

Sosialisasi Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Kampanye Menjaga Lingkungan

Maya Kasmita¹, Muh. Rizal², Syarifuddin³, Heri Tahir⁴, Ririn Nurfaathirany⁵

^{1,2,3,4,5} Universitas Negeri Makassar, Indonesia

Corresponding Author

Nama Penulis: Maya Kasmita

E-mail: mayakasmita@unm.ac.id

Abstrak

Kecamatan Manggala Kota Makassar merupakan Kawasan yang berada dipinggiran Kota Makassar yang bersebelahan dengan Kabupaten Gowa dan Kabupaten Maros. Dalam rangka mengajak dan menumbuhkan kepedulian social utuk lingkungan terutama dalam pengelolaan sampah dan penghijauan, serta pengurangan sampah di TPS/TPA dan pemberdayaan ekonomi masyarakat dengan memanfaatkan sampah dengan program 3R (Reduce, Reuse dan Resycle). Permasalahan di Kecamatan Manggala Kota Makassar adalah belum maksimalnya penggunaan media social sebagai media kampanye lingkungan. Kegaitan pengabdian masyarakat ini dengan melakukan sosialisasi tentang strategi dalam mengoptimalkan penggunaan social media sebagai media kampanye lingkungan dengan membuat konten-konten kreatif dan mengikuti trend saat ini. Sehingga pesan dapat tersampaikan khususnya untuk generasi muda yang masih peduli dengan masalah lingkungan.

Kata kunci – pengelolaan sampah, social media, kampanye lingkungan

Abstract

Manggala District, Makassar City is an area on the outskirts of Makassar City which is adjacent to Gowa Regency and Maros Regency. In order to invite and foster social awareness for the environment, especially in waste management and greening, as well as reducing waste at TPS/TPA and empowering the community's economy by utilizing waste with the 3R (Reduce, Reuse and Recycle) program. The problem in Manggala District, Makassar City is that the use of social media as an environmental campaign medium has not been maximized. This community service activity involves socializing strategies for optimizing the use of social media as an environmental campaign medium by creating creative content and following current trends. So that the message can be conveyed, especially to the younger generation who still care about environmental problems.

Keywords – waste management, social media, environmental campaign

PENDAHULUAN

Kampanye kebersihan mendorong orang untuk berpartisipasi secara aktif dalam kegiatan yang membersihkan lingkungan, mengelola sampah, dan mendukung praktik yang ramah lingkungan. Ini menanamkan rasa kepemilikan atas lingkungan lokal dan membentuk komunitas yang bersatu untuk mencapai tujuan bersama. Ketika masyarakat berpartisipasi dalam kampanye kebersihan, akan menimbulkan tekanan pada pemimpin dan pembuat kebijakan untuk mengambil tindakan yang lebih tegas untuk melindungi lingkungan. Suryani (2014) Kebijakan publik yang lebih baik, seperti larangan plastik sekali pakai atau peningkatan sistem daur ulang, dapat dicapai melalui suara masyarakat. Kampanye kebersihan lingkungan bukan hanya aktivitas sosial. Ini adalah contoh nyata dari upaya untuk perubahan yang positif. Kampanye mendorong generasi muda untuk berpartisipasi dalam pelestarian lingkungan. Mereka diajarkan tentang pentingnya menjaga lingkungan bersih, menanamkan nilai keberlanjutan, dan bertindak sebagai agen transformasi yang akan menjadi inspirasi bagi generasi berikutnya.

Pesan kampanye lingkungan sekarang lebih mudah dikirim berkat kemajuan teknologi komunikasi yang pesat. Jenis media siber yang digunakan termasuk website, email, blog, dan media sosial, yang saat ini digunakan oleh pengguna media sosial. Media sosial didefinisikan sebagai kumpulan program perangkat lunak yang memungkinkan orang berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan tentu saja bermain game (Nasrullah, 2014). Menurut data dan tren We Are Social dari bulan Februari 2022, jumlah pengguna internet Indonesia (4.95 miliar) dan jumlah pengguna media sosial aktif (4.62 miliar) telah meningkat sebesar 10.1% dari tahun sebelumnya (We Are Social & Hootsuite & Kepios, 2022). Dengan data ini, mengirimkan pesan kampanye lingkungan secara digital menjadi mungkin.

Kecamatan Manggala Kota Makassar saat ini memiliki akun Instagram dan YouTube. Digital campaign secara sederhana berarti kampanye yang menggunakan media online. Digital campaign, juga dikenal sebagai e-campaign, adalah kegiatan kampanye yang dirancang untuk menyampaikan pesan kepada khalayak luas secara massal dengan menggunakan fasilitas sistem teknologi informasi. Pada umumnya diwujudkan melalui website, blog, dan berbagai jenis media sosial yang berbasis internet (Yunin, 2017). Menurut framework Earl & Kimport, jenis aktivisme online yang dilakukan oleh gerakan sosial termasuk partisipasi online, mobilisasi (memungkinkan demonstrasi offline melalui internet), brosur dan sintesis, transmisi, dan dokumentasi (H & Manalu, 2019).

