

Pengaruh Media Sosial Instagram Pandawara Terhadap Kesadaran Lingkungan Pada Anak Muda Di Solo

Viko Arya Pradhana^{1*}, Ridwan Nur Andryanto², Rionaldi Medy³

^{1,2,3}Fakultas Ilmu Komunikasi dan Multimedia, Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana Yogyakarta, Yogyakarta, Indonesia

Email : ^{1*}vikopradhana4@gmail.com, ²ridwannur34@gmail.com, ³rionaldimeddy100102@gmail.com

(* : coresponding author)

Abstrak – Kesadaran lingkungan merujuk pada pemahaman, sikap, dan perilaku individu dalam menjaga dan melestarikan lingkungan. Di Solo, kesadaran ini masih menghadapi tantangan besar akibat rendahnya pemahaman masyarakat tentang pengelolaan sampah dan lingkungan sekitar. Sampah yang tidak terkelola dengan baik terus menjadi masalah serius, menyebabkan pencemaran lingkungan dan risiko kesehatan. Pandawara Group, sebuah kelompok anak muda yang aktif di media sosial, hadir dengan kampanye kreatif dan edukatif melalui Instagram. Mereka menginspirasi banyak orang dengan aksi nyata membersihkan lingkungan dan menyajikan konten yang menarik secara visual. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram Pandawara memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran lingkungan anak muda di Solo, dengan kontribusi sebesar 79,4%. Publikasi Instagram mereka meningkatkan pemahaman, kepedulian, dan partisipasi aktif generasi muda dalam menjaga lingkungan, membuktikan bahwa media sosial dapat menjadi alat efektif untuk perubahan sosial positif.

Kata Kunci: Media sosial, Instagram, Perubahan Lingkungan

Abstract – Environmental awareness refers to individuals' understanding, attitudes, and behaviors in preserving and protecting the environment. In Solo, this awareness still faces significant challenges due to limited public knowledge about waste management and environmental care. Poorly managed waste remains a serious issue, causing environmental pollution and posing health risks. Pandawara Group, a youth-led initiative active on social media, has emerged with creative and educational campaigns through Instagram. They inspire many by conducting real-life environmental clean-up actions and presenting visually engaging content. Research findings reveal that Pandawara's Instagram activities significantly influence environmental awareness among young people in Solo, contributing as much as 79.4%. Their Instagram publications enhance understanding, foster concern, and encourage active participation among the younger generation in protecting the environment, proving that social media can be an effective tool for driving positive social change.

Keywords: Social media, Instagram, Environmental Change

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan urbanisasi saat ini yang semakin pesat, alam dan kesadaran terhadap lingkungan seolah menjadi suara yang pelan dan sering terabaikan. Kita hidup di dunia yang terhubung secara digital, tetapi sering lupa terhubung dengan lingkungan di sekitar kita. Meskipun telah banyak program dan tindakan yang dihimbau untuk dilakukan oleh masyarakat, namun perihal terkait kesadaran lingkungan menjadi isu yang masih perlu digencarkan karena memiliki dampak yang cukup serius sekaligus banyak terhadap kita semua. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Kota Surakarta, rata-rata jumlah volume sampah per hari pada bulan Desember 2023 yaitu 367 ton. Jumlah yang begitu tinggi ini menunjukkan betapa pentingnya kesadaran lingkungan sebagai upaya bersama untuk menjaga keseimbangan ekosistem. Studi yang dilakukan oleh Sutopo & Widodo (2019) menunjukkan bahwa deforestasi dan polusi sampah plastik menjadi dua penyebab utama degradasi lingkungan di berbagai wilayah Indonesia.

Harapan untuk masa depan yang lebih hijau dapat terlihat melalui peningkatan kesadaran masyarakat terhadap isu lingkungan. Pada saat ini, kesadaran lingkungan mulai mendapatkan perhatian yang lebih tinggi dalam tingkat nasional maupun global. Generasi muda yang disebut sebagai “pengubah dunia” kini lebih peka terhadap isu-isu ekologi. Gerakan kecil seperti pengurangan sampah plastik, kampanye penanaman pohon, dan upaya daur ulang mulai menginspirasi banyak pihak untuk mengambil langkah nyata. Penelitian oleh Andriani et al (2020) mengungkapkan bahwa inisiatif masyarakat dalam pengelolaan sampah berbasis komunitas mampu mengurangi beban limbah hingga 30% di beberapa kota besar di Indonesia. Kampanye lingkungan,

seperti penanaman pohon dan edukasi daur ulang, semakin banyak dilakukan oleh generasi muda yang menjadi motor utama perubahan.

