

Efektivitas Intervensi Media Sosial Terhadap Transformasi Perilaku Ramah Lingkungan Mahasiswa UINSU Tuntungan: Analisis Kuantitatif

Adelyna Oktavia Nasution¹, Dinda Yunita², Nazwa Desti Amanda³, Amzario Waslliono⁴, Zaskia Nur Azizah⁵, Muhammad Raihan Dinata⁶, Firmansyah Marpaung⁷, Ahmad Jidan⁸

1,2,3,4,5,6,7,8 Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
e-mail : adelyna1100000198@uinsu.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas intervensi media sosial terhadap transformasi perilaku ramah lingkungan mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UINSU) Kampus Tuntungan. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain *quasi-experiment* melalui model *One Group Pre-test and Post-test Design*. Subjek penelitian terdiri atas 70 mahasiswa aktif yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria aktif menggunakan media sosial Instagram dan/atau TikTok. Intervensi dilakukan melalui penyebaran video dan poster edukasi lingkungan yang memuat materi bahaya sampah plastik, penghematan energi, kebersihan lingkungan kampus, dan dampak kerusakan ekologi. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner skala Likert lima tingkat yang mengukur perilaku ramah lingkungan pada indikator pengurangan plastik sekali pakai, penghematan energi listrik dan air, serta kepedulian terhadap kebersihan lingkungan kampus. Hasil penelitian menunjukkan peningkatan rata-rata skor dari 4,06 (pre-test) menjadi 4,30 (post-test). Ditinjau dari distribusi kategori penilaian, terdapat penurunan signifikan pada kategori Sangat Kurang dari 59 menjadi 17 data poin, serta penurunan pada kategori Cukup dari 85 menjadi 71 data poin. Sebaliknya, kategori Baik mengalami peningkatan pesat dari 486 menjadi 542 data poin. Pergeseran distribusi ini mengindikasikan bahwa mayoritas mahasiswa berhasil bertransformasi menuju perilaku ramah lingkungan yang lebih baik setelah terpapar konten edukasi digital secara repetitif. Konten yang disajikan secara visual dan interaktif terbukti efektif meningkatkan kesadaran ekologis serta mendorong penerapan perilaku hijau dalam kehidupan sehari-hari. Dengan demikian, media sosial dapat dimanfaatkan sebagai instrumen edukasi lingkungan yang efektif dan strategis bagi generasi *digital native* di lingkungan perguruan tinggi.

Kata Kunci: Media Sosial, Perilaku Ramah Lingkungan, Intervensi Digital, Mahasiswa, Edukasi Lingkungan

Abstract

This study aims to analyze the effectiveness of social media intervention in transforming the environmentally friendly behavior of students at Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UINSU) Tuntungan Campus. A quantitative approach was employed using a quasi-experimental design with the One Group Pre-test and Post-test Design model. The research subjects consisted of 70 active students selected through purposive sampling, with the criterion of actively using Instagram and/or TikTok. The intervention was conducted by disseminating educational videos and posters covering topics such as the dangers of plastic waste, energy conservation, campus environmental cleanliness, and the impact of ecological damage. Data were collected using a five-point Likert-scale questionnaire measuring environmentally friendly behavior across indicators including the reduction of single-use plastics, electricity and water conservation, and campus environmental awareness. The results demonstrated an increase in the mean score from 4.06 (pre-test) to 4.30 (post-test). In terms of category distribution, the Poor category showed a significant decline from 59 to 17 data points, while the Sufficient category decreased from 85 to 71 data points. In contrast, the Good category experienced a substantial rise from 486 to 542 data points. This distributional shift indicates that the majority of students successfully transitioned toward better environmentally friendly behavior following repeated exposure to digital educational content. Content delivered in a visual and interactive format proved effective in raising ecological awareness and encouraging the adoption of green behavior in daily life. Therefore, social media can be utilized as an effective and strategic environmental education instrument for the digital native generation in higher education settings.

Keywords : Social Media, Environmentally Friendly Behavior, Digital Intervention, Students, Environmental Education

LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar terhadap pola komunikasi masyarakat, khususnya dalam penggunaan media sosial sebagai sarana penyebaran informasi dan pembentukan opini publik. Media sosial tidak lagi hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga berkembang menjadi instrumen edukasi yang mampu memengaruhi perilaku sosial masyarakat, termasuk dalam isu lingkungan. Di kalangan mahasiswa sebagai generasi digital natives, media sosial memiliki pengaruh yang kuat karena mampu menyajikan informasi secara cepat, interaktif, dan mudah diakses. Dalam perspektif Sains dan Teknologi Lingkungan, media sosial dipandang sebagai teknologi informasi yang memiliki potensi besar dalam meningkatkan kesadaran individu terhadap permasalahan lingkungan seperti polusi plastik, pengelolaan limbah, dan efisiensi penggunaan sumber daya. (Kusnadi & Novianti, 2024) menyatakan bahwa pemanfaatan media sosial dalam pemberdayaan masyarakat terkait isu lingkungan mampu memberikan jangkauan informasi yang luas dan cepat. Namun, di sisi lain masih ditemukan adanya kesenjangan antara pengetahuan digital dengan tindakan nyata di kehidupan sehari-hari. Banyak mahasiswa telah

memahami pentingnya menjaga lingkungan, tetapi belum sepenuhnya mampu menerapkan perilaku ramah lingkungan secara konsisten.

