

PERAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI PRANATA SOSIAL DALAM PEMBENTUKAN KESADARAN LINGKUNGAN MASYARAKAT: KAJIAN SOSIOLOGI KOMUNIKASI

**Faiha Alya Nur Isanani¹, Nabila Thohiriyah², Ananda Alia Putri³, Regita Mutiara Winri⁴,
Duvalio Adnan Zordi⁵, Hari Eko Purwanto⁶**

Program Studi Ilmu komunikasi, Fakultas Ekonomi Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Muhammadiyah Jakarta

*Corresponding Author: alyafai3007@gmail.com

Article History;

Submitted: xxxx-xx-xx

Revised : xxxx-xx-xx

Accepted : xxxx-xx-xx

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peran media sosial sebagai pranata sosial modern dalam membentuk kesadaran lingkungan masyarakat melalui pendekatan sosiologi komunikasi. Metode yang di gunakan adalah Kualitatif Deskriptif dengan teknik observasi media sosial dan wawancara mendalam, berfokus pada platform TikTok dan konten lingkungan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya menjadi sarana penyebaran informasi, tetapi juga ruang interaksi sosial yang mendorong partisipasi aktif dalam isu lingkungan. Gerakan seperti Pandawara Group menjadi contoh nyata bagaimana konten digital yang emosional dan edukatif dapat memicu kesadaran kolektif serta perubahan perilaku masyarakat. Meskipun ada tantangan berupa tren sesaat dan motivasi eksistensial, media sosial tetap berpotensi sebagai alat transformasi sosial yang efektif. Kolaborasi lintas sektor diperlukan untuk dapat memperkuat dampak positif ini secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Media Sosial, Kesadaran Lingkungan, Sosiologi Komunikasi, Pranata Sosial

Abstract: This study aims to examine the role of social media as a modern social institution in shaping public environmental awareness through a sociology of communication approach. The method used was qualitative descriptive, using social media observation techniques and in-depth interviews, focusing on the TikTok platform and environmental content. The results of this study indicate that social media is not only a means of disseminating information but also a space for social interaction that encourages active participation in environmental issues. Movements like the Pandawara Group are a clear example of how emotional and educational digital content can spark collective awareness and change public behavior. Despite challenges such as fleeting trends and existential motivations, social media still has the potential to be an effective tool for social transformation. Cross-sector collaboration is needed to sustainably strengthen this positive impact.

Keyword: Social Media, Environmental Awareness, Sociology Communication, Social Institutions

PENDAHULUAN

Kondisi lingkungan yang sedang terjadi saat ini telah menjadi bahaya nyata bagi keberlangsungan planet bumi dan kehidupan di dalamnya. Kerusakan ekosistem, khususnya yang disebabkan oleh penurunan kualitas lahan seperti banjir, erosi, dan pengendapan di sungai serta danau, serta tanah longsor, menimbulkan isu yang memerlukan perhatian mendalam dari seluruh dunia. Di balik pesona alam yang menawan, kita tidak bisa menutup-nutupi kenyataan bahwa bumi kita

mengalami tekanan yang belum pernah dirasakan sebelumnya. Kehidupan manusia, termasuk kesehatan, ketahanan pangan, dan kestabilan ekonomi.

Isu mengenai kerusakan lingkungan menjadi perhatian yang sering dijadikan topik diskusi oleh pemerintah, akademisi, serta organisasi lokal dan internasional. Aspek penting yang harus diperhatikan dalam upaya perlindungan dan pengelolaan lingkungan adalah kebijaksanaan yang berasal dari masyarakat lokal. Penyelesaian permasalahan yang rumit ini memerlukan cara yang menyeluruh dan melibatkan kerjasama antara negara, sektor swasta, serta masyarakat. Sumber yang dapat diandalkan menunjukkan bahwa upaya untuk melindungi lingkungan harus sejalan dengan pembangunan yang berkelanjutan, dengan mempertimbangkan kebutuhan manusia saat ini tanpa merugikan kemampuan generasi yang akan datang untuk memenuhi kebutuhan mereka.

