



Ranah Research:
Journal of Multidisciplinary Research and Development



082170743613 ranahresearch@gmail.com <https://jurnal.ranahresearch.com>

E-ISSN: [2655-0865](https://doi.org/10.38035/rj.v7i2)
DOI: <https://doi.org/10.38035/rj.v7i2>
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Peran Media Sosial Instagram @pandawaragroup sebagai Media Kampanye dalam Menjaga Lingkungan

Risa Sabila¹, Yusmar Yusuf²

¹Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Riau, Indonesia, risa.sabila66@gmail.com

²Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Riau, Indonesia yusmar.yusuf@lecturer.unri.ac.id

Corresponding Author: risa.sabila66@gmail.com¹

Abstract: *By focusing on the @pandawaragroup account in particular, this study intends to dissect the function of Instagram as a platform for environmental advocacy campaigns. Global environmental difficulties, including pollution, deforestation, and climate change, need community engagement and are driving this study. A collective of young individuals hailing from Bandung, Indonesia, run the @pandawaragroup account on Instagram. They want to raise awareness about environmental issues by sharing engaging and educational visual material. Eighty posts from the @pandawaragroup account during October and November 2024 were analyzed as part of the descriptive qualitative study technique. Relevance to environmental concerns, communication tactics, and audience reactions were the criteria utilized to evaluate these posts. Symbolic interactionism theory is also used in this study to understand how social media content's symbols create collective meaning that inspires actual action. Findings from this study highlight the significance of the @pandawaragroup account in bringing environmental concerns to the attention of the general population. This account has had great success in generating audience engagement—comments, likes, and involvement in environmental campaigns—through the use of visual-based communication methods including films, infographics, and cooperation with other groups. According to these findings, Instagram in particular might be a powerful social media tool for campaigns advocating for environmental protection.*

Keyword: *Instagram, Symbolic Interactionism, Pandawara group*

Abstrak: Dengan berfokus pada akun @pandawaragroup secara khusus, studi ini bermaksud untuk membedah fungsi Instagram sebagai platform untuk kampanye advokasi lingkungan. Kesulitan lingkungan global, termasuk polusi, penggundulan hutan, dan perubahan iklim, membutuhkan keterlibatan masyarakat dan mendorong studi ini. Sekelompok individu muda yang berasal dari Bandung, Indonesia, menjalankan akun @pandawaragroup di Instagram. Mereka ingin meningkatkan kesadaran tentang masalah lingkungan dengan berbagi materi visual yang menarik dan mendidik. Delapan puluh unggahan dari akun @pandawaragroup selama Oktober dan November 2024 dianalisis sebagai bagian dari teknik studi kualitatif

deskriptif. Relevansi dengan masalah lingkungan, taktik komunikasi, dan reaksi audiens adalah kriteria yang digunakan untuk mengevaluasi unggahan ini. Teori interaksionisme simbolik juga digunakan dalam studi ini untuk memahami bagaimana simbol konten media sosial menciptakan makna kolektif yang menginspirasi tindakan nyata. Temuan dari studi ini menyoroti pentingnya akun @pandawaragroup dalam membawa masalah lingkungan menjadi perhatian masyarakat umum. Akun ini telah meraih kesuksesan besar dalam menghasilkan keterlibatan audiens—komentar, like, dan keterlibatan dalam kampanye lingkungan—melalui penggunaan metode komunikasi berbasis visual termasuk film, infografis, dan kerja sama dengan kelompok lain. Menurut temuan ini, Instagram khususnya dapat menjadi alat media sosial yang ampuh untuk kampanye yang mengadvokasi perlindungan lingkungan.

Kata Kunci: Instagram, Interaksionisme simbolik, Pandawara Group

PENDAHULUAN

Perubahan lingkungan global menjadi tantangan yang signifikan bagi kehidupan manusia saat ini. Isu-isu seperti perubahan iklim, polusi, dan deforestasi semakin mengancam keseimbangan ekosistem bumi serta keberlangsungan hidup makhluk hidup di dalamnya. Temuan terbaru dari laporan IPCC menguatkan temuan sebelumnya bahwa aktivitas manusia, termasuk berkaitan dengan emisi gas rumah kaca, menjadi faktor utama dalam mempercepat pemanasan global (Putra, 2024).