Pandawara Grup adalah komunitas anak muda yang berasal dari Bandung, Jawa Barat, dikenal sebagai pionir dalam gerakan peduli lingkungan. Terdiri dari lima pemuda, yaitu Ikhsan Destian, Gilang Rahma, Muhammad Rifqi, Rafly Pasya, dan Agung Permana, kelompok ini memulai aksinya dengan membersihkan sungai-sungai yang tercemar pada tahun 2021. Berdasarkan artikel dari Asih (2024), terhitung hingga saat ini Pandawara Grup telah mampu membersihkan lingkungan lebih dari 221 lokasi di seluruh Indonesia dan mengangkat lebih dari 1.200 ton sampah. Melalui berbagai inisiatifnya, Pandawara Grup membuktikan bahwa aksi kolektif yang dilakukan dengan konsisten dapat menjadi katalisator perubahan. Mereka tidak hanya membersihkan lingkungan, tetapi juga menyebarkan pesan edukasi dan menginspirasi generasi muda untuk terlibat aktif dalam pelestarian alam. Kajian oleh Yulinato (2021) menegaskan pentingnya kolaborasi antarindividu dan komunitas dalam menciptakan gerakan yang berkelanjutan, sebuah prinsip yang dijalankan secara konsisten oleh Pandawara Grup.

Media sosial Instagram menjadi salah satu kanal Pandawara Grup untuk menunjukkan potensi besar dalam membawa pengaruh nyata terhadap kesadaran lingkungan anak muda. Sebagai komunitas yang konsisten menyuarakan isu lingkungan, Pandawara memanfaatkan platform ini untuk mendokumentasikan aksi pembersihan lingkungan, berbagi cerita inspiratif, dan mengajak audiens untuk terlibat. Konten mereka, yang kaya akan visual menarik dan narasi menggugah, tidak hanya mencuri perhatian tetapi juga mampu memotivasi audiens untuk berpikir dan bertindak lebih peduli terhadap lingkungan. Konten berbasis aksi nyata yang ditampilkan di media sosial mampu memengaruhi kesadaran dan perilaku audiens lebih efektif dibandingkan dengan pendekatan konvensional ((Nugraha, D., Pramudia, S., & Ramadhan, 2022). Pandawara Grup telah memanfaatkan platform ini dengan optimal untuk mengedukasi dan menginspirasi masyarakat, termasuk anak muda di Solo. Fokus pada penelitian ini meliputi bagaimana audiens memahami pesan yang disampaikan, sejauh mana mereka merasa terlibat, hingga dampaknya terhadap tindakan nyata untuk peduli lingkungan. Responden dalam penelitian ini adalah 100 anak muda yang berusia antara 18 hingga 25 tahun, yang aktif menggunakan Instagram dan tinggal di wilayah Solo. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan wawasan penting bagi komunitas dan organisasi lain dalam memanfaatkan media sosial untuk kampanye lingkungan yang berkelanjutan.

2. METODE

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif yang berfokus pada hubungan variabel, pertanyaan penelitian, teori, dan metode analisis statistik. Paradigma kuantitatif didasarkan pada asumsi bahwa fenomena dapat dikelompokkan dan memiliki hubungan sebab-akibat yang dapat diteliti menggunakan variabel tertentu (Sugiyono, 2010). Penelitian ini bertujuan untuk melihat sejauh mana publikasi Pandawara Grup melalui Instagram @pandawaragroup dapat memengaruhi kesadaran lingkungan anak muda di Solo. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang telah disebar secara langsung dan tidak langsung melalui Google Form kepada 100 responden yang diambil dari populasi anak muda di Solo. Kuesioner ini digunakan untuk meneliti sekaligus memahami respon audiens dan pengaruhnya terhadap pesan yang disampaikan oleh Pandawara Grup melalui Instagram. Kemudian, data diperoleh dengan menggunakan skala Likert dan dianalisis dengan regresi linear sederhana. Proses penelitian mencakup studi literatur, pengelompokan subyek penelitian, dan penyusunan kuesioner valid. Populasi pada penelitian ini yaitu Anak muda yang bertempat tinggal di Solo yang berjumlah 118.523 orang. Untuk menentukan jumlah sampel dari populasi tersebut menggunakan rumus Slovin.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{118.523}{1 + (118.523 \times 10\%^2)} = \frac{118.523}{1.86,23} = 100$$

Gambar 1. Rumus Slovin

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Profil Responden

Pada penelitian ini terdapat sebanyak 100 responden yang bertempat tinggal di Kota Solo dan pernah melihat konten yang dibagikan oleh akun Instagram Pandawara. Responden juga dibatasi pada rentang usia 12 – 24 tahun yang masuk dalam kategori anak muda.