Salah satu pranata sosial yang mengalami perkembangan pesat dalam dua puluh tahun terakhir adalah platform media sosial. Sebagai bagian dari perubahan dalam cara berkomunikasi saat ini, media sosial bukan hanya berfungsi sebagai sumber informasi, tetapi juga sebagai tempat interaksi sosial yang aktif. Platform-platform seperti Instagram, Twitter, TikTok, dan YouTube telah menjadi tempat baru untuk diskusi publik, termasuk mengenai masalah lingkungan. Kampanye daring, gerakan komunitas, hingga aktivisme yang menggunakan tagar (#) membuktikan bahwa media sosial memiliki kemampuan untuk mempengaruhi opini publik dan menggerakkan tindakan bersama. Dalam hal ini, media sosial dapat dilihat sebagai institusi sosial yang baru yang memiliki peran dalam menanamkan nilai-nilai peduli terhadap lingkungan dalam masyarakat.

Selain itu, platform media sosial juga memiliki kemampuan untuk mengembangkan komunitas virtual yang saling terhubung dan saling memengaruhi dalam menciptakan pola hidup yang lebih ramah lingkungan. Contohnya adalah komunitas zero waste, gaya hidup ramah lingkungan, urban farming, hingga gerakan #DietKantongPlastik, yang menunjukkan bagaimana media sosial dapat memfasilitasi partisipasi dan dukungan yang berlandaskan nilai-nilai ekologis. Dalam hal ini, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi, tetapi juga menjadi bagian dari sistem sosial yang secara aktif mengadopsi norma dan perilaku baru yang lebih mengutamakan kepentingan lingkungan.

Ini mengindikasikan bahwa media sosial telah memainkan peran krusial sebagai lembaga sosial modern dalam memandu kesadaran dan tindakan masyarakat terkait masalah lingkungan. Pentingnya kesadaran lingkungan menjadi urgensi global di tengah meningkatnya kerusakan alam akibat aktivitas manusia. Dalam konteks ini, media digital memainkan peran penting sebagai pranata sosial yang turut membentuk kesadaran kolektif masyarakat terhadap isu lingkungan. Kebersihan lingkungan merupakan hal yang sangat krusial dalam menjalani hidup, karena ini adalah salah satu cara untuk menjaga kesehatan, sehingga perlu kita pelihara dengan seoptimal mungkin. Saat ini, kesadaran untuk menjaga dan melestarikan lingkungan yang baik semakin memprihatinkan (Abidin, J. , dan Hasibuan, E. A, 2022).

Perubahan menuju perekonomian yang berkelanjutan dan investasi dalam teknologi ramah lingkungan juga sangat dibutuhkan. Dalam hal ini, kerja sama Internasional menjadi aspek yang krusial, di mana setiap bangsa memberikan sumbangan sesuai dengan kapasitasnya. Dengan kerja sama, kita bisa menciptakan dunia yang lebih baik bagi semua makhluk yang ada di planet ini. Dengan ini media sosial juga memiliki jangkauan luas dan daya pengaruh kuat, sehingga efektif membentuk persepsi masyarakat lintas kelas sosial. Pemberitaan yang konsisten tentang perubahan iklim, pencemaran, dan bencana ekologis mampu membangkitkan kesadaran serta mendorong partisipasi aktif publik dalam

gerakan lingkungan. Perkembangan media komunikasi telah berjalan dengan sangat cepat, sehingga membutuhkan perhatian yang cukup besar dari masyarakat dan organisasi.