Mahasiswa memiliki posisi strategis sebagai agen perubahan (*agent of change*) karena memiliki tingkat literasi teknologi yang tinggi dan akses luas terhadap informasi digital. (A. Pratiwi et al., 2023) menjelaskan bahwa mahasiswa berpotensi mengadopsi perilaku ramah lingkungan melalui konten edukatif dan interaktif yang disampaikan di media sosial. Dalam konteks kehidupan kampus, perilaku ramah lingkungan dapat diwujudkan melalui pengurangan penggunaan plastik sekali pakai, penghematan energi listrik dan air, serta kepedulian terhadap kebersihan lingkungan sekitar. Akan tetapi, perubahan perilaku tidak dapat terjadi secara instan karena dipengaruhi oleh kesadaran individu, norma sosial, dan stimulus informasi yang diterima secara terus-menerus. Oleh sebab itu, diperlukan intervensi digital yang mampu mengubah pengetahuan menjadi tindakan nyata melalui penyampaian konten edukasi yang menarik dan persuasif.

Media sosial sebagai instrumen intervensi digital memiliki keunggulan dalam menyampaikan pesan melalui kombinasi visual, audio, dan narasi yang mudah diterima pengguna. (Putri & et.al., 2022) menyatakan bahwa media sosial memiliki pengaruh besar terhadap peningkatan kesadaran lingkungan masyarakat. Selain itu, (Sari, 2022) menegaskan bahwa konten media sosial mampu mendorong perubahan perilaku melalui kekuatan narasi visual yang persuasif. Meskipun demikian, terdapat tantangan berupa fenomena *slacktivism*, yaitu kondisi ketika individu hanya menunjukkan kepedulian terhadap isu lingkungan melalui aktivitas digital seperti menyukai atau membagikan konten tanpa diikuti tindakan nyata. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa penyebaran informasi saja belum cukup untuk menghasilkan transformasi perilaku yang berkelanjutan. Dengan demikian, diperlukan strategi penyampaian pesan yang lebih efektif agar media sosial tidak hanya membangun kesadaran, tetapi juga mampu menciptakan perubahan perilaku nyata.

Urgensi pembentukan perilaku ekologis di lingkungan perguruan tinggi semakin meningkat seiring dengan tingginya aktivitas mahasiswa di area kampus. Septiani dkk. (2025) menjelaskan bahwa efektivitas pembentukan karakter peduli lingkungan di era modern sangat dipengaruhi oleh strategi penyampaian pesan yang memanfaatkan media digital dan algoritma media sosial. Selaras dengan hal tersebut, (Cahyani, 2025) menyatakan bahwa intervensi sosial digital berbasis *ecological citizenship* mampu menjembatani kesenjangan antara niat lingkungan dengan tindakan nyata (*pro-environmental behavior*) di lingkungan universitas. Penguatan literasi digital menjadi faktor penting dalam membangun budaya kampus yang berkelanjutan karena kampanye lingkungan yang dilakukan secara terstruktur melalui media sosial dapat menciptakan efek domino terhadap perubahan perilaku mahasiswa. (Kurniawan, 2023) juga menegaskan bahwa kampanye *sustainability* berbasis media sosial mampu mendorong terbentuknya ekosistem kampus hijau yang sehat dan berkelanjutan.

Penelitian ini difokuskan pada mahasiswa aktif UINSU Tuntungan yang menggunakan media sosial, khususnya Instagram dan TikTok, sebagai media utama interaksi digital. Perilaku ramah lingkungan yang diamati meliputi pengurangan sampah plastik, penghematan energi listrik dan air, serta tanggung jawab menjaga kebersihan lingkungan kampus. Pengukuran dilakukan menggunakan metode *pre-test* dan *post-test* untuk mengetahui perubahan perilaku mahasiswa sebelum dan sesudah diberikan intervensi berupa konten

video edukasi digital. Menurut (Adishesa et al., 2024), pengukuran perilaku ramah lingkungan memerlukan instrumen yang tepat agar transformasi kesadaran individu dapat dipotret secara objektif dan akurat.