Salah satu masalah lingkungan yang paling mendesak adalah perubahan iklim. Peningkatan suhu rata-rata global telah menyebabkan fenomena badai dan kejadian cuaca buruk lainnya menjadi lebih umum yang lebih dahsyat, gelombang panas, dan curah hujan yang tidak menentu (Putro, 2024). Menurut data dari Organisasi Meteorologi Dunia (WMO), dekade terakhir mencatat rekor sebagai dekade terpanas dalam sejarah, dengan peningkatan suhu rata-rata mencapai 1,1°C di atas level pra-industri (Waniatri, 2022).

Polusi udara juga menjadi isu yang memprihatinkan, terutama di daerah perkotaan. Menurut laporan *World Health Organization* (WHO), lebih dari 90% populasi dunia menghirup udara yang kualitasnya buruk, yang dapat menyebabkan berbagai penyakit pernapasan dan kardiovaskula (Putra, 2024). Industri dan transportasi berbahan bakar fosil adalah kontributor utama polusi udara yang membahayakan kesehatan masyarakat (Putro, 2024).

Deforestasi merupakan tantangan lingkungan lainnya yang mengancam keanekaragaman hayati. Paru-paru dunia—hutan hujan tropis, terus berkurang akibat pembukaan lahan untuk pertanian dan penebangan ilegal. Hal ini mempercepat laju perubahan iklim dan mengurangi habitat alami bagi berbagai spesies, termasuk yang terancam punah (Gede, 2019).

Upaya global untuk menangani masalah ini melibatkan berbagai inisiatif, misalnya, tujuan Perjanjian Paris untuk menjaga kenaikan suhu rata-rata dunia di bawah 2 derajat Celsius. Selain itu, sejumlah negara telah berjanji untuk mencapai netralitas karbon dalam beberapa dekade mendatang (Erika et al., 2024). Namun, implementasi kebijakan ini sering kali dihadapkan pada tantangan politik dan ekonomi. Diperlukan kesadaran kolektif dan tindakan nyata dari semua pihak — pemerintah, industri, dan masyarakat — untuk mengatasi isu lingkungan yang kompleks ini. Pendidikan dan teknologi berkelanjutan dapat menjadi solusi jangka panjang untuk mendorong transformasi menuju ekonomi hijau dan pembangunan berkelanjutan (Putro, 2024).

Evolusi TIK telah mengubah cara orang belajar dan terlibat dengan masalah global, khususnya yang berkaitan dengan lingkungan (Wiriany et al., 2022). Instagram khususnya telah menjadi alat media sosial yang ampuh di menyebarkan informasi karena kemampuannya dalam menyajikan konten visual yang menarik dan mudah diakses oleh pengguna di seluruh

dunia (Kasmita et al., 2024). Dalam konteks kampanye lingkungan, Instagram memfasilitasi interaksi yang lebih personal dan mendalam antara organisasi lingkungan dan audiens, sehingga pesan yang disampaikan dapat lebih efektif (Fadli et al., 2023).

Akun Instagram @pandawaragroup adalah contoh nyata bagaimana media sosial dapat digunakan untuk memobilisasi massa dan meningkatkan kesadaran tentang pentingnya menjaga lingkungan (Rizky Amarta et al., 2023). Dengan mengunggah konten yang informatif dan inspiratif, @pandawaragroup mampu mengajak pengikutnya untuk terlibat aktif dalam berbagai kegiatan, seperti aksi pembersihan lingkungan dan kampanye daur ulang. Hal ini sejalan dengan temuan dari Smith et al. (2019) yang menunjukkan bahwa konten visual dan narasi yang kuat dapat meningkatkan keterlibatan audiens dalam kampanye sosial (Puspitasari et al., 2023).