3.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

Pada saat melakukan penelitian dengan menggunakan kuesioner maka dilakukan uji validitas yang mempunyai tujuan untuk dapat mengetahui ketepatan fungsi pada setiap variabel dalam suatu proses penelitian, Uji validitas membantu peneliti mengetahui apakah valid atau tidaknya setiap instrumen kuesioner yang ada pada penelitian. Untuk mengetahui valid atau tidak instrumen dapat dilihat dari hasil perbandingan nilai (r) hitung dengan (r) tabel. Nilai (r) tabel didapatkan melalui $100(N) - 2 = 98$ (df) dengan nilai 0.1646. Jika nilai (r) hitung > dari (r) tabel maka instrumen valid.

Tabel 1. Instrumen Variabel X

Variabel X	Nilai
Variabel X1 (Context)	
Informasi pada media sosial Pandawara cukup efektif dalam mengubah perilaku menjadi lebih ramah lingkungan	.727
Informasi dari Pandawara lebih menarik dibandingkan sumber lain	.669
Konten dari Pandawara sangat jelas	.629
Konten dari Pandawara mudah dipahami	.707
Bahasa dan konten dari Pandawara sudah baik	.732
Variabel X2 (Communication)	
Komentar untuk konten Pandawara sudah positif	.633
Terlibat aktif dengan Instagram Pandawara	.636
Akun Instagram Pandawara sering berinteraksi dengan audiensnya	.725
Feedback dari akun Instagram Pandawara sudah baik	.723
Variabel X3 (Collaboration)	
Konten Pandawara menarik karena melibatkan <i>volunteer</i> atau masyarakat	.656
Konten Pandawara mendorong untuk melakukan aksi peduli lingkungan	.691
Konten Pandawara layak untuk dibagikan kepada orang lain	.712
Konten Pandawara yang dibagikan akan membantu Pandawara dan orang lain	.745
Konten yang melibatkan audiens lebih menarik untuk membawa informasi	.730
Variabel X4 (Connection)	

Memilih gaya hidup yang lebih ramah lingkungan setelah melihat konten Pandawara	.682
Salah satu contohnya adalah mengurangi penggunaan plastik sekali pakai	.678
Akun Instagram Pandawara selalu memberikan tanggapan dari setiap komentar	.751
Terdapat koneksi yang baik antara akun Instagram Pandawara dengan audiensnya	.707

Dari data tabel 1 pada instrumen variabel x memperlihatkan bahwa semua instrumen yang digunakan pada variabel x memperlihatkan hasil (r) hitung > 0.1646 nilai (r) tabel, maka dapat dikatakan semua instrumen variabel x sudah valid.

Tabel 2. Instrumen Variabel Y

Variabel Y	Nilai
Variabel Y1 (Kognitif)	
Kesadaran lingkungan menjadi aspek penting	.689
Generasi Z belum begitu peduli dengan kesadaran lingkungan	.500
Penerapan kesadaran lingkungan harus sejak dini	.639
Pemahaman tentang kesadaran lingkungan meningkat setelah melihat konten Instagram Pandawara	.745
Konten Instagram Pandawara memberi pengaruh dari aktivitas sehari-hari	.750
Variabel Y2 (Afektif)	
Konten tentang kesadaran lingkungan menjadi favorite anak muda	.727
Terdapat perasaan senang setelah melakukan tindakan peduli lingkungan	.696
Terdapat perasaan kurang senang apabila melihat orang lain tidak peduli terhadap lingkungan	.599
Konten Pandawara memotivasi untuk lebih peduli terhadap lingkungan	.808
Konten Pandawara menggugah rasa peduli terhadap lingkungan	.678
Variabel Y3 (Konatif)	
Menjadi lebih peduli lingkungan setelah melihat konten Pandawara	.718
Mengajak teman terdekat untuk lebih peduli lingkungan setelah melihat konten Pandawara	.691
Memberikan edukasi kepada orang lain terkait kesadaran lingkungan	.747
Berkomitmen untuk terlibat lebih aktif dalam aktivitas peduli lingkungan	.763

Dari data tabel 2 yang terdapat pada instrumen variabel Y memperlihatkan bahwa pada semua instrumen yang dijadikan pada variabel Y memperlihatkan hasil nilai (r) hitung > 0.1646 nilai (r) tabel, maka dari seluruh instrumen yang ada pada variabel Y sudah valid.

Setelah melakukan uji validitas Langkah selanjutnya yaitu melakukan uji reliabilitas yang mempunyai tujuan untuk mengetahui apakah pertanyaan dalam kuesioner berlaku secara umum. Pada Variabel X hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai Cronbach's Alpha yaitu .935 dan pada Variabel Y hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai Cronbach's Alpha yaitu .915. Dengan hasil ini dapat dikatakan reliabel karena lebih $>$ dari 0.06

3.3 Uji Regresi Linear Sederhana

Sebelum melakukan uji regresi linear sederhana perlu dilakukan uji syarat regresi. Pada uji syarat regresi yang dilakukan yaitu; uji normalitas dan uji linearitas. Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data berdistribusi dengan normal, dari nilai hasil uji normalitas yang dilakukan pada penelitian ini didapatkan hasil Asymp.sig 0.102. Data dapat dikatakan berdistribusi normal jika nilainya lebih dari 0.050. maka dari hasil tersebut $0.102 >$ dari 0.050 maka data tersebut berdistribusi normal.