Penelitian ini menggunakan pendekatan Theory of Planned Behavior (TPB) untuk menjelaskan perubahan perilaku mahasiswa. Teori tersebut menyatakan bahwa niat seseorang untuk melakukan tindakan dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dipersepsikan. Dalam penelitian ini, media sosial berperan sebagai stimulus informasi yang memperkuat ketiga faktor tersebut melalui penyampaian konten edukasi digital yang persuasif. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kondisi awal kesadaran lingkungan mahasiswa UINSU Tuntungan serta mengevaluasi efektivitas intervensi media sosial dalam mengubah perilaku harian mahasiswa menjadi lebih ramah lingkungan. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis mengenai efektivitas media sosial dalam perubahan perilaku lingkungan sekaligus menjadi rujukan praktis bagi institusi pendidikan dalam merancang kampanye lingkungan digital yang lebih efektif dan berkelanjutan.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan desain eksperimen semu (quasi-experiment) karena bertujuan menguji efektivitas intervensi media sosial secara objektif melalui data numerik yang dianalisis menggunakan prosedur statistik. Pendekatan quasi-experiment dipilih untuk melihat dampak intervensi sebelum dan sesudah perlakuan diberikan kepada responden (Anantasia & Rindrayani, 2025). Desain penelitian yang digunakan adalah One Group Pre-test and Post-test Design, yaitu pengamatan dilakukan dua kali pada kelompok yang sama, sebelum dan sesudah diberikan perlakuan. Penelitian dilaksanakan melalui tiga tahap utama, yaitu fase pra-eksperimen berupa pengambilan data awal (pre-test), fase intervensi berupa pemberian stimulus kognitif melalui video edukasi digital di Instagram dan TikTok, serta fase pasca-eksperimen berupa pengambilan data akhir (post-test) untuk mengukur perubahan perilaku responden setelah memperoleh paparan informasi secara repetitif. Pendekatan ini dipilih karena dinilai mampu mendeteksi perubahan perilaku secara langsung melalui perbandingan nilai rata-rata sebelum dan sesudah intervensi, serta efektif digunakan untuk mengukur perubahan perilaku individu dalam penelitian sosial dan pendidikan (Anantasia & Rindrayani, 2025).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UINSU) Kampus Tuntungan yang aktif menggunakan media sosial. Mahasiswa dipilih karena merupakan generasi digital native yang memiliki intensitas tinggi dalam penggunaan teknologi informasi serta dianggap memiliki posisi strategis sebagai agent of change dalam membangun perilaku ramah lingkungan. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan kriteria responden meliputi mahasiswa aktif UINSU Tuntungan, memiliki akun media sosial aktif seperti Instagram dan/atau TikTok, pernah terpapar konten edukasi lingkungan, serta bersedia mengikuti seluruh rangkaian penelitian dari pre-test hingga post-test (Arikunto, 2020). Berdasarkan kriteria tersebut diperoleh sebanyak 70 responden. Instrumen penelitian menggunakan kuesioner skala Likert lima tingkat untuk mengukur kesadaran dan perilaku ramah lingkungan mahasiswa sebelum dan

sesudah intervensi. Pernyataan dalam kuesioner mencakup indikator pengurangan penggunaan plastik sekali pakai, penghematan energi, kepedulian terhadap kebersihan lingkungan, dan perubahan perilaku setelah memperoleh edukasi digital. Penilaian dilakukan menggunakan interval skor rata-rata yang dikategorikan menjadi baik, cukup, dan sangat kurang.

Prosedur penelitian dimulai dari tahap persiapan berupa penyusunan instrumen penelitian dan pembuatan video edukasi lingkungan sebagai media intervensi. Selanjutnya, responden mengisi kuesioner pre-test untuk mengetahui kondisi awal perilaku ramah lingkungan mahasiswa. Setelah itu, peneliti menyebarkan video edukasi melalui Instagram dan TikTok yang memuat materi mengenai bahaya sampah plastik, penghematan energi, kebersihan lingkungan kampus, dan dampak kerusakan ekologi. Setelah proses intervensi selesai, responden kembali mengisi kuesioner post-test untuk mengidentifikasi perubahan perilaku setelah memperoleh paparan edukasi digital. Data penelitian dikumpulkan melalui teknik kuesioner, observasi, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan secara deskriptif kuantitatif dengan membandingkan distribusi skor pre-test dan post-test melalui perhitungan mean dan persentase perubahan perilaku. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan uji hipotesis berupa Paired Sample T-Test untuk mengetahui signifikansi perbedaan skor sebelum dan sesudah intervensi. Berdasarkan kerangka berpikir penelitian, hipotesis yang diajukan yaitu H0 menyatakan bahwa intervensi media sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap perubahan perilaku ramah lingkungan mahasiswa UINSU Tuntungan, sedangkan H1 menyatakan bahwa intervensi media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perubahan perilaku ramah lingkungan mahasiswa UINSU Tuntungan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui efektivitas intervensi media sosial terhadap transformasi perilaku ramah lingkungan mahasiswa UINSU Tuntungan. Penelitian dilakukan melalui dua tahap, yaitu *pre-test* (Riset 1) sebelum intervensi media sosial dan *post-test* (Riset 2) setelah intervensi media sosial diberikan. Berikut hasil rata-rata skor pre-test responden setelah diberikan intervensi media sosial.

