

Pengaruh Konten Peduli Lingkungan di Media Sosial Instagram terhadap Perilaku *Zero Waste*

Nafsah Hanifah Syarif *, Yenni Yuniati

Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

nafsah74@gmail.com, yenni.yuniati@unisba.ac.id

Abstract. Environmental problems, especially plastic waste, are an urgent global issue because of their impact on ecosystems. Indonesia, as the second largest contributor of plastic waste in the world, faces major challenges in waste management. One of the initiatives carried out to address this problem is the zero waste lifestyle campaign. Students are considered to have great potential as agents of change in supporting environmental sustainability. However, the level of awareness and implementation of an environmentally friendly lifestyle among students related to zero waste behaviour is still low. This study fills the literature gap by exploring how environmental content on social media can affect zero waste behaviour in specific audiences, namely UNISBA students. This study aims to analysed the influence of environmental care content on Instagram social media @zerowaste.id_official on zero waste behaviour among students of the Islamic University of Bandung (UNISBA). The research uses quantitative survey methods and Hypodermic Needle theory as theoretical frameworks. The variables in this study include message structure, message style, and message appeals on Instagram content, as well as student zero waste. The results showed that environmental care content had a significant effect on zero waste behaviour, with a determination coefficient value of 68.2%, which indicates that the majority of student behaviour changes can be explained by exposure to environmental content. Systematic message structure, attractive message style, and message appeals that combine rational and emotional approaches have proven to be effective in building awareness and encouraging students to implement a zero waste lifestyle.

Keywords: *Instagram, zero waste, student behavior, environmental care content.*

Abstrak. Masalah lingkungan, khususnya limbah plastik menjadi isu global yang mendesak karena dampaknya terhadap ekosistem. Indonesia sebagai penyumbang limbah plastik terbesar kedua di dunia menghadapi tantangan besar dalam pengelolaan sampah. Salah satu inisiatif yang dilakukan untuk mengatasi masalah ini adalah kampanye gaya hidup zero waste. Mahasiswa dianggap memiliki potensi besar sebagai agen perubahan dalam mendukung keberlanjutan lingkungan. Namun, tingkat kesadaran dan implementasi gaya hidup ramah lingkungan di kalangan mahasiswa terkait perilaku zero waste masih rendah. Penelitian ini mengisi kesenjangan literatur dengan mengeksplorasi bagaimana konten peduli lingkungan di media sosial dapat memengaruhi perilaku zero waste pada audiens yang spesifik, yaitu mahasiswa UNISBA. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh konten peduli lingkungan di media sosial Instagram @zerowaste.id_official terhadap perilaku zero waste di kalangan mahasiswa Universitas Islam Bandung (UNISBA). Penelitian menggunakan metode survei kuantitatif dan teori Jarum Hipodermik sebagai kerangka teori. Variabel dalam penelitian ini meliputi struktur pesan, gaya pesan, dan appeals pesan pada konten Instagram, serta perilaku zero waste mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten peduli lingkungan berpengaruh signifikan terhadap perilaku zero waste, dengan nilai koefisien determinasi sebesar 68,2%, yang mengindikasikan bahwa mayoritas perubahan perilaku mahasiswa dapat dijelaskan oleh paparan konten lingkungan. Struktur pesan yang sistematis, gaya pesan yang menarik, serta appeals pesan yang memadukan pendekatan rasional dan emosional terbukti efektif dalam membangun kesadaran dan mendorong mahasiswa untuk menerapkan gaya hidup zero waste.

Kata Kunci: *Instagram, zero waste, perilaku mahasiswa, konten peduli lingkungan.*

A. Pendahuluan

Permasalahan lingkungan hidup, khususnya pencemaran akibat sampah plastik, semakin menjadi isu global yang mendesak (Krisyanti et al., 2020). Indonesia merupakan salah satu negara dengan tingkat pencemaran plastik tertinggi di dunia, dengan volume limbah plastik yang mencemari lingkungan mencapai 3,22 juta ton per tahun. Untuk mengatasi hal ini, pemerintah Indonesia mencanangkan program Zero Waste 2030 yang mendorong penerapan ekonomi sirkular dalam pengelolaan sampah.

