

Pengaruh Intensitas Paparan *Influencer* Lingkungan Terhadap Perubahan Kesadaran dan Perilaku Lingkungan Mahasiswa di Kota Makassar

Sri Aenunnisa. M¹, Ulfatuh Saliha¹, Norariza¹, Siti Nuryulandari¹, Muh. Affif¹, ST. Aisyah Humaerah^{2*}

¹Program Sarjana Prodi Sains Lingkungan, Jurusan Kimia FMIPA, Universitas Negeri Makassar, Indonesia

²Prodi Sains Lingkungan, Jurusan Kimia FMIPA, Universitas Negeri Makassar, Indonesia

ARTICLE INFORMATION

Received: 07 Mei 2026
Accepted: 21, Mei, 2026
Published: 02, Juni, 2026

KEYWORD

Influencer Lingkungan, Kesadaran Lingkungan, Perilaku Ramah Lingkungan, Media Sosial, Mahasiswa.

Environmental Influencer; Environmental Awareness; Sustainable Behavior; Social media; Students.

CORRESPONDING AUTHOR

Nama: ST. Aisyah Humaerah
E-mail: sriainunnisa36@gmail.com
aisyah.humaerah@unm.ac.id
No. Tlp: +62 853-4001-2245

ABSTRACT

Perkembangan media sosial memperluas akses informasi lingkungan, namun tidak otomatis mengubah perilaku nyata mahasiswa. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh intensitas paparan *influencer* lingkungan terhadap kesadaran dan perilaku ramah lingkungan mahasiswa di Kota Makassar. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan survei terhadap 26 responden menggunakan teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner berbasis skala *likert* dan dianalisis secara deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki tingkat paparan media sosial yang tinggi serta sering terpapar konten *influencer* lingkungan, yang berdampak pada meningkatnya kesadaran, pemahaman, dan sikap positif terhadap isu lingkungan. Namun, peningkatan tersebut tidak sepenuhnya diikuti oleh konsistensi perilaku, sehingga muncul kesenjangan antara kesadaran dan praktik. Konten yang sederhana dan mudah diterapkan terbukti lebih efektif dibandingkan konten yang kompleks. Dengan demikian, *influencer* memiliki potensi sebagai agen perubahan, tetapi tanpa strategi komunikasi yang tepat, pengaruhnya cenderung berhenti pada level kesadaran, bukan tindakan nyata.

The rapid growth of social media has expanded access to environmental information, yet it does not automatically translate into actual behavioral change among students. This study aims to analyze the effect of exposure intensity to environmental influencers on environmental awareness and pro-environmental behavior among university students in Makassar. A quantitative survey method was employed involving 26 respondents selected through purposive sampling. Data were collected using a likert-scale questionnaire and analyzed descriptively. The results indicate that most respondents experience high social media exposure and frequently encounter environmental influencer content, which contributes to increased awareness, understanding, and positive attitudes toward environmental issues. However, this improvement is not fully reflected in consistent behavior, revealing a gap between awareness and action. Simple and practical content is found to be more effective than complex messaging. Therefore, influencers hold potential as agents of change, but without strategic communication, their impact tends to remain at the level of awareness rather than real behavioral transformation.

PENDAHULUAN

Perkembangan media sosial telah mengubah cara masyarakat memahami dan merespons isu lingkungan. Informasi mengenai perubahan iklim, pencemaran, dan keberlanjutan kini dapat diakses dengan mudah oleh generasi muda, khususnya mahasiswa. Namun demikian, peningkatan akses informasi tersebut belum sepenuhnya diikuti oleh perubahan perilaku nyata dalam kehidupan sehari-hari. Banyak mahasiswa yang memiliki pengetahuan tentang pentingnya menjaga lingkungan, tetapi belum konsisten dalam menerapkannya. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara kesadaran (*environmental awareness*) dan perilaku (*environmental behavior*), yang menjadi tantangan utama dalam upaya pelestarian lingkungan. Studi terbaru menunjukkan bahwa paparan media sosial perlu didukung oleh interaksi dan pendekatan yang tepat agar dapat mendorong perubahan perilaku secara nyata (Sapkal, S. R & Kale, M. A. B, 2026).

Salah satu faktor yang berpotensi menjadi penguat tersebut adalah kehadiran *influencer* di media sosial. *Influencer* memiliki kemampuan dalam membentuk persepsi, sikap, dan perilaku audiens melalui konten yang disampaikan secara persuasif dan berulang. Intensitas paparan terhadap *influencer* menjadi aspek penting karena semakin sering individu terpapar suatu pesan, semakin besar kemungkinan pesan tersebut memengaruhi cara berpikir dan bertindak. Namun, pengaruh ini tidak selalu linear, terutama dalam konteks isu lingkungan yang memerlukan perubahan perilaku jangka panjang. Penelitian menunjukkan bahwa atribut *influencer* seperti kredibilitas, autentisitas, dan tingkat keterlibatan audiens sangat menentukan efektivitas pengaruh tersebut (Ashsidik, F dkk., 2025).