Selain itu, kehadiran media sosial sebagai alat kampanye memberikan platform bagi kelompok masyarakat yang sebelumnya kurang terwakili untuk menyuarakan isu-isu penting, termasuk masalah lingkungan (Aqillah et al., 2024). Penggunaan tagar (#hashtag) dan fitur interaktif seperti polling dan cerita (stories) memungkinkan komunikasi dua arah antara pengelola akun dan pengikutnya, yang pada gilirannya dapat meningkatkan partisipasi publik (Fitriyadi et al., 2023). Akun seperti @pandawaragroup memanfaatkan fitur-fitur ini untuk memperluas jangkauan pesan mereka dan menciptakan gerakan sosial yang lebih inklusif.

Di era digital, kampanye lingkungan yang dilakukan melalui media sosial seperti Instagram memiliki keunggulan dalam hal jangkauan dan kecepatan penyebaran informasi. Menurut penelitian oleh Green et al. (2021), kampanye yang menggunakan media sosial dapat menjangkau ribuan hingga jutaan orang dalam waktu singkat, dibandingkan dengan kampanye tradisional yang lebih lambat dan memerlukan biaya lebih sangat tinggi. Karena alasan ini dan alasan lainnya, sejumlah besar organisasi lingkungan beralih ke platform digital untuk mengampanyekan program-program mereka (Ahmad, 2022).

Meskipun demikian, efektivitas kampanye lingkungan di media sosial tidak terlepas dari tantangan., tantangan utama adalah menjaga konsistensi pesan dan membangun kepercayaan dengan audiens. Akun seperti @pandawaragroup harus mampu mempertahankan kredibilitas dan relevansi kontennya agar tetap diminati oleh pengikutnya. Namun, keberhasilan akun ini menunjukkan bagaimana media sosial, bila dikoordinasikan dengan alat kampanye lainnya, dapat secara signifikan meningkatkan kesadaran lingkungan dan memotivasi orang untuk mengambil tindakan (Sukmono et al., 2024).

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu yang telah dibahas, media sosial terbukti efektif sebagai sarana untuk melaksanakan kampanye lingkungan. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji dampak akun Instagram advokasi lingkungan @pandawaragroup dalam meningkatkan kesadaran akan keberlanjutan. Lebih jauh, penelitian ini mengkaji bagaimana reaksi pengguna media sosial terhadap konten terkait kampanye yang dibagikan melalui akun Instagram @pandawaragroup. Penelitian ini mengambil strategi yang berbeda dari pendahulunya. Penelitian Iqbal dan Neni tahun 2021 yang berjudul "Peran Instagram @greenarationid sebagai Media Kampanye Ramah Lingkungan" merupakan penelitian pertama yang mengangkat topik ini. Berdasarkan temuan penelitian, akun tersebut memanfaatkan Instagram untuk membangun kepercayaan publik, mengunggah program dengan tujuan meningkatkan citra akun, dan terlibat dalam semua upaya PR yang diperlukan (Fadli, 2023).

Kedua, oleh Siti Aisyah & Arif Rachman yang berjudul "Media Sosial sebagai Sarana Kampanye Lingkungan Hidup", Penelitian ini membahas penggunaan media sosial Instagram dalam kampanye lingkungan hidup, fokus pada efektivitas konten visual dan interaksi pengguna terhadap peningkatan kesadaran lingkungan. Penelitian yang penulis teliti memfokuskan pada platform Instagram, khususnya akun @pandawaragroup, dan dampaknya terhadap kesadaran serta tanggapan pengguna terhadap kampanye lingkungan (Pratiwi et al., 2023). Ketiga, Penelitian berjudul "Pengaruh Konten Kampanye Lingkungan di Instagram

terhadap Generasi Muda" oleh Nur Azizah Tahun 2022, Penelitian ini menganalisis pengaruh video kampanye lingkungan di Instagram terhadap kesadaran generasi Z. Perbedaan dengan Penelitian penulis tidak hanya menganalisis pengaruh pada generasi tertentu tetapi juga mendalami bagaimana respon audiens secara keseluruhan terhadap kampanye spesifik @pandawaragroup (Erika, 2024).