Masyarakat global pastinya sudah sangat mengenal penggunaan plastik dalam berbagai aspek kehidupan. Rancangan plastik yang ringan dan tahan lama menjadi salah satu faktor mengapa kebiasaan memakai plastik sulit untuk dihapuskan. Masyarakat telah menjadi tergantung pada penggunaan plastik yang praktis dan mudah ditemukan di mana saja (Mayang et al., n.d.). Namun, keuntungan ini hanya dirasakan oleh manusia. Plastik mengandung bahan kimia yang berbahaya dan memiliki dampak negatif terhadap kerusakan lingkungan. Selain itu, plastik pun sukar untuk terurai oleh alam.

Media sosial menjadi alat yang efektif dalam menyebarkan informasi dan membangun kesadaran lingkungan (Pawaka & Choiriyati, 2020). Instagram, dengan basis pengguna yang besar di Indonesia, berperan penting dalam kampanye digital tentang isu lingkungan. Di sisi lain, ruang digital ini memungkinkan komunikasi terbuka antar pengguna. Meskipun begitu, lebih banyak orang yang menikmati konten kita daripada yang terlihat secara langsung. Lebih dari sekadar validasi, penting untuk tetap berpikir positif, tekun, dan memiliki sikap kuat terhadap berbagai respons yang diterima. (Situmorang & Hayati, 2023)

Akun @zerowaste.id_official, misalnya, memiliki 172 ribu pengikut aktif dan secara konsisten membagikan informasi serta tips mengenai gaya hidup zero waste(.). Kampanye seperti #HabiskanMakananmu yang terdapat pada akun ini juga bertujuan mengurangi food waste di masyarakat. Akun seperti @zerowaste.id_official memainkan peran penting dalam mengedukasi masyarakat tentang gaya hidup minimalis limbah (zero waste) dan mendorong perubahan perilaku. Kampanye yang dilakukan oleh akun ini berfokus pada penyebaran informasi, tips praktis, dan inspirasi untuk mengurangi limbah di kehidupan sehari-hari.

Dalam konteks komunikasi massa, informasi yang disampaikan melalui media massa umumnya dapat diakses oleh siapa saja, meskipun ada beberapa media yang berbayar atau memiliki batasan akses. Perkembangan teknologi memengaruhi kecepatan dan format komunikasi massa. Selain itu, regulasi dari pemerintah atau badan pers juga dapat membatasi atau mengatur isi media. (Anisah et al., n.d.)

Teori Jarum Hipodermik menjelaskan bahwa pesan yang disampaikan melalui media dapat memiliki efek langsung dan kuat terhadap audiens. Media dianggap mampu "menyuntikkan" pesan ke dalam kesadaran individu tanpa perantara, sehingga dapat memengaruhi sikap dan perilaku mereka (Musdalifah & Salisah, 2022). Pesan-pesan media massa berperan sebagai peluru atau jarum, yang menembak secara langsung ke dalam pikiran setiap individu dan memiliki konsekuensi mengubah perilaku khalayak massa. (Rakhmat, 2016). Hal ini menjadi relevan dalam memahami bagaimana konten yang tersebar di media sosial mampu membentuk pola pikir serta keputusan pengguna, baik secara sadar maupun tidak sadar.