Di Indonesia, khususnya di Kota Makassar, penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa tergolong tinggi, sehingga *influencer* memiliki potensi besar sebagai agen perubahan sosial, termasuk dalam isu lingkungan. Namun demikian, masih terdapat keterbatasan dalam pemanfaatan *influencer* sebagai media edukasi lingkungan yang efektif. Tanpa strategi komunikasi yang tepat, pesan lingkungan yang disampaikan berisiko tidak mampu mengubah perilaku secara signifikan. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana intensitas paparan *influencer* lingkungan dapat berkontribusi terhadap perubahan kesadaran dan perilaku mahasiswa secara lebih spesifik dan kontekstual.

Dalam konteks ini, *influencer* lingkungan *green influencer* dapat menjadi solusi strategis dalam meningkatkan kesadaran sekaligus mendorong perubahan perilaku mahasiswa. *Influencer* mampu mengemas pesan lingkungan secara menarik, emosional, dan relevan dengan kehidupan sehari-hari sehingga meningkatkan keterlibatan audiens. Penelitian terbaru menunjukkan bahwa *green influencers* berperan penting dalam membangun komunitas sadar lingkungan dan mendorong tindakan nyata melalui media sosial (Bothma, M dkk., 2026).

Sejumlah penelitian terbaru menunjukkan bahwa media sosial dan *influencer* memiliki peran signifikan dalam membentuk kesadaran serta perilaku lingkungan. Penelitian oleh Amriwijaya & Trirahardjo (2024) menemukan bahwa media sosial secara tidak langsung memengaruhi perilaku pro-lingkungan melalui peningkatan pengetahuan dan sikap lingkungan individu. Selain itu, media sosial juga berfungsi sebagai sarana edukasi yang efektif karena mampu menjangkau audiens luas dan membangun interaksi yang mendorong perubahan perilaku secara bertahap. Temuan ini menunjukkan bahwa paparan konten lingkungan yang konsisten dapat meningkatkan kemungkinan individu untuk mengadopsi perilaku ramah lingkungan.

Meskipun berbagai penelitian telah mengkaji peran media sosial dalam membentuk perilaku lingkungan, masih terdapat keterbatasan dalam penelitian yang secara spesifik meneliti intensitas paparan *influencer* lingkungan terhadap perubahan kesadaran dan perilaku mahasiswa dalam konteks lokal. Penelitian oleh Wen Ma et al. (2024) menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh terhadap perilaku pro-lingkungan melalui mekanisme psikologis seperti sikap dan norma sosial, namun pengaruh tersebut sangat bergantung pada intensitas paparan serta karakteristik audiens. Oleh karena itu, diperlukan penelitian yang lebih kontekstual dan spesifik, seperti pada mahasiswa di Kota Makassar, untuk memahami bagaimana intensitas paparan *influencer* dapat memengaruhi kesadaran dan perilaku lingkungan secara lebih mendalam.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei yang bertujuan untuk menguji hubungan antara intensitas paparan konten *influencer* lingkungan di media sosial dengan tingkat kesadaran serta perilaku ramah lingkungan mahasiswa. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini menggunakan data berupa angka dan analisis statistik untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Menurut Sugiyono, metode penelitian kuantitatif merupakan metode yang berlandaskan pada filsafat positivisme dan digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan tujuan menguji hipotesis secara sistematis. Metode survei digunakan karena mampu mengumpulkan data dari responden dalam jumlah tertentu melalui instrumen kuesioner secara efisien.

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Makassar dengan subjek penelitian mahasiswa aktif. Pengumpulan data dilakukan secara daring menggunakan *Google Form* pada tanggal 2-5 april 2026. Penentuan waktu penelitian disesuaikan dengan periode penyebaran kuesioner hingga seluruh responden memberikan jawaban secara lengkap, sehingga data yang diperoleh dapat mewakili kondisi responden pada saat penelitian berlangsung.

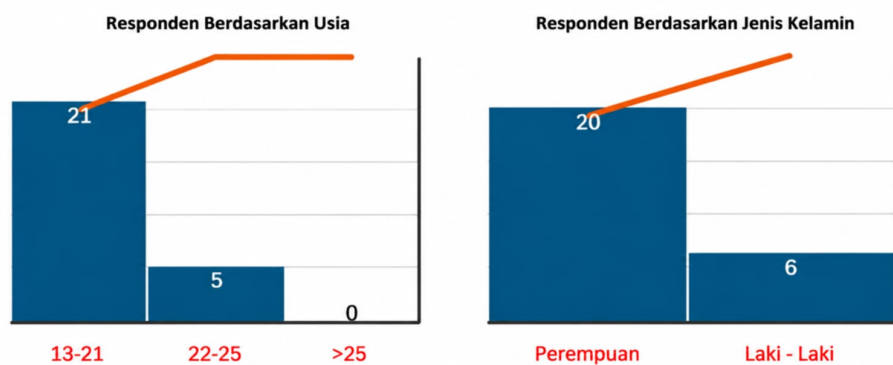
Populasi dalam penelitian ini mencakup beberapa perwakilan mahasiswa di Universitas Negeri Makassar khususnya di Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu, seperti

