN PADA GENERASI Z*. JURNAL AUDIENCE УЧРЕДИТЕЛИ: Universitas Dian Nuswantoro, 7(2), 154-173.
- Damayanti, S. E., & Komsiah, S. (2024). *Pengaruh Konten Media Sosial Terhadap Sikap Peduli Lingkungan*. IKRATITH HUMANIORA: Jurnal Sosial Dan Humaniora, 8(1), 214-223.