Pengaruh media sosial terhadap individu dapat dikaitkan dengan perubahan perilaku (Aldisha Putri Nurmawan, 2022). Menurut teori B.F. Skinner, perilaku manusia terbentuk dari respons terhadap lingkungan, termasuk paparan konten digital yang mereka konsumsi setiap hari (Kamilah Az-Zahra & Rizal, n.d.). Saat ini, media sosial telah menjadi bagian tak terpisahkan dalam kehidupan sehari-hari, sehingga semakin banyak platform baru bermunculan. Hal ini memberikan kebebasan bagi masyarakat untuk memilih media sosial yang sesuai dengan kebutuhannya, termasuk dalam pemenuhan kebutuhan akan informasi. (Agnes Pertiwi Sutrisno & Ira Dwi Mayangsari, 2021). Informasi yang diterima dari Instagram dapat mendorong perubahan sikap dan tindakan, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang.

Di lingkungan akademik, kesadaran terhadap gaya hidup zero waste juga menjadi perhatian, termasuk di Universitas Islam Bandung (Unisba). Program Eco Campus yang dijalankan di Unisba bertujuan menciptakan kampus yang lebih ramah lingkungan. Unisba telah menyediakan tempat sampah dengan kategori terpisah (organik, anorganik, dan B3) yang telah disediakan oleh pihak kampus. Namun, berdasarkan pra-riset yang dilakukan, masih banyak mahasiswa yang belum

menerapkan kebiasaan zero waste, seperti membawa botol minum sendiri atau memilah sampah dengan benar.

Dalam Islam, menjaga lingkungan merupakan amanah yang harus dijalankan oleh setiap individu sebagai bentuk tanggung jawab manusia sebagai khalifah di bumi. Al-Qur'an menegaskan pentingnya menjaga keseimbangan alam, seperti dalam QS. Al-Baqarah: 205 dan QS. Ar-Ra'd: 11, yang mengingatkan bahwa manusia harus menjaga lingkungan agar tetap layak dihuni oleh generasi mendatang. Dalam konteks keislaman, menjaga lingkungan bukan hanya tanggung jawab individu, tetapi merupakan amanah kolektif (fardhu kifayah) yang harus didukung oleh sistem yang baik.

Berdasarkan latar belakang ini, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui "Seberapa besar pengaruh konten peduli lingkungan di akun Instagram @zerowaste.id_official terhadap perilaku zero waste mahasiswa Unisba". Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sebagai berikut: (1) Untuk mengetahui pengaruh struktur pesan dari konten peduli lingkungan di media sosial Instagram @zerowaste.id_official terhadap perilaku zero waste di kalangan mahasiswa Universitas Islam Bandung, (2) Untuk mengetahui pengaruh gaya pesan dari konten peduli lingkungan di media sosial Instagram @zerowaste.id_official terhadap perilaku zero waste di kalangan mahasiswa Universitas Islam Bandung, (3) Untuk mengetahui pengaruh appeals pesan dari konten peduli lingkungan di media sosial Instagram @zerowaste.id_official terhadap perilaku zero waste di kalangan mahasiswa Universitas Islam Bandung

B. Metode

Peneliti menggunakan metode teknik analisis deskriptif dan regresi linear sederhana dengan menggunakan metode survei dan pendekatan kuantitatif. Populasi dan sampel yang dipilih dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Islam Bandung yang mengikuti akun instagram @zerowaste.id_offical berjumlah 87 orang mahasiswa.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner, wawancara, dan studi pustaka. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknis analisis deskriptif dan teknik analisis regresi linear sederhana.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pengaruh Konten Peduli Lingkungan (X) di Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Zero Waste (Y)

Berikut adalah penelitian mengenai Pengaruh Konten Peduli Lingkungan di Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Zero Waste, yang diuji menggunakan teknik analisis korelasi Rank Spearman. Hasil pengujian dijelaskan pada tabel 1 dan tabel 2.

Tabel 1. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	-2.927	2.117		.170
	Konten Peduli Lingkungan	.279	.021	.826	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Zero Wastle

Sumber: Data Penelitian yang Sudah Diolah, 2025.

Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana, persamaan regresi yang menggambarkan hubungan antara variabel independen (Konten Peduli Lingkungan di Instagram @zerowaste.id_official) dan variabel dependen (Perilaku Zero waste) adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX \quad (1)$$

di mana:

- Y = Perilaku *Zero waste* (variabel dependen)
- a = Konstanta (Intercept)
- b = Koefisien regresi variabel independen
- X = Konten Peduli Lingkungan (variabel independen)

Berdasarkan tabel Coefficients, nilai konstanta (a) adalah -2.927, dan koefisien regresi variabel independen (b) adalah 0.279. Dengan demikian, persamaan regresinya menjadi:

$$Y = -2.927 + 0.279X$$

Persamaan ini menunjukkan bahwa:

- Jika tidak ada pengaruh dari konten peduli lingkungan di Instagram @zerowaste.id_official (nilai $X = 0$), maka nilai perilaku *zero waste* (Y) diperkirakan sebesar -2.927. Nilai negatif ini menunjukkan bahwa tanpa adanya pengaruh konten, perilaku *zero waste* cenderung sangat rendah.
- Setiap peningkatan satu satuan pada konten peduli lingkungan di Instagram (@zerowaste.id_official) akan meningkatkan perilaku *zero waste* sebesar 0.279 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap konstan.

Persamaan ini memberikan gambaran kuantitatif tentang seberapa besar pengaruh konten peduli lingkungan terhadap perilaku *zero waste* di kalangan mahasiswa Universitas Islam Bandung.

Tabel 2. Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.826 ^a	.682	.678	1.59885
a. Predictors: (Constant), Konten Peduli Lingkungan				
b. Dependent Variable: Perilaku Zero Waste				

Sumber: Data Penelitian yang Sudah Diolah, 2025

Dari tabel di atas, dapat diketahui bahwa besarnya Pengaruh Konten Peduli Lingkungan di Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Zero Waste. Hasil pengujian dengan statistik didapat nilai thitung (13.503) > ttabel (1.662). Hal tersebut mengindikasikan penolakan H_0 yang menunjukkan bahwa terdapat, terdapat pengaruh yang signifikan antara konten peduli lingkungan di Instagram terhadap perilaku *zero waste* mahasiswa Universitas Islam Bandung. Artinya, semakin baik atau semakin sering mahasiswa terpapar konten peduli lingkungan dari akun tersebut, maka perilaku *zero waste* mereka cenderung meningkat.

Koefisiensi determinasi yang didapat dari hasil perhitungan adalah 0.682, yang menunjukkan bahwa sebesar 68.2% variasi dalam variabel dependen (Perilaku Zero Waste) dapat dijelaskan oleh variabel independen (Konten Peduli Lingkungan di Instagram @zerowaste.id_official). Sementara itu, sisanya sebesar 31.8% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model ini, seperti faktor lingkungan sosial, pendidikan, kebijakan kampus, atau paparan terhadap media lain yang juga dapat memengaruhi perilaku *zero waste* mahasiswa Universitas Islam Bandung.

Konten peduli lingkungan (X) dalam penelitian ini meliputi struktur pesan, gaya pesan dan appeals pesan. Sedangkan, perilaku *zero waste* (Y) dalam penelitian ini adalah perilaku behavioral. Pada penelitian ini membahas hasil yang telah diperoleh mengenai pengaruh konten peduli lingkungan (X) di media sosial instagram terhadap perilaku *zero waste* (Y) yang meliputi isi konten yang disajikan dalam akun instagram @zerowaste.id_official pada sub variabel yaitu struktur pesan (X_1), gaya pesan (X_2), dan appeals pesan (X_3).

Tabel 3. ANOVA Uji F

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	477.205	3	159.068	64.029	.000 ^b
	Residual	206.197	83	2.484		
	Total	683.402	86			

a. Dependent Variable: Perilaku Zero Waste

b. Predictors: (Constant), *Appeals* Pesan, Struktur Pesan, Gaya Pesan

Sumber: Data Penelitian yang Sudah Diolah, 2025

Berdasarkan hasil uji F yang ditampilkan pada tabel ANOVA, dapat dilihat bahwa nilai F hitung adalah 64,029 dengan tingkat signifikansi 0,000. Nilai signifikansi ini jauh lebih kecil dari 0,05, yang merupakan tingkat signifikansi yang ditetapkan dalam penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini dapat dianggap fit atau layak. Dengan kata lain, variabel independen yang terdiri dari Struktur Pesan, Gaya Pesan, dan Appeals Pesan secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen, yaitu Perilaku Zero waste.