Alat komunikasi berperan sebagai penghubung yang memfasilitasi penyebaran informasi. Dalam konteks alat komunikasi, media massa berfungsi sebagai sarana dalam penyampaian informasi. Media massa meliputi berbagai kategori, seperti media cetak, media elektronik, dan media daring. Dengan kemampuan mereka untuk menarik perhatian orang banyak, ketiga jenis media massa tersebut menggunakan strategi yang serupa untuk meraih ketertarikan audiens. Mengenai daya tarik masyarakat, media sosial yang termasuk dalam kategori media daring dapat lebih berhasil dalam mengalihkan perhatian dari media massa menuju media sosial saja. Secara umum, media sosial merupakan perkembangan terbaru dari teknologi internet yang memungkinkan individu untuk berinteraksi, terlibat, berbagi, dan menciptakan koneksi secara online, sehingga mereka dapat mendistribusikan konten.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk mengkaji secara mendalam peran media sosial dalam membentuk kesadaran lingkungan masyarakat. Penelitian ini dilakukan untuk menelusuri konstruksi sosial yang terbentuk melalui interaksi digital dan bagaimana media sosial berfungsi sebagai pranata sosial baru dalam masyarakat modern. Teknik pengumpulan data ini dilakukan dengan observasi media sosial dan wawancara mendalam mengenai respon masyarakat mengenai konten lingkungan tersebut. Penelitian ini mengobservasi aktivitas komunikasi digital yang berlangsung di platform media sosial populer yaitu Tiktok.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Media sosial telah terbukti menjadi cara yang baik untuk meningkatkan kesadaran dan mengubah perilaku orang muda terhadap lingkungan. Platform ini membantu mereka memahami lebih dalam soal masalah seperti perubahan iklim dan limbah plastik. Keterlibatan dengan influencer di media sosial mendorong mereka untuk melakukan tindakan yang lebih ramah lingkungan. Cerita yang penuh emosi di media sosial berhasil memotivasi generasi muda (Rosaidi et al. , 2022). Dari pengumpulan data yang dilakukan dengan observasi digital, munculnya gerakan lingkungan seperti Pandawara Group di Indonesia menunjukkan bagaimana individu atau komunitas dapat membangun kesadaran kolektif melalui konten digital yang edukatif dan inspiratif. Video-video mereka yang menampilkan kegiatan bersih-bersih sungai, edukasi tentang sampah, hingga ajakan untuk peduli lingkungan, menjadi contoh konkret bagaimana media sosial dapat menggerakkan publik menuju perubahan perilaku. Melalui pendekatan sosiologi komunikasi, peran media sosial dapat dilihat sebagai bagian dari struktur sosial baru yang mengarahkan perilaku individu dan kolektif. Media sosial membentuk ruang komunikasi yang tidak hanya menyampaikan pesan satu arah, tetapi juga melibatkan audiens secara aktif dalam membentuk dan menyebarluaskan makna. Dalam konteks kesadaran lingkungan, hal ini terlihat dari banyaknya konten-konten edukatif, ajakan aksi, hingga kritik terhadap kebijakan lingkungan yang tersebar secara organik melalui berbagai platform digital. Dari penelitian yang dilakukan melalui wawancara mendalam terhadap respon masyarakat mengenai konten lingkungan terdapat pandangan positif dan negatif juga. Pandangan positifnya adalah narasumber ini mengaku bahwa sebelum melihat konten lingkungan di Tik Tok dan YouTube, isu lingkungan tidak pernah menjadi perhatian utamanya.

Namun setelah melihat betapa rusaknya sungai-sungai di berbagai kota dan bagaimana masyarakat sekitar terdampak langsung, ia mulai mengambil langkah-langkah kecil seperti membawa botol air sendiri, tidak lagi menggunakan sedotan plastik, dan bahkan berpartisipasi dalam kegiatan

pembersihan di kampus. Tetapi ada saja yang memberikan pandangan negatif narasumber tersebut menyuarakan kegelisahannya terhadap tren yang hanya bersifat sementara dan tidak diiringi dengan pemahaman yang mendalam. Ia menyebut banyak orang yang mengikuti tantangan digital bertema lingkungan hanya untuk eksistensi, bukan karena kesadaran sejati. Namun para informan sepakat bahwa media sosial telah memberikan ruang baru yang memperkuat penyebaran nilai-nilai lingkungan. Mereka merasa lebih terhubung dengan komunitas yang memiliki kepedulian serupa, dan merasa punya tempat untuk belajar, berbagi, dan saling menginspirasi.