mahasiswa aktif, menggunakan media sosial, dan pernah melihat konten *influencer* lingkungan. Teknik ini digunakan agar sampel yang diperoleh sesuai dengan tujuan penelitian dan relevan dengan variabel yang diteliti. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 26 responden yang telah mengisi kuesioner secara lengkap. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas (*independen*), yaitu intensitas paparan konten *influencer* lingkungan di media sosial, serta variabel terikat (*dependen*), yaitu kesadaran lingkungan dan perilaku ramah lingkungan. Variabel-variabel tersebut ditetapkan untuk mengetahui hubungan serta pengaruh antara paparan media sosial terhadap sikap dan perilaku responden.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner (angket) dan studi literatur. Kuesioner disusun menggunakan skala *likert* untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi responden terhadap isu lingkungan. Skala *likert* merupakan metode pengukuran yang dikembangkan oleh rensis *likert* pada tahun 1932 dan banyak digunakan dalam penelitian sosial untuk mengukur tingkat persetujuan terhadap suatu pernyataan [2]. Selain itu, studi literatur dilakukan dengan mengkaji berbagai sumber ilmiah seperti buku, jurnal, dan artikel yang relevan guna mendukung landasan teori penelitian. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan teknik statistik deskriptif dengan menghitung frekuensi dan persentase dari setiap jawaban responden. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan data secara sistematis tanpa melakukan generalisasi yang luas, sehingga hasil penelitian dapat memberikan gambaran mengenai kondisi responden berdasarkan data yang diperoleh.

HASIL & PEMBAHASAN

Perubahan kesadaran lingkungan pada masyarakat tidak selalu terbentuk secara alami dari dalam diri individu, tetapi sering kali dipengaruhi oleh berbagai faktor eksternal. Salah satu faktor yang memiliki pengaruh cukup besar saat ini adalah peran *influencer* di media sosial. Melalui konten, kampanye, dan gaya hidup yang mereka tampilkan, *influencer* dapat membentuk opini, meningkatkan perhatian, serta mendorong perubahan perilaku pengikutnya terhadap isu-isu lingkungan. Menurut Parayow (2023), *influencer* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku pengikutnya, meskipun pengaruh tersebut terjadi secara tidak langsung melalui interaksi dan paparan konten di media sosial. Grafik dan tabel berikut menyajikan data terkait hubungan antara paparan *influencer* dengan perubahan kesadaran dan perilaku responden terhadap lingkungan.

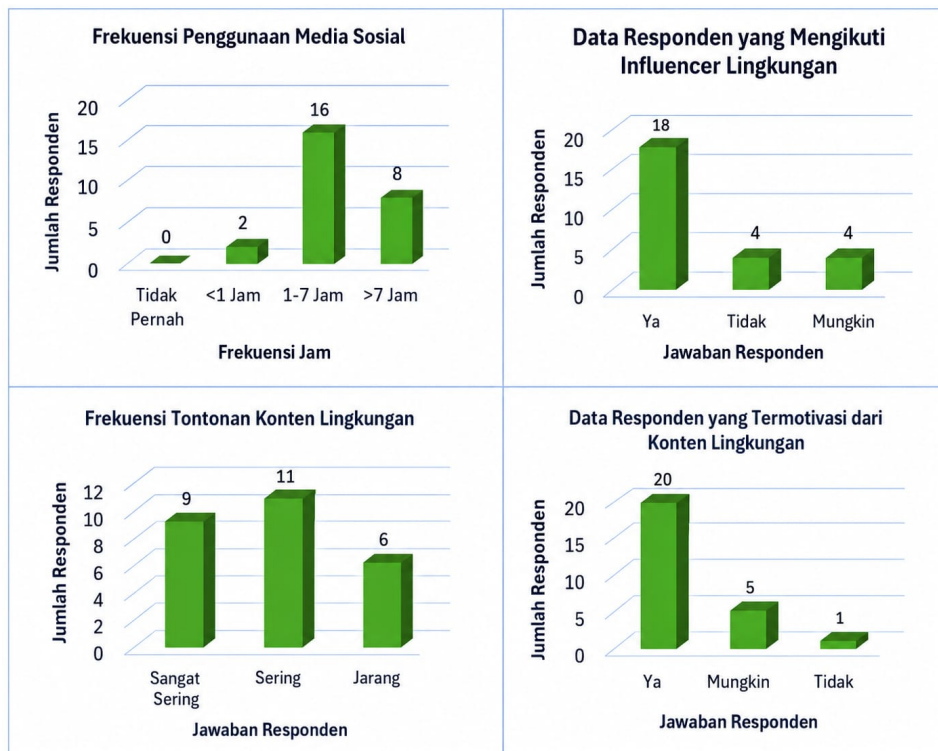


Gambar 1. Grafik Perbandingan Usia dan Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil pengolahan data kuesioner terhadap 26 responden, distribusi usia menunjukkan bahwa mayoritas responden berada pada rentang usia 13–21 tahun, yaitu sebanyak 21 orang (80,8%). Sementara itu, responden dengan rentang usia 22–25 tahun berjumlah 5 orang (19,2%), dan tidak terdapat responden yang berusia di atas 25 tahun. Data tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden termasuk dalam kelompok usia produktif yang cenderung aktif menggunakan media sosial dalam kehidupan sehari-hari. Kondisi ini menyebabkan responden memiliki peluang yang cukup besar untuk terpapar berbagai konten digital, termasuk konten yang disampaikan oleh *influencer* bertema lingkungan. Temuan ini didukung oleh penelitian Putri dkk. (2023) yang menyatakan bahwa mahasiswa pada rentang usia 18–21 tahun merupakan pengguna aktif media sosial dengan tingkat interaksi dan intensitas penggunaan yang tinggi.