Tabel 1. Hasil Rata-Rata Skor Pre-Test

Indikator	Rata-rata Skor	Sangat Kurang	Cukup	Baik
Membuang sampah pada tempat yang telah disediakan	4,45	5	2	62
Membawa tas belanja sendiri saat berbelanja	3,12	16	27	24
Menggunakan botol minum isi ulang	3,85	8	17	44
Mematikan lampu ketika tidak digunakan	4,35	5	4	60
Menggunakan listrik sesuai kebutuhan	4,11	5	8	60

Menutup keran air setelah digunakan	4,48	4	1	61
Menjaga kebersihan lingkungan di sekitar saya	4,14	6	4	59
Berpartisipasi dalam menjaga kebersihan lingkungan	4,04	5	11	52
Merasa bertanggung jawab terhadap kebersihan lingkungan	4,05	5	11	64
Total	4,06	59	85	486

Berdasarkan tabel di atas, mayoritas indikator memperoleh nilai rata-rata berkisar antara 3,12 hingga 4,48, total kusioner pre-test dalam kategori sangat kurang berjumlah 59, kategori cukup berjumlah 85 dan kategori baik berjumlah 486. Hal tersebut menunjukkan bahwa sebelum diberikan intervensi media sosial, responden sudah memiliki tingkat kesadaran dan perilaku peduli lingkungan yang cukup baik dalam kehidupan sehari-hari, meskipun masih terdapat beberapa perilaku yang perlu ditingkatkan.

Peneliti menyebarkan video edukasi melalui Instagram dan TikTok yang mencakup topik bahaya sampah plastik, penghematan energi, kebersihan lingkungan kampus, dan dampak kerusakan ekologi. Konten dibagikan selama beberapa hari untuk memastikan paparan informasi yang repetitif.

Berikut merupakan poster edukasi yang dibagikan peneliti melalui media sosial Instagram dan TikTok selama tahap intervensi berlangsung.

a. Poster 1



Gambar 1. Poster 1

b. Poster 2



Gambar 2. Poster 2

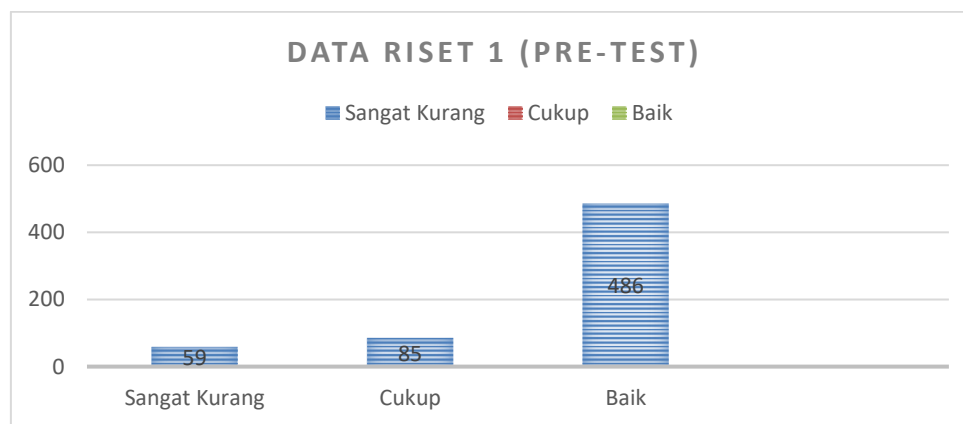
Berikut hasil rata-rata skor post-test responden setelah diberikan intervensi media sosial.