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu yang telah dijelaskan, Ada bukti kuat bahwa media sosial dapat menjadi alat yang sukses untuk inisiatif lingkungan. Tujuan penelitian ini adalah untuk menentukan seberapa besar pengaruh upaya lingkungan di Instagram dan bagaimana akun @pandawaragroup berkontribusi terhadap kampanye ini. Lebih jauh, tujuan penelitian ini adalah untuk memahami reaksi pengguna media sosial terhadap konten terkait kampanye yang dibagikan oleh akun Instagram @pandawaragroup (Alya Putri Damayanti, Fira Fidianingsih, Margaretha Melyani, 2024).

Penelitian ini menggunakan teori interaksionisme simbolik untuk menganalisis peran akun Instagram @pandawaragroup dalam kampanye lingkungan. Teori interaksionisme simbolik pertama kali diperkenalkan oleh George Herbert Mead dan dikembangkan lebih lanjut oleh Herbert Blumer. Teori ini berfokus pada Dalam interaksi sosial, orang memberi makna pada simbol Dalam konteks media sosial, simbol-simbol tersebut dapat berupa gambar, video, caption, atau komentar yang memiliki makna tersirat dan membentuk pemahaman kolektif (Agustya et al., 2023).

Menurut teori ini, interaksi manusia terjadi melalui simbol yang bermakna, dan makna tersebut dibangun melalui komunikasi serta pengalaman individu. Pada kasus akun Instagram @pandawaragroup, simbol-simbol seperti aksi bersih-bersih yang dilakukan kelompok tersebut menjadi simbol solidaritas, tanggung jawab sosial, dan kepedulian terhadap lingkungan. Penonton yang menyaksikan video tersebut tidak hanya melihat konten secara literal tetapi juga menginterpretasikan simbol tersebut sebagai ajakan untuk ikut serta dalam gerakan peduli lingkungan (Tantra et al., 2022).

Selain itu, penelitian ini juga melihat bagaimana makna yang diciptakan dari konten @pandawaragroup memengaruhi interaksi pengguna di kolom komentar dan dalam aktivitas mereka di dunia nyata. Komentar seperti "terinspirasi untuk ikut bersih-bersih" atau "semoga makin banyak yang peduli lingkungan" menunjukkan bahwa pengguna memahami makna yang dimaksud, tetapi juga merespons secara aktif. Dengan demikian, teori interaksionisme simbolik membantu menjelaskan bagaimana pesan kampanye melalui akun Instagram dapat menciptakan makna kolektif yang berdampak pada perubahan sikap dan perilaku pengguna (Agustya, 2023).

METODE

Tinjauan pustaka dan metodologi deskriptif menjadi tulang punggung penelitian ini. Postingan yang diunggah oleh akun Instagram diamati dan dipantau untuk tujuan penelitian ini @pandarawagroup. Langkah-langkah dalam metode yang digunakan untuk menganalisis media sosial adalah sebagai berikut:

1. Menetapkan informasi atau postingan yang akan dipilih.
2. Melakukan analisis terhadap postingan tersebut.
3. Memberikan interpretasi terhadap postingan tersebut.
4. Menarik kesimpulan dari postingan yang telah dianalisis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Instagram adalah salah satu platform media sosial paling berpengaruh dalam hal berbagi dan menerima informasi. Pandawara Group adalah kelompok pemuda asal Bandung yang berfokus pada kampanye peduli lingkungan.

Rifki Sa'dulah, Rafla Pasya, Agung Permana, Gilang Rahma, dan Muhammad Ikhsan merupakan lima anggota yang terinspirasi dari Pandawa Lima. Pembentukan mereka terjadi

pada bulan Agustus 2022, dan kini mereka aktif di Instagram dan TikTok. Dengan tujuan untuk menginspirasi kaum muda Indonesia agar lebih peduli lingkungan dan menghentikan kebiasaan membuang sampah sembarangan, program mereka sebagian besar berpusat pada upaya pembersihan di sungai dan pantai. Lingkungan yang sehat dan bersih dapat terwujud dengan mengikuti contoh Pandawara Group.

Dalam upaya untuk menarik perhatian terhadap kerusakan lingkungan yang terjadi, khususnya di Indonesia, organisasi tersebut meluncurkan kampanye di akun Instagram @pandarawagroup. Selain itu, kampanye ini berharap untuk mengajak orang-orang berpikir tentang bagaimana mereka dapat membantu lingkungan dengan melakukan hal-hal kecil yang dapat dilakukan.