Berdasarkan jenis kelamin, responden perempuan mendominasi jumlah partisipan dalam penelitian ini. Jumlah responden perempuan tercatat sebanyak 20 orang (76,9%), sedangkan responden laki-laki hanya sebanyak 6 orang (23,1%). Dominasi responden perempuan menunjukkan adanya

tingkat partisipasi yang lebih tinggi dari perempuan dalam pengisian kuesioner yang berkaitan dengan isu lingkungan. Kondisi ini mengindikasikan bahwa perempuan cenderung lebih tertarik atau lebih responsif terhadap topik yang berkaitan dengan kepedulian lingkungan dan perubahan perilaku sosial. Hal tersebut sejalan dengan pendapat Zelezny dkk. (2000) yang menyatakan bahwa perempuan umumnya memiliki tingkat kepedulian dan sensitivitas yang lebih tinggi terhadap isu sosial maupun lingkungan dibandingkan laki-laki.



Gambar 2. Grafik Pengaruh *Influencer* Lingkungan Terhadap Lingkungan

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 26 responden, diketahui bahwa sebagian besar mahasiswa memiliki intensitas penggunaan media sosial yang cukup tinggi. Sebanyak 16 responden (61,5%) menggunakan media sosial selama 1–7 jam per hari, sedangkan 8 responden (30,8%) menggunakan media sosial lebih dari 7 jam per hari. Sementara itu, hanya 2 responden (7,7%) yang menggunakan media sosial kurang dari 1 jam per hari, dan tidak terdapat responden yang tidak pernah menggunakan media sosial. Data ini menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi bagian penting dalam aktivitas sehari-hari mahasiswa. Tingginya durasi penggunaan media sosial memberikan peluang besar bagi mahasiswa untuk memperoleh berbagai informasi digital, termasuk informasi mengenai isu dan edukasi lingkungan. Kondisi tersebut sejalan dengan penelitian Nicole B. Ellison dkk. (2007) yang menyatakan bahwa media sosial mampu memperluas akses informasi serta meningkatkan interaksi sosial antar pengguna.

Selain itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden telah mengikuti atau setidaknya pernah melihat *influencer* lingkungan di media sosial. Sebanyak 18 responden (69,2%) menjawab “ya”, sedangkan 4 responden (15,4%) menjawab “tidak”, dan 4 responden lainnya (15,4%) menjawab “mungkin”. Data ini menunjukkan bahwa *influencer* lingkungan memiliki jangkauan yang cukup luas di kalangan mahasiswa dan berpotensi menjadi media penyampai informasi lingkungan yang efektif. Kehadiran *influencer* dengan konten edukatif dan persuasif dapat membantu meningkatkan perhatian mahasiswa terhadap isu lingkungan serta mendorong terbentuknya perilaku peduli lingkungan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Damayanti dan Komsiah (2024) yang menyatakan bahwa konten digital di media sosial memiliki pengaruh terhadap pembentukan sikap peduli lingkungan.

Dari sisi frekuensi paparan konten lingkungan, sebanyak 11 responden (42,3%) menyatakan sering melihat konten lingkungan di media sosial, 9 responden (34,6%) menyatakan sangat sering, dan 6 responden (23,1%) menyatakan jarang melihat konten lingkungan. Hasil ini menunjukkan bahwa

konten bertema lingkungan cukup sering muncul dan dikonsumsi oleh mahasiswa melalui media sosial. Tingginya frekuensi paparan tersebut mengindikasikan bahwa media sosial telah menjadi salah satu sumber informasi lingkungan yang dominan di kalangan mahasiswa. Semakin sering mahasiswa terpapar konten lingkungan, maka semakin besar pula peluang terbentuknya pengetahuan, kesadaran, dan kepedulian terhadap lingkungan. Hal ini didukung oleh penelitian Ansori dkk. (2024) yang menyatakan bahwa paparan informasi lingkungan melalui media digital dapat meningkatkan kesadaran lingkungan masyarakat, khususnya generasi muda.