Setelah melakukan uji normalitas kemudian dilakukan uji linearitas, pada uji ini untuk mengetahui apakah data pada penelitian ini memiliki hubungan antara variabel x dan variabel y. Pada uji linearitas yang dilakukan mendapatkan hasil Deviation from linearity pada bagian Sig dengan nilai 0.301. Data memiliki hubungan linear antara variabel x dan variabel y jika nilai Deviation from linearity memiliki nilai lebih dari 0.050. maka hasil dari uji linearitas ini dikatakan data linear karena nilai hasil Deviation from linearity pada bagian Sig $0.301 >$ 0.050.

Setelah melakukan uji normalitas dan reliabilitas kemudian selanjutnya dilakukan uji regresi linear sederhana. Pada uji ini diperoleh persamaan regresi yaitu $Y = 6.567 + 0.682 X$. Kemudian pada uji hipotesis pengaruh diperoleh hasil nilai sig $<$,001. Dari hasil ini nilai $<$ 0,001 $<$ 0,05 maka ada pengaruh dari variabel x terhadap variabel y. Dari uji ini diperoleh hasil nilai R Square sebesar 0.794 yang mempunyai arti variabel x mempengaruhi variabel y sebesar 79,4 % dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4. KESIMPULAN

Pengujian yang didapatkan dari data yang telah dikumpulkan serta dilakukan komputasi menggunakan aplikasi statistik, didapatkan hasil uji determinasi dengan nilai koefisien sebesar (R Square) sebesar 0.794 atau sebesar 79,4% sehingga dapat disimpulkan bahwa media sosial Instagram @pandawaragroup sebagai variabel independen berpengaruh terhadap kesadaran lingkungan oleh anak muda di Solo yang mencakup hampir setengah dari total variabilitas. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi dan publikasi yang dilakukan oleh komunitas Pandawara Group melalui Instagramnya dapat menginspirasi dan memengaruhi perilaku untuk lebih sadar terhadap lingkungan pada anak muda di Solo. Meskipun begitu, terdapat sekitar 20,6% dari variabilitas perubahan perilaku untuk lebih sadar dengan kebersihan lingkungan sekitar belum dapat dijelaskan oleh pengaruh media sosial Instagram @pandawaragroup. Hal ini menunjukkan bahwa masih terdapat faktor-faktor lain yang memengaruhi anak muda di Solo untuk lebih peduli dan sadar dengan kebersihan lingkungan sekitar dan tidak termasuk dalam model regresi ini. Sehingga, meskipun akun Instagram @pandawaragroup memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap kesadaran lingkungan pada anak muda di Solo, namun tetap terdapat banyak faktor yang juga berdampak pada perubahan perilaku yang lebih sadar terhadap kebersihan lingkungan untuk menjaga bumi tetap lestari. Adanya promosi dan publikasi hingga aktivitas lain yang memberikan motivasi dan inspirasi untuk hidup lebih peduli lingkungan akan menjadi topik yang menarik untuk dilanjutkan penelitiannya, khususnya pada media digital atau sosial media.

REFERENCES

Andriani, R, et al. (2020). Pengelolaan sampah berbasis komunitas di Indonesia: Studi kasus kota besar. *Jurnal Ekologi Indonesia*, 18(1), 45–56.

- Asih, R. W. (2024). *Hari Bumi: Pandawara Group Konsisten Jaga Alam, Bukan Sekedar Gimmick*. <https://kabar24.bisnis.com/read/20240422/79/1759376/hari-bumi-pandawara-group-konsisten-jaga-alam-bukan-sekedar-gimmick>
- Nugraha, D., Pramudia, S., & Ramadhan, A. (2022). Pengaruh media sosial terhadap kesadaran lingkungan generasi muda: Studi kasus Instagram sebagai platform edukasi. *Jurnal Komunikasi Dan Sosial Media*, 8(2), 105-118.
- Sugiyono, D. (2010). Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D. In *Penerbit Alfabeta*.
- Sutopo, B., & Widodo, A. (2019). Deforestasi dan degradasi lingkungan di Indonesia: Sebuah ancaman keberlanjutan. *Jurnal Lingkungan Hidup*, 15(2), 123–134.
- Yulinato, S. (2021). Kolaborasi untuk keberlanjutan: Peran masyarakat, pemerintah, dan swasta dalam konservasi lingkungan. *Jurnal Pembangunan Berkelanjutan*, 22(3), 101–115.