Hasil uji F ini memberikan bukti statistik yang kuat bahwa konten peduli lingkungan di media sosial Instagram @zerowaste.id_official, yang direpresentasikan oleh ketiga variabel independen tersebut, memiliki dampak kolektif yang signifikan terhadap perilaku zero waste di kalangan mahasiswa Universitas Islam Bandung.

Berdasarkan hasil kuesioner yang dibagikan, sebanyak 82,8% setuju bahwa pesan yang disampaikan dalam akun instagram @zerowaste.id_official memiliki urutan logis dan sistematis. Sehingga struktur pesan (X1) membantu mengarahkan perhatian mahasiswa dan membuat mereka lebih mampu menghubungkan informasi dengan tindakan nyata dalam kehidupan sehari-hari. Mayoritas mahasiswa lebih merespons positif terhadap pesan yang memiliki alur yang runtut dan mudah dimengerti, yang terlihat dari tingginya skor pada pernyataan tentang “urutan logis dan sistematis”. Struktur pesan yang tersusun efektif seperti dikemukakan oleh Alan H. Monroe (1930), menekankan bahwa tanpa perhatian, pesan tidak akan diterima dengan baik. Dengan konten yang eye-catching, seperti infografis dan video pendek, akun ini berhasil mencuri perhatian audiens dan membangkitkan rasa ingin tahu mereka tentang praktik zero waste dan keberlanjutan.

Menurut Monroe, audiens harus merasa terhubung secara emosional dengan konten untuk mendorong keterlibatan. Konten di akun Instagram @zerowaste.id_official mencakup berbagai informasi yang relevan dengan kehidupan sehari-hari mahasiswa, seperti tips mengurangi sampah plastik dan cara-cara sederhana untuk menerapkan gaya hidup ramah lingkungan. Dengan demikian, semakin baik dan terstruktur pesan yang disampaikan, semakin tinggi kecenderungan individu untuk mengadopsi perilaku zero waste. . Pesan disusun sedemikian rupa agar tampak jelas dan meyakinkan, tanpa terlihat seperti sedang memanipulasi, sehingga penerima pesan tidak menyadari bahwa sikap atau pikirannya sedang diarahkan oleh media.

Sebanyak 64,4% setuju bahwa pesan disampaikan secara santai tetapi tetap relevan, membuat mereka merasa lebih nyaman menerima informasi. Penggunaan bahasa yang komunikatif, visual yang mendukung, dan pesan yang relevan membuat audiens lebih mudah terlibat secara emosional. Sesuai dengan asumsi teori jarum hipodermik, pesan dikemas menggunakan gaya pesan yang meyakinkan mahasiswa untuk mengubah perilaku. Hal ini menunjukkan bahwa gaya pesan (X2) yang menarik dan kreatif menarik perhatian audiens dan mempengaruhi minat mereka untuk menerapkan perilaku zero waste. Mahasiswa cenderung lebih terlibat dengan konten yang disajikan secara kreatif, baik melalui penggunaan gambar menarik maupun narasi yang emosional.

Gaya pesan yang digunakan dalam akun instagram @zerowaste.id_official menunjukkan efektivitas dalam mempengaruhi perilaku zero waste mahasiswa Unisba. Pengaruh Gaya Pesan terhadap Perilaku Zero waste sangat kuat. Ini berarti semakin menarik dan sesuai gaya penyampaian pesan, semakin tinggi kecenderungan individu untuk berperilaku zero waste. Dengan demikian, gaya pesan yang komunikatif, ringan, dan visual yang menarik mampu membangun keterikatan emosional

dan memperkuat motivasi audiens untuk mengadopsi perilaku zero waste. Konten yang terasa dekat dengan kehidupan sehari-hari audiens menjadi kunci penting dalam memperkuat daya tarik pesan.