Selain frekuensi paparan, penelitian ini juga menunjukkan bahwa konten lingkungan di media sosial mampu memberikan motivasi kepada responden. Sebanyak 20 responden (76,9%) menyatakan merasa termotivasi oleh konten lingkungan yang mereka lihat, sedangkan 5 responden (19,2%) menjawab “mungkin”, dan hanya 1 responden (3,8%) yang menyatakan tidak termotivasi. Data ini menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa memberikan respons positif terhadap konten lingkungan yang disampaikan melalui media sosial. Konten yang dikemas secara menarik oleh *influencer* maupun kreator digital dapat mendorong mahasiswa untuk lebih peduli terhadap kebersihan, pengelolaan sampah, pengurangan penggunaan plastik, serta perilaku ramah lingkungan lainnya. Temuan ini memperkuat pandangan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai media edukasi dan kampanye lingkungan yang efektif. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Irhas dan Reni (2024) yang menyatakan bahwa media sosial berperan sebagai sarana edukasi lingkungan. Selain itu, penelitian Rosmalia Ahmad dkk. (2025) juga menemukan bahwa terpaan media memiliki pengaruh terhadap perilaku pro-lingkungan mahasiswa.

Tabel 1. Jenis Konten Lingkungan Yang Pernah Dilihat Responden Di Media Sosial

No	Jenis Konten	Frekuensi	Persentase
1.	Pemilihan sampah	8	30,8%
2.	Pengurangan plastik	14	53,8%
3.	Komposting	0	0%
4.	Gaya hidup <i>zero waste</i>	2	7,7%
5.	Semua pernah saya lihat	1	3,8%

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 1, konten lingkungan yang paling banyak dilihat responden adalah pengurangan penggunaan plastik (53,8%). Hal ini sejalan dengan penelitian Irhas dan Reni (2025) yang menyatakan bahwa media sosial berperan signifikan dalam meningkatkan kesadaran lingkungan, terutama melalui konten yang sering muncul seperti pengurangan plastik dan pengelolaan sampah. Tingginya paparan terhadap konten ini menunjukkan bahwa isu plastik merupakan salah satu permasalahan lingkungan yang paling banyak disoroti di media sosial, sehingga lebih mudah dijangkau dan dipahami oleh responden.

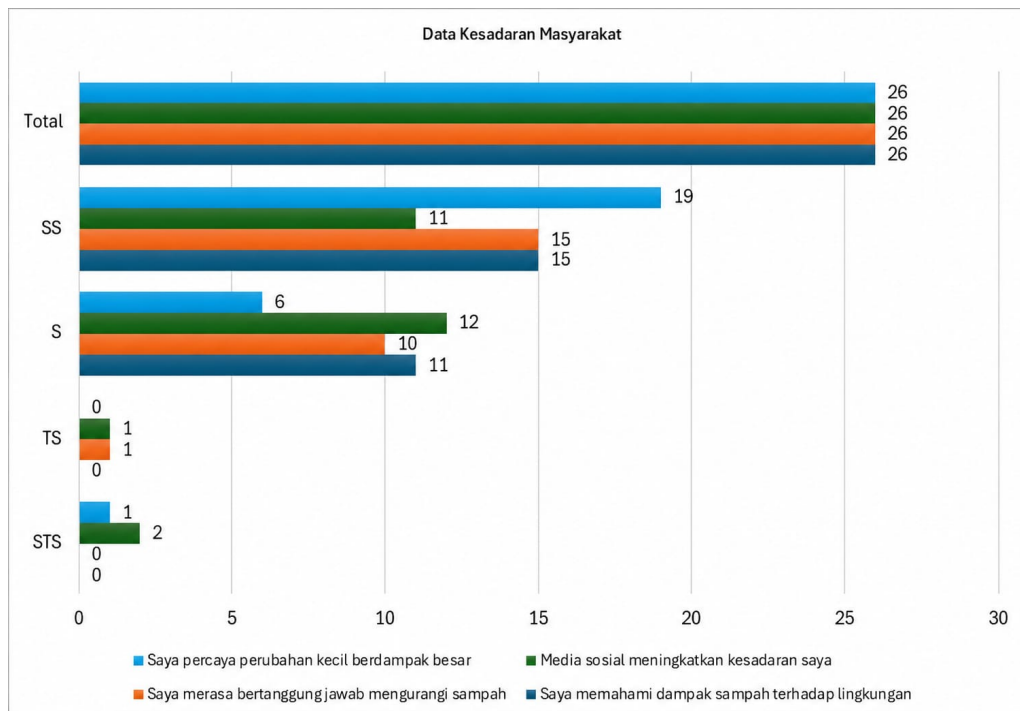
Selain itu, konten pemilahan sampah (30,8%) juga cukup banyak dilihat, yang menunjukkan bahwa konten visual dan edukatif di media sosial mampu mendorong kesadaran masyarakat terhadap pentingnya menjaga lingkungan (Natasari, 2023). Konten jenis ini umumnya disajikan dalam bentuk video singkat, infografis, atau kampanye digital yang menarik, sehingga lebih mudah dipahami dan diingat oleh pengguna media sosial.

Sementara itu, tidak adanya responden yang melihat konten komposting menunjukkan rendahnya paparan maupun minat terhadap topik tersebut. Hal ini didukung oleh Ayuningtyas et al. (2024) yang menyatakan bahwa masyarakat cenderung lebih tertarik pada perilaku ramah lingkungan yang mudah diterapkan dibandingkan yang lebih kompleks. Komposting sering kali dianggap membutuhkan pengetahuan khusus, waktu, serta fasilitas tertentu, sehingga kurang populer di kalangan masyarakat, khususnya mahasiswa.