Tabel 2. Hasil Rata-Rata Skor Post-Test

Indikator	Rata-rata Skor	Sangat Kurang	Cukup	Baik
Setelah melihat konten, saya lebih sadar pentingnya menjaga lingkungan	4,46	2	3	65
Setelah menonton konten edukasi, saya lebih memperhatikan lingkungan dan membuang sampah pada tempatnya	4,34	2	8	60
Setelah melihat konten, saya lebih memahami dampak penggunaan plastik serta pentingnya hemat listrik dan air	4,30	1	3	66
Setuju membawa tas belanja sendiri saat berbelanja	3,96	2	19	49
Setuju menggunakan botol minum isi ulang	4,21	3	11	56

Setuju mematikan lampu ketika tidak digunakan	4,46	1	4	65
Setuju menghemat penggunaan air dengan mematikan keran	4,43	1	6	63
Setuju berpartisipasi menjaga kebersihan lingkungan	4,26	3	9	58
Konten media sosial mendorong saya lebih peduli terhadap lingkungan	4,30	2	8	60
Total	4,30	17	71	542

Berdasarkan tabel di atas, seluruh indikator memperoleh kategori Baik dengan nilai rata-rata berkisar antara 3,96 hingga 4,46, total kusioner post-test dalam kategori sangat kurang berjumlah 17, kategori cukup berjumlah 71 dan kategori baik berjumlah 542. Hal tersebut menunjukkan bahwa setelah diberikan intervensi media sosial, responden mengalami peningkatan kesadaran dan kepedulian terhadap lingkungan serta mulai menerapkan perilaku ramah lingkungan dalam kehidupan sehari-hari.



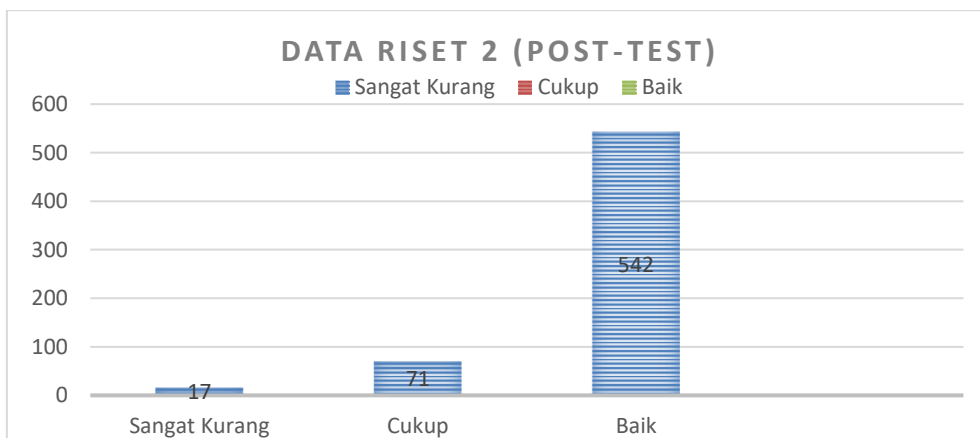
Gambar 3. Hasil Perbandingan Pre-Test Dan Post-Test Data Riset 1

Keterangan:

Sangat Kurang = 59

Cukup = 85

Baik = 486



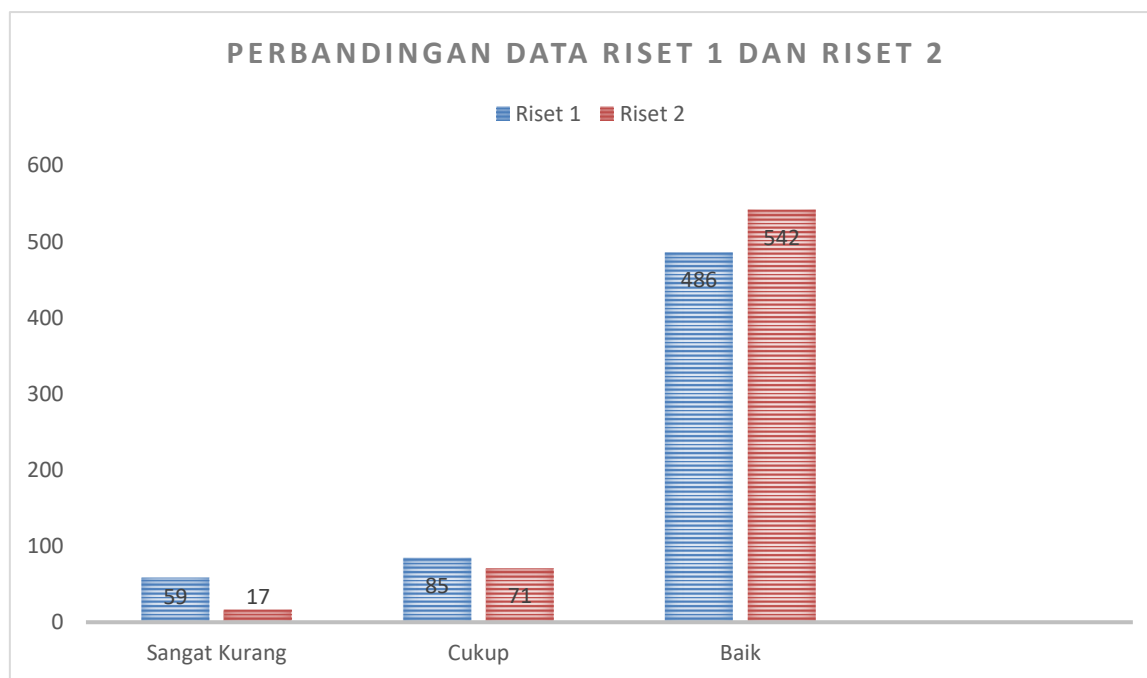
Gambar 4. Hasil Perbandingan Pre-Test dan Post-Test Data Riset 1