Salah satu masalah yang dihadapi adalah pengelola sampah pada Kecamatan Manggala yang belum memanfaatkan media sosial untuk kampanye lingkungan. Pengendali bank sampah, sebuah kelompok yang berusia di atas empat puluh tahun, menghadapi kesulitan dalam menghasilkan konten media sosial yang inovatif. Tidak ada minat dari generasi muda.

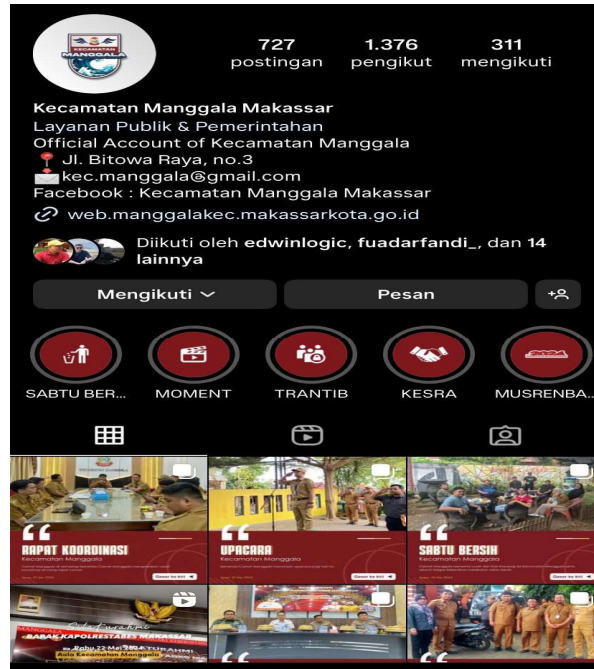
METODE

Pengabdian masyarakat ini dimulai dengan melakukan survei ke Kecamatan Makassar Kota Makassar untuk mempelajari masalah yang dihadapi. Tahapan selanjutnya adalah seminar dan pendampingan dengan pengelola dan masyarakat tentang cara menggunakan media sosial dan membuat konten kreatif. Jadi, sosial media menjadi tempat untuk kampanye lingkungan, terutama tentang cara mengelola sampah dengan baik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Fakultas melakukan berbagai acara pengabdian masyarakat, salah satunya adalah kegiatan ini. Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Negeri Makassar menjadikan pengabdian ini sebagai aktivitas yang berfokus pada masalah lingkungan, yang berfokus di Kecamatan Manggala Kota Makassar. Kecamatan Manggala Kota Makassar memiliki akun media sosial yang aktif di YouTube dan Instagram. Tidak hanya memposting mengenai kegiatan yang ada di Kecamatan Manggala Kota

Makassar, akun ini juga merupakan sosialisasi untuk pendidikan dan penghijauan serta pemeliharaan lingkungan.



Gambar 1.
Instagram Kecamatan Manggala Makassar

Pada akun Instagram Kecamatan Manggala Kota Makassar menggunakan akun @KecamatanManggalaMakassar. Memiliki 1.376 pegikut dan memiliki 727 jumlah postingan. Pengelola akun tersebut merupakan staf pada Kecamatan Manggala Kota Makassar. Aktivitas kampanye mengenai lingkungan dilakukan pada media tersebut berupa broadcasting dan dokumentasi.

Pada tanggal 03 Maret 2024, kelompok tim melakukan kegiatan dengan memberikan materi di balai pertemuan Kecamatan Manggala. Seminar tatap muka dihadiri oleh 50 peserta, diantaranya adalah pengelola Kebersihan pada Kecamatan Manggala termasuk anggota kebersihan lapangan (penyapu jalan, pengangkut sampah fukuda, pengangkut sampah mobil tangkasaki), serta masyarakat sekitar. Kegiatan ini berlangsung secara tatap muka langsung dihadiri oleh Kepala Seksi Kebersihan Lingkungan Kecamatan Manggala serta Camat Kecamatan Manggala.



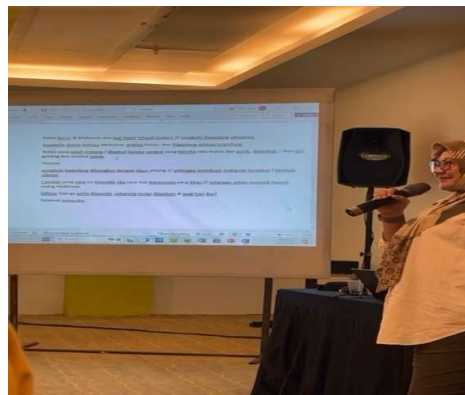
Gambar 2.
Pembukaan Pimpinan Kecamatan



Gambar 3.
Penerimaan Materi

Pemberian materi mengenai data-data penggunaan internet di Indonesia, serta manfaat penggunaan sosial media sebagai bentuk kampanye lingkungan. Dalam diskusi ini hampir semua peserta telah memiliki akun sosial media. Tujuan dari materi ini adalah untuk mendapatkan pemahaman tentang bagaimana penggunaan sosial media saat ini merupakan metode yang efektif untuk menjangkau khalayak.