Sebanyak 69% responden setuju bahwa pesan disertai contoh nyata yang mendukung argumen. Appeals pesan (X3) yang dirancang secara cermat mengombinasikan rasionalitas dan emosi, terbukti menjadi elemen penting dalam menggerakkan perubahan sikap dan perilaku mahasiswa menuju gaya hidup zero waste yang lebih berkelanjutan. Akun instagram @zerowaste.id_official memanfaatkan appeals pesan melalui imbauan rasional yang berdasarkan data dan fakta mengenai gaya hidup zero waste, dan imbauan emosional untuk memberikan pesan kepedulian terhadap bumi dan dampak dari sampah. Appeals Pesan memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap Perilaku Zero waste. Dengan demikian semakin kuat daya tarik pesan yang disampaikan, semakin besar kemungkinan individu mengadopsi perilaku zero waste.

Ketiga sub hipotesis konten peduli lingkungan meliputi struktur pesan (X1), gaya pesan (X2), dan appeals pesan (X3) terbukti berperan penting dalam membentuk perilaku audiens. Struktur pesan yang informatif membuat mahasiswa lebih mudah memahami pentingnya pengelolaan sampah dan langkah-langkah praktis menuju gaya hidup zero waste. Gaya pesan mengaktifkan sisi emosional audiens, memotivasi mereka untuk bertindak, sementara appeals pesan (misalnya imbauan rasional tentang dampak lingkungan dan imbauan emosional yang menggugah kepedulian terhadap bumi) mempercepat perubahan sikap.

Media sosial menyusun pesan dengan appeals pesan tertentu agar dapat mempengaruhi emosi, logika, dan sikap audiens tanpa mereka sadari. Teori Jarum Hipodermik menggarisbawahi bahwa informasi yang disampaikan dengan baik dapat membentuk sikap dan perilaku, hal ini jelas terlihat di kalangan mahasiswa ketika mereka terpapar konten lingkungan yang menyentuh aspek emosional sekaligus rasional. Akun instagram @zerowaste.id_official memanfaatkan appeals pesan melalui imbauan rasional yang berdasarkan data dan fakta mengenai gaya hidup zero waste, dan imbauan emosional untuk memberikan pesan kepedulian terhadap bumi dan dampak dari sampah.

Dari hasil observasi yang peneliti lakukan, peneliti menemukan pendekatan yang baik dalam penyebaran dan penyampaian konten di media sosial instagram dapat memengaruhi perubahan perilaku secara signifikan. Dengan adanya akun instagram @zerowaste.id_official sebagai alat untuk menyebarkan informasi seputar zero waste tidak hanya mendidik audiens, tetapi dapat mendorong mahasiswa untuk aktif berkontribusi untuk menjaga lingkungan. Dalam pengembangan strategi komunikasi yang efektif, terdapat harapan untuk generasi muda untuk terus berkomitmen terhadap kelanjutan lingkungan dan selalu memberikan dampak positif bagi lingkungan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten peduli lingkungan di media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku mahasiswa dalam menerapkan gaya hidup zero waste. Analisis regresi linear sederhana mengungkapkan bahwa 68,2% variabilitas perilaku zero waste dapat dijelaskan oleh paparan konten lingkungan di Instagram. Hal ini selaras dengan teori jarum hipodermik yang menyatakan bahwa media memiliki kekuatan untuk secara langsung membentuk perilaku audiens tanpa proses penyaringan kognitif yang kompleks.