Keterangan:

Sangat Kurang = 15

Cukup = 72

Baik = 542



Keterangan:

Kami hanya menggunakan 3 kategori penilaian, yaitu *Sangat Kurang*, *Cukup*, dan *Baik*. Kategori tersebut digunakan untuk mempermudah proses analisis dan perbandingan hasil antara Riset 1 dan Riset 2 terhadap perilaku ramah lingkungan mahasiswa.

Hasil merupakan bagian utama artikel ilmiah, berisi : hasil bersih tanpa proses analisis data, hasil pengujian hipotesis. Hasil dapat disajikan dengan table atau grafik, untuk memperjelas hasil secara verbal. Pembahasan merupakan bagian terpenting dari keseluruhan isi artikel ilmiah. Tujuan pembahasan adalah : Menjawab masalah penelitian, menafsirkan temuan-temuan, mengintegrasikan temuan dari penelitian ke dalam kumpulan pengetahuan yang telah ada dan menyusun teori baru atau memodifikasi teori yang sudah ada.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diperoleh adanya peningkatan perilaku ramah lingkungan mahasiswa UINSU Tuntungan setelah diberikan intervensi media sosial. Hal tersebut dapat dilihat dari perbandingan hasil pre-test dan post-test yang menunjukkan peningkatan rata-rata skor dari 4,06 dengan kategori Baik menjadi 4,30 dengan kategori Sangat Baik. Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh positif dalam meningkatkan kesadaran dan kepedulian mahasiswa terhadap lingkungan. Peningkatan ini sejalan dengan temuan (Irhas & Reni, 2025) yang menyatakan bahwa kampanye digital melalui media sosial terbukti mampu mengubah perilaku ramah lingkungan secara terukur, terutama apabila konten yang disajikan bersifat informatif, relevan, dan konsisten. Hal ini juga diperkuat oleh penelitian berbasis pengujian sebelum dan sesudah eksperimen yang dipublikasikan dalam ("Edukasi Lingkungan Melalui Kampanye Digital Berbasis Poster," 2025) di mana pemanfaatan media edukatif terbukti meningkatkan motivasi responden untuk menerapkan perilaku hijau setelah terpapar konten secara berkala. Konten edukasi yang disampaikan melalui media sosial terbukti mampu memberikan pemahaman kepada mahasiswa mengenai pentingnya menjaga kebersihan lingkungan, menghemat penggunaan listrik dan air, serta mengurangi penggunaan plastik sekali pakai dalam kehidupan sehari-hari.

Hasil penelitian juga menunjukkan adanya perubahan nyata pada distribusi kategori penilaian responden. Pada kategori "Sangat Kurang", jumlah data mengalami penurunan dari 59 pada Riset 1 (pre-test) menjadi 17 pada Riset 2 (post-test). Kategori "Cukup" juga mengalami penurunan dari 85 menjadi 71. Sementara itu, kategori "Baik" mengalami peningkatan pesat dari 486 pada Riset 1 menjadi 542 pada Riset 2. Pergeseran distribusi data ini mengindikasikan bahwa setelah diberikan intervensi media sosial, mayoritas mahasiswa berada pada kategori perilaku ramah lingkungan yang jauh lebih baik dibandingkan sebelumnya. Perubahan perilaku yang masif ini sejalan dengan penjelasan dari (C. Pratiwi et al., 2023) yang menegaskan bahwa perluasan literasi informasi digital di era modern mampu menggeser kebiasaan harian individu secara signifikan melalui penetrasi konten kreatif yang edukatif. Dalam konteks media sosial, kampanye digital yang dilakukan secara konsisten dan masif terbukti berhasil meningkatkan kesadaran generasi Z terhadap isu-isu lingkungan (Hakim et al., 2024).