Gambar 1. Postingan Instagram Pandarawa Group

Peneliti telah melakukan observasi dan analisis terhadap postingan yang diunggah oleh akun media sosial Pandarawa Group selama periode Oktober hingga November 2024. Dalam penelitian ini, langkah awal metode kualitatif yang digunakan adalah menetapkan postingan yang relevan untuk dikaji, di mana Pandarawa Group telah membagikan 80 postingan yang berfokus pada isu lingkungan. Tahap selanjutnya adalah melakukan analisis terhadap postingan-postingan yang telah terpilih berdasarkan relevansinya dengan topik penelitian.

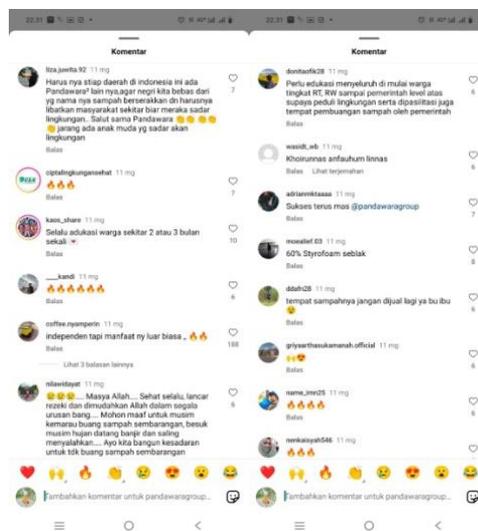
Hasil analisis mengungkapkan bahwa postingan yang dibuat oleh Pandarawa Group memiliki peran penting sebagai penyedia informasi terkait kerusakan lingkungan. Konten yang dihasilkan bertujuan untuk meningkatkan kesadaran publik mengenai isu-isu lingkungan, mendorong masyarakat untuk terus memantau perkembangan permasalahan ini, serta membangun kesadaran kolektif guna menjaga dan melestarikan lingkungan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa @pandarawagroup menggunakan berbagai strategi komunikasi, termasuk foto, video, dan infografis, untuk menyampaikan pesan yang menarik dan informatif. Konten yang diposting mencakup aksi nyata dan kampanye pembersihan kawasan tertentu. Salah satu kekuatan utama dari akun ini adalah keterlibatan audiens yang tinggi melalui komentar, repost, dan tagar (#hashtag) yang relevan.

Akun ini juga mengandalkan kolaborasi dengan tokoh masyarakat, influencer, dan organisasi lain untuk memperluas jangkauan kampanye. Strategi ini meningkatkan kredibilitas dan menarik lebih banyak perhatian publik.



Gambar 2. Kolaborasi dengan Komunitas lain



Gambar 3. Beberapa Komentar Masyarakat Terhadap Postingan di akun instagram pandarawagroup

Grafik ini menampilkan beberapa tanggapan terhadap postingan Pandarawa Group tentang kerusakan ekologi pesisir di Pantai Baro Gebang, Cirebon. Komentar pengguna pada postingan Instagram Pandarawa Group menunjukkan peran penting media sosial dalam inisiatif lingkungan, yang memungkinkan masyarakat umum untuk mengekspresikan pendapat mereka tentang topik yang dibahas.

Tahap selanjutnya dalam penelitian ini adalah melakukan analisis terhadap postingan media sosial Pandarawa Group. Setelah waktu penelitian selesai, peneliti melakukan analisis dengan mengelompokkan postingan Pandarawa Group ke dalam beberapa kelompok. Untuk memulai proses pengelompokan, setiap materi dipantau secara cermat untuk memastikan analisis tepat sasaran dan sesuai dengan penelitian

Kerusakan Lingkungan

Sebanyak 58 foto dan film yang mendokumentasikan degradasi lingkungan selama periode waktu tertentu ditemukan di akun Instagram @pandarawagroup, menurut para peneliti.

Setelah menganalisis akun Instagram @pandarawagroup, peneliti menemukan total 12 postingan (gambar dan video) yang berkaitan dengan pendidikan lingkungan dalam jangka waktu tertentu.