Selain itu, mayoritas responden setuju bahwa struktur pesan yang baik membantu mereka memahami isu lingkungan, mempertegas peran penyampaian pesan yang sistematis dalam meningkatkan kesadaran serta mendorong tindakan ramah lingkungan. dapat disimpulkan bahwa konten yang disajikan melalui akun Instagram @zerowaste.id_official memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perubahan perilaku mahasiswa Universitas Islam Bandung dalam konteks kepedulian terhadap isu lingkungan. Meskipun followers memahami dan menyukai konten yang disampaikan, tidak seluruhnya mampu atau mau mengubah perilakunya menjadi lebih ramah lingkungan. (Nurmawan & Wiksana, 2022)

Hal ini juga memperkuat pemahaman bahwa perubahan perilaku, terutama yang berkaitan dengan gaya hidup, membutuhkan proses yang tidak instan dan dipengaruhi oleh banyak faktor lain di luar konten media sosial. Faktor-faktor seperti lingkungan sosial, kebiasaan sehari-hari, kemudahan akses terhadap fasilitas pendukung zero waste, hingga dorongan internal (motivasi) turut berperan besar dalam keberhasilan perubahan tersebut. Semakin sering dan intens mahasiswa terpapar konten positif tentang zero waste, semakin kuat kecenderungan mereka untuk menerapkan gaya hidup tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Namun, berdasarkan analisis data kuesioner dan hasil uji statistik, dapat disimpulkan bahwa konten yang disajikan melalui akun Instagram @zerowaste.id_official memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perubahan perilaku

mahasiswa Universitas Islam Bandung dalam konteks kepedulian terhadap isu lingkungan.

Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian sebelumnya dengan judul “Pengaruh Media Sosial Twitter @GreenpeaceID terhadap Sikap Peduli Lingkungan” Mereka menemukan bahwa platform media sosial memiliki daya tarik yang mampu membangun kesadaran lingkungan, meskipun pengaruhnya hanya sekitar 23,8% (Rahmadhani & Sari, n.d.). Dibandingkan dengan temuan penelitian ini, dampak konten Instagram terhadap perilaku zero waste mahasiswa UNISBA jauh lebih kuat, kemungkinan karena karakteristik visual Instagram yang lebih menarik dan cocok untuk menyampaikan pesan lingkungan secara kreatif.

Selain itu, penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang menemukan bahwa akun Instagram efektif sebagai alat advokasi dan pendidikan lingkungan melalui media sosial. Ini menunjukkan bahwa media sosial, khususnya Instagram, memiliki potensi besar sebagai sarana kampanye yang mampu mengubah perilaku masyarakat. (Fadli & Sazali, 2023)

D. Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa struktur pesan yang disusun secara jelas dan sistematis berperan penting dalam membangun pemahaman mahasiswa tentang isu lingkungan. Dapat disimpulkan bahwa semakin terstruktur sebuah pesan, semakin mudah mahasiswa memahami isi dan makna yang disampaikan. Ini terbukti dari hasil regresi yang menunjukkan hubungan signifikan antara struktur pesan dan perubahan perilaku. Semakin terstruktur dan informatif konten yang disajikan, semakin tinggi kemungkinan mahasiswa mengadopsi perilaku zero waste.

Penelitian ini menunjukkan bahwa gaya pesan yang informatif, edukatif dan inspiratif mampu memengaruhi aspek emosional mahasiswa. Visual yang menarik, narasi yang menggugah, dan cerita keberhasilan individu yang menjalani gaya hidup zero waste terbukti efektif dalam meningkatkan motivasi mahasiswa untuk berpartisipasi dalam gerakan keberlanjutan.

Penelitian ini menunjukkan bahwa appeals pesan, baik rasional maupun emosional, menjadi faktor penting yang mempercepat perubahan sikap mahasiswa. Imbauan rasional yang menunjukkan data dampak buruk sampah plastik terhadap lingkungan membangun kesadaran intelektual, sementara imbauan emosional yang mengajak mahasiswa untuk mencintai alam sebagai ciptaan Allah menguatkan sisi spiritual mereka.