Temuan ini juga selaras dengan hasil penelitian (Hasdiansa, 2023) yang membuktikan bahwa media sosial memberikan pengaruh signifikan terhadap perilaku ramah lingkungan generasi milenial dan generasi Z melalui peningkatan paparan informasi dan norma sosial

digital. Lebih lanjut, (Masythoh et al., 2024) menegaskan bahwa media sosial mampu membentuk persepsi publik terhadap isu lingkungan secara luas, termasuk mendorong kepedulian terhadap perubahan iklim, polusi, dan pelestarian alam. Peningkatan perilaku ramah lingkungan dalam penelitian ini terlihat pada kebiasaan menjaga kebersihan lingkungan, mematikan lampu ketika tidak digunakan, menghemat penggunaan air, serta meningkatnya kepedulian mahasiswa terhadap kondisi lingkungan sekitar. Hal ini tidak lepas dari peran media sosial yang signifikan dalam membentuk kesadaran dan tindakan mahasiswa terkait pelestarian lingkungan, termasuk melalui peluncuran kampanye online untuk meningkatkan kesadaran terhadap isu-isu tertentu ("Peran Kampanye Online Media Sosial Dalam Membentuk Aksi Kepedulian Lingkungan Mahasiswa," 2024).

Dengan demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial efektif digunakan sebagai sarana edukasi lingkungan bagi mahasiswa. Suryaputra (2024) dalam *Journal of Entrepreneurial Economic* menemukan bahwa media sosial berperan penting dalam mempromosikan gaya hidup berkelanjutan melalui mekanisme value co-creation antara konten kreator dan generasi Z di Indonesia. Efektivitas ini juga didukung oleh (Wulandari & Syahputra, 2023) yang menegaskan bahwa penyebaran informasi lingkungan melalui media sosial dapat berfungsi sebagai bentuk pendidikan lingkungan nonformal yang efektif dalam membentuk sikap dan kebiasaan mahasiswa. Di sisi lain, (Wijonarko, 2024) juga membuktikan bahwa konten yang menyuarakan kesadaran lingkungan melalui platform TikTok berpengaruh nyata terhadap perilaku menjaga kebersihan di kalangan masyarakat. Dengan demikian, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi dan hiburan, tetapi juga terbukti secara empiris dapat dimanfaatkan sebagai media kampanye dan edukasi yang efektif untuk membentuk perilaku peduli lingkungan pada mahasiswa UINSU Tuntungan. Selain itu, media sosial juga berperan penting dalam mendorong pengurangan limbah material non-organik di area universitas. Visualisasi dampak kerusakan lingkungan yang disebarkan secara masif terbukti mampu menyentuh afeksi emosional mahasiswa. Hal ini sejalan dengan temuan (Azzahra, 2024) yang menyatakan bahwa kampanye digital yang interaktif sangat efektif dalam mentransformasi kebiasaan harian generasi muda, terutama dalam menumbuhkan kesadaran untuk membatasi penggunaan plastik sekali pakai di lingkungan kampus.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai efektivitas intervensi media sosial terhadap transformasi perilaku ramah lingkungan mahasiswa UINSU Tuntungan, dapat disimpulkan bahwa sebelum diberikan intervensi, mahasiswa telah memiliki tingkat perilaku ramah lingkungan yang tergolong baik dengan rata-rata skor pre-test sebesar 4,06, terutama pada aspek menjaga kebersihan dan penghematan energi, meskipun perilaku praktis seperti membawa tas belanja sendiri masih berada pada kategori cukup. Setelah diberikan intervensi berupa video edukasi melalui media sosial Instagram dan TikTok, terjadi peningkatan rata-rata skor menjadi 4,30 yang termasuk dalam kategori sangat baik, sehingga menunjukkan adanya peningkatan kesadaran dan perilaku ramah lingkungan pada hampir seluruh indikator penelitian. Hasil tersebut membuktikan bahwa intervensi media sosial efektif dalam mendorong transformasi perilaku mahasiswa, didukung oleh respons positif responden yang