Pembahasan

Dalam konteks sosiologi komunikasi, media sosial kini telah berkembang menjadi pranata sosial modern sebuah institusi baru yang secara tidak langsung membentuk norma, nilai, dan perilaku masyarakat. Sebagai pranata sosial, media sosial memiliki fungsi edukatif, kontrol sosial, serta pengaruh dalam membentuk kesadaran kolektif. Ini sangat relevan dalam isu-isu publik seperti kesadaran lingkungan. kesadaran lingkungan terbentuk ketika ada pemahaman dan empati terhadap isu. media sosial berperan besar dalam membangun kesadaran melalui konten edukatif, kampanye digital hingga aksi nyata seperti membersihkan lingkungan. kesadaran lingkungan adalah untuk memahami betapa pentingnya lingkungan yang sehat dan bersih.

Indonesia sendiri masih memiliki banyak kekurangan dalam pengelolaan sampah, antara lain, Pengelolaan sampah contohnya seperti, pembuangan sampah, dan penyumbatan saluran sungai yang dapat menyebabkan fenomena degradasi lingkungan di seluruh Indonesia. Salah satu dampak permasalahan sampah yang sering mengancam kelestarian lingkungan adalah banjir. Gerakan seperti Pandawara Group, lewat konten pembersihan sungai di TikTok dan Instagram mampu mendorong ribuan masyarakat untuk peduli terhadap kebersihan lingkungan.

Pandawara Group, sekelompok anak muda asal Bandung yang aktif di media sosial, telah menjadi contoh nyata bagaimana media sosial dapat digunakan sebagai alat perubahan sosial. Lewat konten pembersihan sungai, selokan, hingga pantai, mereka berhasil mengunggguh kesadaran masyarakat dan menormalisasikan perilaku peduli lingkungan serta mengajak masyarakat untuk ikut terlibat dalam aksi tersebut. tidak hanya mengedukasi, tetapi juga memberi teladan langsung. Video-video pembersihan yang viral menjadi bentuk komunikasi simbolik yang kuat, menampilkan “sebelum-sesudah” dan menunjukkan bahwa perubahan itu mungkin dan nyata. Instagram, TikTok, dan Twitter (X) seperti Pandawara Group menyampaikan pesan yang menyentuh secara visual dan emosional.

Konten seperti video before-after pembersihan sungai, kampanye #NoPlasticChallenge, dan edukasi soal daur ulang menjadi ruang pembelajaran informal yang cepat tersebar luas. Kampanye digital yang viral seperti “Aksi Bersih Sampah Nasional” dan “Gerakan Indonesia Bersih” mampu menarik partisipasi masyarakat lintas usia. Tagar-tagar lingkungan juga digunakan secara masif dan berfungsi membentuk collective identity bahwa peduli lingkungan itu keren dan patut ditiru. Dengan cara ini, Pandawara Group berhasil membangun pesan yang terstruktur dan memotivasi audiens mereka untuk berperan aktif dalam memelihara kebersihan area dan jiwa kebangsaan, serta merespons keadaan darurat lingkungan dengan sigap.

Perkembangan teknologi komunikasi digital telah menghadirkan media sosial sebagai ruang baru dalam membentuk opini publik, nilai sosial, dan kesadaran kolektif. Dalam konteks isu lingkungan hidup, media sosial berperan penting sebagai pranata sosial baru yang mampu mendorong perubahan sosial, tidak hanya melalui penyebaran informasi, tetapi juga dalam membentuk perilaku masyarakat.

Salah satu contoh konkret dari fenomena ini dapat dilihat pada aktivitas Pandawara Group, sekelompok anak muda yang secara konsisten menggunakan media sosial untuk mengadvokasi isu kebersihan lingkungan.