Peneliti menetapkan Akun Instagram Pandarawa Group membagikan 58 foto dan video terkait kerusakan lingkungan dalam kurun waktu tertentu. Postingan ini merupakan bagian dari

inisiatif Pandarawa Group untuk menarik perhatian terhadap kondisi lingkungan saat ini dan dampaknya terhadap masyarakat, sekaligus memberikan edukasi tentang cara mencegah kerusakan tersebut agar tidak semakin meluas. Postingan ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran publik terhadap isu lingkungan. Komentar dari publik menunjukkan pandangan mereka terhadap isu-isu yang diangkat, sementara Pandarawa Group berperan aktif sebagai media kampanye untuk melestarikan lingkungan.

Selain itu, terdapat 51 postingan lainnya dari Pandarawa Group yang membahas kerusakan lingkungan di Indonesia. Peneliti juga menetapkan 12 postingan tambahan dari Pandarawa Group yang secara khusus berfokus pada edukasi dalam menjaga lingkungan selama periode penelitian. Postingan-postingan ini menegaskan komitmen Pandarawa Group dalam menyebarkan informasi dan mendorong partisipasi publik untuk menjaga kelestarian lingkungan.

Edukasi lingkungan

Postingan Pandarawa bertujuan untuk membuka mata masyarakat tentang tantangan dan ancaman terhadap ekosistem bumi. Dengan kesadaran yang lebih baik, individu dapat memahami Kerusakan yang dilakukan manusia terhadap planet ini.

Interaksionisme simbolik merupakan aliran pemikiran dalam sosiologi yang menekankan pentingnya interaksi interpersonal dalam pembangunan makna. Teori ini menganggap bahwa simbol dan komunikasi memainkan peran penting dalam membangun pemahaman bersama di masyarakat. Media sosial, termasuk Instagram, menjadi platform utama dalam menciptakan interaksi yang berbasis simbol, seperti gambar, video, teks, dan komentar yang membangun narasi tertentu. Akun Instagram **@pandarawagroup** memanfaatkan teori ini secara implisit dalam kampanye lingkungan mereka (Hendrawati, 2019).

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial, khususnya Instagram, memainkan peran penting dalam menyampaikan pesan-pesan kampanye lingkungan. Akun Instagram **@pandarawagroup** secara efektif memanfaatkan platform tersebut untuk menyadarkan masyarakat Indonesia terhadap masalah-masalah yang disebabkan oleh kerusakan lingkungan. Materi visual yang menarik dan bersifat edukatif, akun ini berhasil menginspirasi audiens untuk lebih peduli terhadap kelestarian lingkungan dan mendorong mereka untuk berpartisipasi dalam aksi nyata menjaga lingkungan hidup. Melalui penggunaan simbol visual, narasi, dan aksi yang kuat, akun ini berhasil menciptakan makna kolektif yang memotivasi pengguna untuk terlibat dalam upaya pelestarian lingkungan. Interaksi yang terjadi melalui komentar, likes, dan shares membuktikan untuk menyebarkan informasi tentang kampanye lingkungan menggunakan media sosial, yang dapat berfungsi sebagai area keterlibatan simbolis yang kuat.

Hasil penelitian ini juga menggarisbawahi pentingnya tanggapan dan interaksi pengguna media sosial terhadap konten kampanye, yang berkontribusi pada terciptanya perubahan sikap dan perilaku positif dalam upaya pelestarian lingkungan. Dengan demikian, Instagram dapat menjadi media strategis untuk kampanye sosial yang berfokus pada isu-isu keberlanjutan.