menilai konten visual edukatif lebih menarik dan mudah dipahami dalam membangun kepedulian terhadap lingkungan. Berdasarkan temuan tersebut, mahasiswa diharapkan mampu mempertahankan dan meningkatkan konsistensi perilaku ramah lingkungan, khususnya dalam mengurangi penggunaan plastik sekali pakai, sedangkan pihak kampus disarankan memanfaatkan media sosial sebagai sarana kampanye lingkungan yang lebih intensif dan inovatif. Selain itu, peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian dengan durasi intervensi yang lebih panjang atau menggunakan desain eksperimen murni dengan kelompok kontrol untuk melihat keberlanjutan perubahan perilaku dalam jangka panjang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Adelyna Oktavia Nst, M.Si. selaku dosen pengampu mata kuliah Sains dan Teknologi Lingkungan yang telah memberikan arahan serta ilmu yang sangat berharga selama proses penelitian ini berlangsung. Selain itu, apresiasi besar penulis berikan kepada seluruh rekan kelompok 1 atas kerja sama dan dedikasi yang luar biasa, serta kepada para responden mahasiswa UINSU Tuntungan yang telah bersedia memberikan data yang objektif demi kelancaran riset ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Adishesa, M. S., Rocky, & Suwartono, C. (2024). Adaptasi Dan Uji Psikometri Alat Ukur Perilaku Ramah Lingkungan Versi Indonesia. *Jurnal Psikologi Dan Konseling*, 16(1), 75–88.
- Anantasia, G., & Rindrayani, S. R. (2025). Metodologi Penelitian Quasi Eksperimen. *ADIBA: Journal Of Education*, 5(2), 183–192.
- Arikunto, S. (2020). *Prosedur Penelitian; Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta.
- Azzahra, F. (2024). Kampanye Digital Dan Transformasi Perilaku Mahasiswa Dalam Pengurangan Sampah Plastik Sekali Pakai. *Jurnal Ekologi Lingkungan*, 6(2), 142–155.
- Cahyani, N. P. G. I. (2025). Intervensi Sosial Berbasis Ecological Citizenship Guna Meningkatkan Pro-Environmental Behavior. *SEMAR: Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Seni Bagi Masyarakat*, 14(1), 112–125.
- Edukasi Lingkungan Melalui Kampanye Digital Berbasis Poster. (2025). *GANESHA: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 45–52.
- Hakim, H. I., Maura, G., & Polin, I. (2024). *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Bagi Kalangan Generasi Z PENDAHULUAN Dengan Kehadiran Media Sosial Di Era Digitalisasi Ini Sangat Memudahkan Masyarakat Dalam Memperoleh Informasi Dengan Singkat Dan Dapat Diakses Kapanpun . Hal I.* 10, 489–505.
- Hasdiansa, M. R. (2023). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Ramah Lingkungan Generasi Milenial Dan Generasi Z. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 12(1), 49–60.
- Irhas, M., & Reni, S. (2025). Efektivitas Kampanye Digital Dalam Mengubah Perilaku Masyarakat Hijau. *SEIKAT: Jurnal Ilmu Sosial, Politik Dan Hukum*, 4(1), 315–321.
- Kurniawan, D. (2023). The Impact Of Social Media Campaigns On Campus Sustainability: A Quantitative Evaluation. *International Journal Of Sustainable Society*, 15(3), 241–256.
- Kusnadi, Y., & Novianti. (2024). Penggunaan Media Sosial Dalam Pemberdayaan Masyarakat

- Terkait Isu Lingkungan. *Jurnal Kajian Administrasi*, 4(1), 10–18.
- Masythoh, S., Wicaksono, A., & Pratiwi, R. (2024). Pembentukan Persepsi Publik Terhadap Isu Perubahan Iklim Melalui Media Sosial. In *Prosiding Seminar Nasional Sosial* (Vol. 1, Issue 1, Pp. 23–27).
- Peran Kampanye Online Media Sosial Dalam Membentuk Aksi Kepedulian Lingkungan Mahasiswa. (2024). *Jurnal Sains Student Research*, 2(3), 201–215.
- Pratiwi, A., Yunarti, S., & Komsiah, S. (2023). Peran Literasi Digital Media Sosial Dalam Pembentukan Karakter Peduli Lingkungan Mahasiswa. *IKRA-ITH HUMANIORA: Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 7(3), 390–404.
- Pratiwi, C., Yunarti, S., & Komsiah, S. (2023). Peran Mahasiswa Dalam Menjaga Kelestarian Lingkungan Dengan Memanfaatkan Media Sosial. *Ikraith Humaniora*, 5(2), 45–54.
- Putri, I., & Et.Al. (2022). Media Sosial Sebagai Media Pergeseran Interaksi Sosial Remaja. *Jurnal Ilmu Komunikasi Balayudha*, 2(2), 42–55.
- Sari, R. (2022). Media Sosial Dan Perubahan Perilaku Siswa Terhadap Kebersihan Lingkungan Domestik. *Jurnal Istiqomah*, 1(3), 45–52.
- Suryaputra, I. G. (2024). Promoting Sustainable Lifestyle Through Value Co-Creation On Social Media. *Journal Of Entrepreneurial Economic*, 1(1), 48–65.
- Wijonarko, B. (2024). Pengaruh Konten Tiktok @Pandawaragroup Terhadap Perilaku Kebersihan Lingkungan Masyarakat. *Jurnal Media Digital Dan Komunitas*, 3(2), 88–99.
- Wulandari, S., & Syahputra, H. (2023). Media Sosial Sebagai Sarana Pendidikan Lingkungan Nonformal Bagi Generasi Muda. *Jurnal Pengembangan Komunitas*, 15(1), 85–98.