KESIMPULAN

Jadi, penelitian ini menegaskan bahwa media sosial telah menjadi alat sosial kontemporer yang memainkan peran penting dalam membentuk kesadaran masyarakat tentang lingkungan. Media sosial, dalam sosiologi komunikasi, tidak hanya berfungsi sebagai media untuk berkomunikasi dan berbagi informasi, tetapi juga berfungsi sebagai ruang publik baru di mana pendapat, norma, nilai, dan bahkan perilaku individu berkembang. Media sosial adalah struktur interaksi digital yang berpartisipasi, terus berubah, dan responsif terhadap masalah sosial, seperti krisis lingkungan. Studi menunjukkan bahwa media sosial dapat meningkatkan kesadaran lingkungan secara luas, terutama di kalangan generasi muda.

Media sosial dapat menyampaikan pesan lingkungan dengan cara yang mudah diakses dan diterima oleh masyarakat melalui penyebaran konten visual, narasi yang menyentuh emosi, dan kampanye digital yang masif. Pandawara Group berhasil menggunakan media sosial untuk mendorong kepedulian publik terhadap kebersihan lingkungan, yang merupakan contoh nyata. Video sebelum dan setelah pembersihan sungai, instruksi pengelolaan sampah, dan ajakan aksi kolektif adalah contoh konten yang dapat menarik perhatian publik dan menginspirasi tindakan nyata. Media sosial juga berfungsi sebagai media edukatif, simbolik, dan normatif. Data, fakta, dan solusi masalah lingkungan diberikan untuk mengajar.

Meskipun kepedulian lingkungan biasanya dianggap sebagai sesuatu yang "normal", positif, atau bahkan keren di media sosial, terutama ketika dikaitkan dengan tren gaya hidup ramah lingkungan seperti urban farming, zero waste, atau #NoPlasticChallenge. Namun demikian, ada beberapa masalah yang harus diperhatikan, seperti konten atau partisipasi yang semu, hanya mengikuti tren, atau termotivasi oleh kebutuhan untuk tetap berada di media sosial. Masyarakat tidak hanya diberitahu tentang nilai-nilai ekologis, tetapi juga harus didorong untuk memahami, merenungkan, dan menginternalisasi nilai-nilai ini dalam kehidupan sehari-hari. Dengan demikian, kesadaran ekologis yang mendalam dan berkelanjutan dapat dicapai.

Oleh karena itu, media sosial telah menunjukkan dirinya sebagai alat sosial baru yang berhasil meningkatkan kesadaran masyarakat tentang lingkungan. Peran ini harus terus diperkuat melalui kolaborasi lintas sektor, yang mencakup pemerintah, lembaga pendidikan, komunitas, dan perusahaan digital. Sinergi ini penting untuk memastikan bahwa pergeseran kesadaran digital dapat menghasilkan perubahan sosial yang nyata, seperti partisipasi masyarakat yang lebih aktif dalam melestarikan lingkungan secara berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis ingin menyampaikan terimakasih yang mendalam kepada semua pihak yang telah mendukung serta berperan dalam pembuatan dan penyelesaian jurnal ini. Kami sangat berterima kasih kepada Dosen yang mengajar mata kuliah Sosiologi Komunikasi karena telah memberikan arahan dan saran yang sangat berharga sepanjang tahap penelitian dan penulisan jurnal ini. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada para informan dan responden yang telah memberikan waktu, pemikiran, dan pengalaman mereka untuk berpartisipasi dalam wawancara dan observasi yang kami lakukan. Informasi dan perspektif yang mereka berikan sangat membantu kami dalam memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana media sosial membantu meningkatkan kesadaran masyarakat tentang lingkungan.