Adapun konten gaya hidup *zero waste* yang rendah (7,7%) menunjukkan bahwa konsep tersebut masih belum populer di kalangan responden. Gaya hidup ini menuntut perubahan perilaku yang cukup signifikan, seperti mengurangi konsumsi barang sekali pakai dan beralih ke produk ramah lingkungan, sehingga tidak semua individu siap untuk menerapkannya secara konsisten.

Lebih lanjut, perbedaan tingkat paparan terhadap berbagai jenis konten lingkungan ini menunjukkan bahwa karakteristik konten sangat memengaruhi minat dan perhatian responden. Konten yang bersifat praktis, sederhana, dan mudah diterapkan dalam kehidupan sehari-hari cenderung lebih diminati dibandingkan dengan konten yang membutuhkan usaha lebih besar. Hal ini mengindikasikan bahwa efektivitas media sosial dalam meningkatkan kesadaran lingkungan tidak hanya bergantung pada frekuensi paparan, tetapi juga pada cara penyampaian dan tingkat kemudahan implementasi dari pesan

yang disampaikan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa media sosial memiliki potensi besar sebagai sarana edukasi lingkungan, namun diperlukan strategi penyajian konten yang lebih menarik, sederhana, dan aplikatif agar mampu menjangkau lebih banyak audiens serta mendorong perubahan perilaku yang lebih luas.



Gambar 3. Grafik Data Kesadaran Terhadap Lingkungan

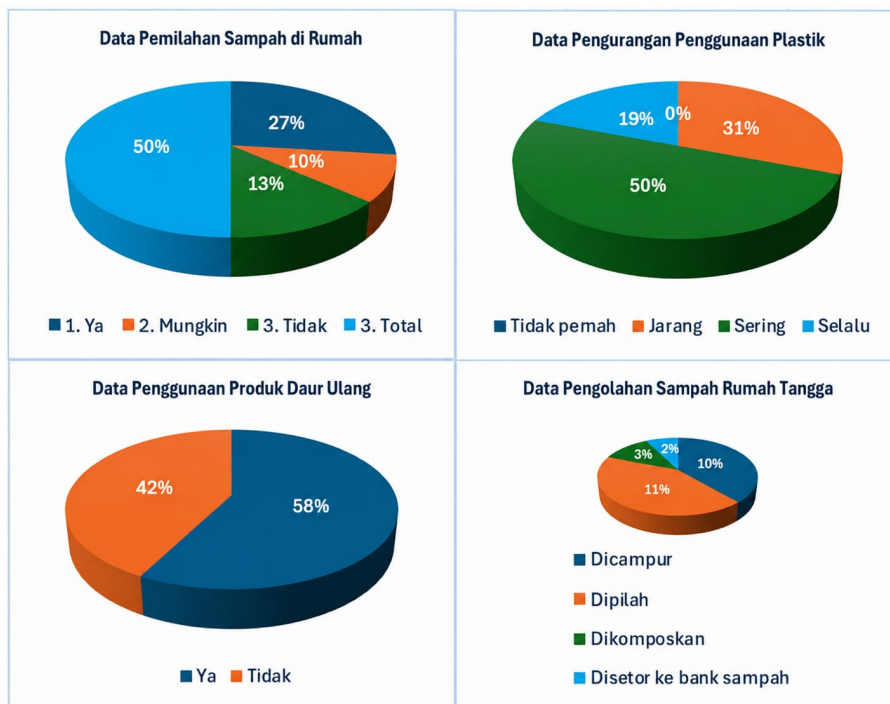
Berdasarkan data hasil kuesioner, tingkat kesadaran lingkungan responden tergolong tinggi dan konsisten di beberapa indikator utama. Pada aspek pemahaman dampak sampah, dominasi jawaban sangat setuju (SS) 15 responden dan setuju (S) 11 responden menunjukkan bahwa sebagian besar responden telah memiliki pengetahuan yang baik mengenai konsekuensi negatif sampah terhadap lingkungan. Hal ini sejalan dengan pandangan bahwa pengetahuan lingkungan merupakan dasar terbentuknya kesadaran dan perilaku ramah lingkungan (Kollmuss & Agyeman, 2002).

Pada aspek tanggung jawab individu, hasil menunjukkan bahwa 15 responden sangat setuju (SS) dan 10 responden setuju (S), meskipun terdapat 1 responden yang tidak setuju (TS). Data ini menegaskan bahwa mayoritas responden merasa memiliki peran aktif dalam menjaga lingkungan. Sikap ini dapat dijelaskan melalui teori perilaku terencana yang menyatakan bahwa kesadaran tanggung jawab memengaruhi niat dan tindakan individu (Ajzen, 1991).

Selanjutnya, terkait peran media sosial, mayoritas responden setuju (S) 12 responden dan sangat setuju (SS) 11 responden bahwa media sosial meningkatkan kesadaran lingkungan. Namun, adanya 1 responden tidak setuju (TS) dan 2 responden sangat tidak setuju (STS) menunjukkan bahwa pengaruh media sosial tidak bersifat merata. Hal ini mengindikasikan bahwa efektivitas media sosial sebagai sarana edukasi lingkungan bergantung pada cara individu menerima dan memanfaatkan informasi.