Dengan kemajuan teknologi saat ini, penggunaan media sosial tidak hanya penting untuk berkomunikasi dengan individu, organisasi, atau perusahaan. Media sosial muncul sebagai hasil dari lahirnya New Media, yang membawa manfaat besar bagi jejaring internet yang luas (Karim & Yulianita, 2021).



Gambar 4.
Penerimaan Materi



Gambar 5.
Kegiatan Sosialisasi

Selama periode waktu tertentu, kegiatan kampanye melalui website dan media sosial kurang fokus dibandingkan dengan kegiatan komunikasi digital yang rutin dengan hasil yang diukur berdasarkan target yang ditentukan. Untuk kampanye lingkungan berhasil, konten harus konsisten. Kegiatan yang dilakukan telah didokumentasikan secara teratur oleh pengelola Bank Sampah. Sosialisasi dilakukan juga dengan harapan akan mendapatkan lebih banyak anggota melalui media sosial, terutama generasi muda. Permasalahan Pengelola Kebersihan Kecamatan Manggala Kota Makassar dalam mengelola akun media social adalah kreatifitas dalam membuat konten yang menarik dan tepat sasaran. Saat ini konten yang dipublikasikan masih menggunakan konten sederhana dan selera dari pengelola social media yang berasal dari generasi awal yaitu anak muda Kota Makassar. Karena itu, pesan yang disampaikan seringkali tidak tepat sasaran. Tidak berhasilnya kampanye lingkungan di media sosial lebih banyak disebabkan oleh aktor yang merancang yang tidak memiliki pemahaman yang cukup tentang target kampanyenya, sehingga "sasaran yang salah" muncul dan menyebabkan kurangnya respons aktif dari pengguna media sosial (Hariyani, 2016).

Mengikuti tren yang sedang berkembang saat ini adalah strategi yang dapat dilakukan dalam pembuatan konten kreatif. Salah satunya adalah dengan menggunakan editing dan pemilihan background konten modern. penggunaan fitur aplikasi lainnya yang mendukung tampilan konten yang menarik. Untuk menjangkau audiens yang lebih besar, kolaborasi konten dapat dilakukan dengan publik figure, komunitas, organisasi, dan pemerintah. Ini dapat memicu mobilitas giat di dunia nyata. Untuk mengelola akun media sosial, dibutuhkan setidaknya divisi khusus yang terfokus pada pekerjaan tersebut. Diskusi dilakukan baik secara tatap muka maupun secara online, dan peserta antusias mengikuti kegiatan. Kegiatan interaktif juga dilakukan antara peserta online dan offline, sehingga materi yang disampaikan lebih mudah dipahami oleh peserta.

KESIMPULAN

Sosialisasi penggunaan media social sebagai media kampanye lingkungan di Kecamatan Manggala Kota Makassar merupakan bentuk kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Makassar. Pemberian materi berupa strategi pemanfaatan media social sebagai media kampanye lingkungan dalam menarik masyarakat sekitar khususnya generasi muda untuk peduli lingkungan melalui pengelolaan sampah yang tepat dengan bergabung dan berpartisipasi dengan Kecamatan Manggala Kota Makassar.

Penggunaan social media oleh Kecamatan Manggala Kota Makassar telah digunakan oleh pengelola menggunakan Instagram. Seminar yang diberikan diharapkan dapat membuat konsistensi pembuatan konten dan kreatifitas konten yang dibutuhkan dalam efektifitas kampanye lingkungan. Sehingga pesan dapat tepat sasaran pada masyarakat luas dan generasi muda khususnya.

DAFTAR PUSTAKA

- H, N. Z., & Manalu, S. R. (2019). Kampanye Gerakan Lingkungan dan Aktivisme Online di Media Sosial (Studi Kasus Pada Aktivisme Sustainable Fashion di Media Sosial Instagram). *Interaksi Online*, 9(3), 193–207.
- Hariyani, I. (2016). Peran Jaringan Sosial Pada Kampanye Lingkungan Di Media Sosial: Kasus Kampanye Melawan Asap. *Informasi*, 46(1), 87–100. <https://doi.org/10.21831/INFOR.MASI.V46I1.9652>
- Karim, I. Y., & Yulianita, N. (2021). Peran Instagram @greenarationid sebagai Media Kampanye Ramah Lingkungan. *Jurnal Riset Public Relations*, 1(2), 120–129. <https://doi.org/10.29313/jrpr.v1i2.418>
- Nasrullah, R. (2014). *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Kencana Prenadamedia Group.
- We Are Social & Hootsuite, & kepios. (2022). *Digital 2022 Indonesia* (pp.24–84). <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia?msclkid=54849450ac3011eca46cf06ec644a888>

Yunin, S. Q. A. (2017). Pengaruh Terpaan Kampanye Lingkungan Digital Earth Hour Malang Terhadap Partisipasi Publik (Studi Pada Followers Akun Instagram @earthhourmalang).