Ucapan Terimakasih

Penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Mama dan Ayah atas doa dan dukungan yang tiada henti. Penulis menyadari bahwa penelitian ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada dosen pembimbing penulis yang telah sabar dan meluangkan waktunya untuk membimbing penulis dalam melakukan penelitian ini yaitu Ibu Dr. Yenni Yuniati, Dra., M.Si.. Terima kasih juga kepada serta sahabat-sahabat yang telah memberi dukungan dan bantuan hingga penelitian ini dapat terselesaikan.

Daftar Pustaka

- Agnes Pertiwi Sutrisno, & Ira Dwi Mayangsari. (2021). PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @HUMASBDG TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI FOLLOWERS. *Jurnal Common* |, 5. <https://doi.org/10.34010/common>
- Aldisha Putri Nurmawan. (2022). Hubungan Konten “Pilah & Olah” @demibumi.id dengan Perilaku Ramah Lingkungan Followers. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*, 115–122. <https://doi.org/10.29313/jrmk.v2i2.1638>
- Anisah, N., Sartika, M., & Kurniawan, H. (n.d.). *PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN LITERASI KESEHATAN PADA MAHASISWA*.
- Fadli, A., & Sazali, H. (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>
- Kamilah Az-Zahra, H., & Rizal, M. S. (n.d.). *IMPLEMENTASI TEORI BELAJAR BEHAVIORISME B.F. SKINNER DALAM PEMBELAJARAN MERANCANG NOVEL PADA SISWA KELAS XII IPS*. <https://doi.org/10.32682/sastranesia.v12i1.3554>
- Krisyanti, VOS, I., & Priliantini, A. (2020). Pengaruh Kampanye #PantangPlastik terhadap Sikap Ramah Lingkungan (Survei pada Pengikut Instagram @GreenpeaceID). *Jurnal Komunika : Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, 9(1), 40. <https://doi.org/10.31504/komunika.v9i1.2387>
- Mayang, N., Wiki, C., & Wiksana, A. (n.d.). *Makna Tanda Kerja Keras pada Iklan Layanan Masyarakat*. www.grab.co.id
- Musdalifah, I., & Salisah, N. H. (2022). Cyberdakwah: Tiktok sebagai Media Baru. *Komunida: Media Komunikasi Dan Dakwah*, 12, 176–195. <https://doi.org/10.35905/komunida.v7i2>
- Nurmawan, A. P., & Wiksana, W. A. (2022). Hubungan Konten “Pilah & Olah” @demibumi.id dengan Perilaku Ramah Lingkungan Followers. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*, 115–122. <https://doi.org/10.29313/jrmk.v2i2.1638>
- Pawaka, D., & Choiriyati, W. (2020). Analisis Resepsi Followers Milenial @indonesiafeminis dalam Memaknai Konten Literasi Feminisme. In *AGUNA: Jurnal Ilmu Komunikasi: Vol. 1* (Issue 1). <http://ejournal.amikompurwokerto.ac.id/index.php/AGUNA/>
- Rahmadhani, P., & Sari, I. D. M. (n.d.). Pengaruh Media Sosial Twitter @Greenpeace.Id Terhadap Sikap Peduli Lingkungan. In *Jurnal Professional* (Vol. 9, Issue 2).
- Rakhmat, J. (2016). *Metode Penelitian Komunukasi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Situmorang, W., & Hayati, R. (2023). Media Sosial Instagram Sebagai Bentuk Validasi Dan Representasi Diri. *Jurnal Sosiologi Nusantara*, 9(1), 111–118. <https://doi.org/10.33369/jsn.9.1.111-118>
- Supriadi, Y., Annisa Gunawan, & Dadi Ahmadi. (2024). Pengaruh Media Sosial Instagram @PinterPolitik terhadap Partisipasi Politik Mahasiswa. *Jurnal Riset Jurnalistik Dan Media Digital*, 135–140. <https://doi.org/10.29313/jrjmd.v4i2.4245>