Pada pernyataan mengenai dampak perubahan kecil, dominasi jawaban sangat setuju (SS) 19 responden dan setuju (S) 6 responden menunjukkan keyakinan kuat bahwa tindakan sederhana dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap lingkungan. Keyakinan ini mencerminkan adanya pemahaman bahwa perubahan perilaku individu, sekecil apa pun, tetap memiliki nilai penting dalam menjaga keberlanjutan lingkungan.

Secara keseluruhan, data menunjukkan bahwa responden tidak hanya memiliki pemahaman yang baik, tetapi juga sikap positif dan keyakinan terhadap peran individu dalam menjaga lingkungan. Selain itu, media sosial terbukti menjadi faktor pendukung dalam meningkatkan kesadaran, meskipun pengaruhnya tidak sepenuhnya seragam di antara responden. Dengan demikian, peningkatan kesadaran lingkungan dapat terus didorong melalui edukasi berkelanjutan, kampanye digital yang menarik, serta pembiasaan tindakan nyata dalam kehidupan sehari-hari.



Gambar 4. Grafik Kesadaran Responden Terhadap Pengolahan Sampah

Gambar 4 menunjukkan bahwa data kesadaran responden dalam memilah sampah yang dilakukan dirumah sebanyak 27% responden telah melakukan pemilahan sampah, 10% kadang-kadang (mungkin), dan 13% tidak melakukan sama sekali, sementara 50% merupakan proporsi dominan dalam keseluruhan data. Data responden terkait kesadaran pengurangan penggunaan plastik yakni sebanyak 50% responden sering mengurangi penggunaan plastik, 31% jarang, 19% selalu, dan 0% tidak pernah. Data respon yang telah menggunakan produk daur ulang yakni 58% respon telah menggunakan produk daur ulang dan 42% belum menggunakan produk daur ulang sedangkan untuk data responden terkait pengelolaan sampah rumah tangga yakni Sebanyak 11% sampah dipilah, 10% masih dicampur, 3% dikomposkan, dan 2% disetor ke bank sampah. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian responden sudah mulai mengelola sampah dengan cara yang lebih baik (dipilah), namun praktik ramah lingkungan seperti pengomposan dan penyetoran ke bank sampah masih sangat rendah.

Kondisi ini sejalan dengan penelitian Asteria Dwi dan Heruman Herry (2016) yang menyatakan bahwa keberhasilan pengelolaan sampah sangat dipengaruhi oleh partisipasi aktif masyarakat serta kebiasaan dalam memilah sampah sejak dari sumbernya. Selanjutnya, pada aspek pengurangan penggunaan plastik, sebagian besar responden berada pada kategori “sering”, namun hanya sedikit yang melakukannya secara konsisten. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun kesadaran untuk mengurangi penggunaan plastik sudah ada, penerapannya masih belum maksimal. Menurut Purwaningrum P (2016), perilaku pengurangan sampah plastik dipengaruhi oleh tingkat kesadaran lingkungan serta ketersediaan alternatif bahan yang lebih ramah lingkungan, sehingga tanpa dukungan fasilitas, perubahan perilaku cenderung tidak konsisten.

Pada penggunaan produk daur ulang, mayoritas responden menunjukkan kecenderungan positif dengan menggunakan produk daur ulang, meskipun masih terdapat sebagian yang belum menggunakannya. Hal ini menunjukkan adanya peningkatan minat terhadap produk ramah lingkungan, namun belum merata di seluruh responden. Faktor seperti harga, ketersediaan produk, serta kurangnya edukasi menjadi penyebab utama rendahnya penggunaan secara menyeluruh. Temuan ini sejalan dengan konsep perilaku konsumen ramah lingkungan yang menyatakan bahwa keputusan penggunaan produk dipengaruhi oleh persepsi manfaat dan kemudahan akses.