Kami juga mengucapkan terima kasih kepada semua anggota tim atas kerja sama yang luar biasa, semangat kolektif, dan komitmen yang luar biasa selama proses penyusunan jurnal ini. Menyelesaikan tulisan ini dengan baik membutuhkan diskusi, pembagian tugas yang adil, dan rasa tanggung jawab bersama. Kami juga berterima kasih kepada semua pihak lain yang secara langsung maupun tidak langsung telah memberikan dukungan, baik dalam bentuk semangat, saran, maupun fasilitas yang mendukung kelancaran proses penyusunan jurnal ini. Semoga karya ilmiah ini dapat memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam kajian sosiologi komunikasi dan kesadaran lingkungan di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, J., & Hasibuan, E. A. (2022). Pentingnya kesadaran untuk peduli untuk menjaga dan melestarikan lingkungan. *Jurnal Nauli*, 1(3), 59-65
- Arikunto, S. (2020). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Ayuningtyas, W. D., Fitriyani, D., Nurfajri, I., & Purwanto, E. (2025). Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Kesadaran Lingkungan Di Kalangan Milenial. *Pubmedia Social Sciences and Humanities*, 2(3).
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2020). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. (Terjemahan: *Metode Penelitian: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*). Penerbit Erlangga.
- Dharmawan, A. S., & Sasmita, A. A. (2023). Pembangunan Berkelanjutan Dalam Menghadapi Krisis Lingkungan. 20 | *Seminar Nasional Sosiologi* |, 4, 20–35. <https://proceeding.unram.ac.id/index.php/sensosio/article/view/554/480>
- Fauzi, A. (2020). *Komunikasi Lingkungan dan Pembangunan Berkelanjutan*. Jakarta: Prenada Media.
- Kominfo & Siberkreasi (2022). Modul Literasi Digital untuk Remaja. <https://siberkreasi.id>
- Livingstone, S., & Helsper, E. (2007). Gradations in digital inclusion: Children, young people and the digital divide. *New Media & Society*, 9(4), 671-696.
- Marhaeni, Fajar. 2004. *Ilmu komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung. Pustaka Bani Quraisy
- Matondang, A. R. N., Putri, A. Z., Solin, A. E. B., Pohan, B. M., Harahap, N., Rosmalina, R., ... & Handayani, S. (2023). Persepsi Mahasiswa UINSU Terhadap Konten Pandawara Grup Dalam Meningkatkan Kesadaran Peduli Lingkungan. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(6), 3372-3383.
- Moleong, L. J. (2020). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Mulyani, F. (2022). Paparan Influencer dan Keputusan Pembelian Remaja Gen Z. *Jurnal Psikologi Populer*, 4(1), 25-33.
- Nana Syaodih Sukmadinata. (2021). *Metode Penelitian Pendidikan*. PT Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosioteknologi*. Kencana.
- 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.
- Putri, M. A., & Ningsih, R. (2022). Peran Komunitas Digital dalam Kampanye Lingkungan di Media Sosial. *Jurnal Komunikasi Sosial Digital*, 5(1), 45–55.

- Rahmawati, L., & Wijayanti, D. (2021). Kesadaran Lingkungan sebagai Tantangan Global. *Jurnal Sosiologi Indonesia*, 9(2), 33–42.
- Setiawan, A. (2019). Media Sosial sebagai Pranata Sosial Baru: Perspektif Sosiologi Komunikasi. *Jurnal Pemikiran Sosial*, 7(1), 12–21.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sukardi. (2022). *Metode Penelitian Sosial*. Penerbit Deepublish.
- Susanti, E. (2023). Strategi Komunikasi Digital dalam Isu Lingkungan. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Media*, 4(3), 78–87.
- Wangid, M. S. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Penerbit Andi.
- Yulianto, B., & Hapsari, R. (2021). Viralitas Konten Lingkungan di Media Sosial: Antara Edukasi dan Sensasi. *Jurnal Media & Masyarakat*, 8(2), 55–66.
- Yustika, D. (2023). Pengaruh Literasi Digital terhadap Perilaku Konsumtif Remaja di Era Influencer. *Jurnal Komunikasi dan Media Digital*, 5(2), 45-56.