REFERENSI

- Agustya, S. V. (2023). Analisis Interaksi Simbolik pada Konten TikTok @don.Gustavio dalam Memaknai Karakter Generasi 80-an 90-an, dan 2000-an. *Scriptura*, 13(1), 14–26. <https://doi.org/10.9744/scriptura.13.1.14-26>
- Ahmad, R. (2022). Derita Di Balik Tambang: Kontestasi Kepentingan Ekonomi Politik Dalam Pertambangan Timah, Di Bangka Belitung. *SosioGlobal: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Sosiologi*, 6(2), 114. <https://doi.org/10.24198/jsg.v6i2.36803>
- Alya Putri Damayanti, Fira Fidianingsih, Margaretha Melyani, S. Y. (2024). Implementasi E-

- Demokrasi Pada Sosial Media Tiktok: Analisis Konten Pandawara Group Sebagai Bentuk Pendorong Aspirasi Masyarakat Terhadap Kinerja Lembaga Pemerintah Daerah Alya. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(14), 1–23.
- Aqillah, M. A. (2024). Da'wah Ecology in Digital Space: A Study of Tiktok Content Pandawara Group Account. *Tatho: International Journal of Islamic Thought and Sciences*, 1(1), 27–38. <https://doi.org/10.70512/tatho.v1i1.5>
- Erika, D. (2024). *From Environmental Clicktivism to Trash Cleanup: New Initiative of Instagram Account @ Pandawaragroup*. 16(1), 40–65.
- Fadli, A. (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. <https://doi.org/10.52423/jikuho.v8i2.32>
- Fitriyadi, M. Y. (2023). pengaruh dunia IT terhadap perilaku remaja generasi z. *Religion: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya*, 1(2), 21–37.
- Gede, A. I. P. (2016). Dampak Laju Deforestasi Terhadap Hilangnya Keanekaragaman Hayati Di Indonesia. *Metamorfosa: Journal of Biological Sciences*, 3(2), 120–129.
- Hendrawati. (2019). INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA INTERAKSI SIMBOLIK DALAM MENCIPTAKAN GAYA HIDUP.
- Kasmita, M. (2024). Sosialisasi Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Kampanye Menjaga Lingkungan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 2(3), 792–797. <https://doi.org/10.59837/jpmba.v2i3.902>
- Pratiwi, C. (2023). Peran Mahasiswa Dalam Menjaga Kelestarian Lingkungan Dengan Memanfaatkan Media Sosial. *Sosial Dan Humaniora*, 7(3), 390–404.
- Puspitasari, S. (2023). Pengaruh Konten Instagram@ petualanganmenujusesuatu Terhadap Sikap Dalam Menjaga Kesehatan mental. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS)*, 3(3), 661–672.
- Putra, D. H. A. (2024). Climate and Air Quality Fair 2024, Kuatkan Sinergi Tangani Masalah Kualitas Udara. Retrieved from BMKG website: <https://bmkgo.id/berita/?lang=ID&p=climate-and-air-quality-fair-2024-kuatkan-sinergi-tangani-masalah-kualitas-udara>
- Putro, H. (2024). Melangkah Menuju Lingkungan yang Berkelanjutan : Tantangan dan Solusi untuk Masa Depan Bumi Melangkah Menuju Lingkungan yang Berkelanjutan : Tantangan Utama yang Dihadapi dalam Menjaga Keberlanjutan Lingkungan di. *Jurnal Multidisiplin Ilmu Akademik*, 1(3), 111–120.
- Rizky Amarta, M. (2023). Strategi Kreatif Membuat Konten Media Sosial TikTok Yang Diminati Remaja. *Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 1(2), 259–270.
- Sukmono, I. (2024). Berdaya dengan Media Digital: PANDAWARA Group Mengkampanyekan Kebersihan Lingkungan Melalui Tik-Tok. *G-Tech: Jurnal Teknologi Terapan Berdaya Dengan Media Digital : PANDAWARA Group*, 8(4), 2143–2153.
- Tantra, A. (2022). Peran Interaksi Simbolik dalam Komunikasi Pemasaran Melalui Facebook (Studi Kasus Forum Jual Beli Game Online). *Jurnal Komunikasi Kiwari*, 1(4), 605–612.
- Waniatri, W. (2022). Dampak Sosial, Ekonomi dan Lingkungan Pertambangan Pasir di. *Jurnal Lingkungan*, 20(2), 279–290. <https://doi.org/10.14710/jil.20.2.279-290>
- Wiryany, D. (2022). Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi terhadap Perubahan Sistem Komunikasi Indonesia. *Jurnal Nomosleca*, 8(2), 242–252. <https://doi.org/10.26905/nomosleca.v8i2.8821>