Sementara itu, dalam pengelolaan sampah rumah tangga, masih ditemukan bahwa sebagian responden mencampur sampah, meskipun ada yang sudah memilah, mengomposkan, maupun memanfaatkan bank sampah. Hal ini menunjukkan bahwa sistem pengelolaan sampah berbasis masyarakat mulai berkembang, tetapi belum diterapkan secara optimal. Perilaku pengelolaan sampah rumah tangga sangat dipengaruhi oleh tingkat pengetahuan, kesadaran, serta ketersediaan sarana dan prasarana pendukung.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa masyarakat telah memiliki tingkat kesadaran lingkungan yang cukup baik, namun implementasinya masih berada pada tahap transisi. Oleh karena itu, diperlukan upaya berkelanjutan berupa edukasi lingkungan, penyediaan fasilitas yang memadai, serta dukungan kebijakan agar perilaku ramah lingkungan dapat menjadi kebiasaan yang konsisten dalam kehidupan sehari-hari.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, intensitas paparan *influencer* lingkungan di media sosial berkontribusi dalam meningkatkan kesadaran lingkungan mahasiswa, yang ditunjukkan melalui pemahaman yang baik, sikap positif, serta keyakinan terhadap pentingnya menjaga lingkungan. Namun, implementasi perilaku ramah lingkungan masih belum konsisten dan berada pada tahap transisi, sehingga menunjukkan adanya kesenjangan antara pengetahuan dan praktik. Konten yang sederhana dan mudah diterapkan lebih efektif dalam memengaruhi perilaku dibandingkan konten yang kompleks. Dengan demikian, media sosial dan *influencer* memiliki peran penting sebagai sarana edukasi lingkungan, namun memerlukan strategi penyampaian yang tepat agar mampu mendorong perubahan perilaku secara berkelanjutan. Keterbatasan penelitian ini terletak pada jumlah sampel yang terbatas dan penggunaan analisis deskriptif, sehingga hasil belum dapat digeneralisasikan secara luas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh responden mahasiswa Universitas Negeri Makassar yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner sehingga penelitian ini dapat terlaksana dengan baik. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada dosen pembimbing serta semua pihak yang telah memberikan arahan, dukungan, dan kontribusi dalam proses penyusunan penelitian ini. Selain itu, penulis juga mengapresiasi rekan tim yang telah bekerja sama dalam pengumpulan data dan penyelesaian penelitian ini hingga tahap akhir.

DAFTAR PUSTAKA

- Agner, J., Bau, K. E & Bruland, D (2024) And Introduction to Health Literacy and Social Contexts with Recommendations for Health Professionals and Researchers. *International Journal of Environmental Research and Public Health*.
- Ahmad, R., Anisti & Anggraeni, D (2025) Membangun Perilaku Menangani Sampah Plastik: Analisis Pengaruh Terpaan Media Terhadap Perilaku Pro-Lingkungan Mahasiswa Universitas Bung Karno. *Jurnal Public Relations-JPR*. 6(2)
- Ajzen, I (1991) The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processed*.
- Amriwijaya, J & Trirahardjo, S (2024) Analyzing the Influence of Social Media on Pro-Environmental Behavior via the Mediation of Pro-Environmental Knowledge and Attitude among Middle School Students in Bandung Regency, Indonesia. *Journal of Social Sciences*. 7(2)
- Ansori, I., Rohman. I. S & Rahayu, A. D (2024) Menciptakan Kesadaran Lingkungan Melalui Media Sosial. *Jurnal Bisnis Manajemen & Ekonomi*. 22(2)
- Ashari, L. H & Reni (2025) Sosial Media dan Kesadaran Lingkungan: Pengaruh Kampanye Digital terhadap Perilaku Ramah Lingkungan. *Jurnal Ilmu Sosial, Politik dan Hukum*. 4(1)
- Ashsidik, F., Wibowo, S. F & Sadat, A. M (2025) The Influence of Environmental Awareness, Eco-Friendly Lifestyle, *Influencer* Credibility, and Social Media Engagement on Purchase Intention of Slow Fashion Products on Tiktok Application in Generation Z. *International Journal of Environmental*. 6(4)
- Asteria, D & Heruman, H (2016) Bank Sampah Sebagai Alternatif Strategi Pengelolaan Sampah Berbasis Masyarakat di Tasikmalaya. *Jurnal Manusia dan Lingkungan*. 23(1)
- 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).
- Azahrah, F. A., Wulandari, S., Putri, S. L., Nugroho, A. K. L., Saputra, A & Nugraha, J. T (2024) Penggunaan Media Sosial dan Interaksi Sosial pada Mahasiswa: Studi Deskriptif di Universitas Tidar. *Journal of Governance and Public Administration (JoGaPA)*. 1(3)

- Bothma, M., Tarigan, A. K. M & Hasan, A (2026) Green *Influencer* and Nature-Based Solution: The Roles Awareness, Scepticism and Attitude. *Journal of Environmental Management*.
- Boyd, D. M & Ellison, N. B (2008) Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*.
- Damayanti, S. E & Komsiah, S (2024) Pengaruh Konten Media Sosial Terhadap Sikap Peduli Lingkungan. *Ikraith-Humaniora*. 8(1)
- Ellison, N. B., Steinfield, C & Lampe, C (2007) The Benefits of Facebook "Friends:" Social Capital and College Students' Use of Online Social Network Sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*.
- Kollmuss, A & Agyeman, J (2002) Mind the Gap: Why Do People Act Environmentally and What Are The Barriers to Pro-Environmental Behavior?. *Environmental Education Research*. 8(3)
- Natasari, N (2023) Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Mendorong Kesadaran Lingkungan: Analisis Akun Pandawara Program Bersih-Bersih Sampah. *Jurnal Kommunity Online*. 4(2)
- Purwaningrum, P (2016) Upaya Mengurangi Timbulan Sampah Plastik di Lingkungan. 8(2)
- Sapkal, S. R & Kale, M. A. B (2026) *Influencer* of Social Media of Environmental Awareness and Engagement Among Youth in the Digital Era. *International Journal of Engineering Research & Technology (IJERT)*. 4(2)
- Zelezny, L. C., Chua, P & Aldrich, C (2000) Elaborating on Gender Differences in Environmentalism. *Journal of Social Issues*. 56(3)