

Peran Konten di Media Sosial Instagram O'Waste dalam Membangun Literasi Lingkungan dan Manajemen Sampah sebagai Upaya Mendukung Pencapaian SDGs 2030

Rey Eric Muhammad¹, Aqida Nuril Salma²

¹ Hubungan Masyarakat, Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial, Universitas Telkom, Indonesia, ericmhmd@student.telkomuniversity.ac.id

² Hubungan Masyarakat, Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial, Universitas Telkom, Indonesia, aqidasalma@telkomuniversity.ac.id

Abstract

Waste management in Indonesia still faces challenges, including low public environmental literacy. Social media, such as Instagram, is now a potential means of public education. This research examines the role of O'Waste's Instagram account content in improving understanding of waste management and supporting the 12th goal of SDGs 2030. Using a qualitative approach and in-depth interviews with account managers, experts, and communities in Rancasari Sub-district, Bandung, it was found that O'Waste's Two-Way Symmetrical communication strategy encourages awareness, positive attitudes, and active behavior. The presentation of interesting and dialogical content is the key to public involvement in building a sustainable environment.

Keywords: Environmental Literacy, Waste Management, Social Media, Instagram, SDGs 2030, Two-Way Symmetrical Communication.

Abstrak

Pengelolaan sampah di Indonesia masih menghadapi tantangan, termasuk rendahnya literasi lingkungan masyarakat. Media sosial, seperti Instagram, kini menjadi sarana potensial edukasi publik. Penelitian ini mengkaji peran konten akun Instagram O'Waste dalam meningkatkan pemahaman pengelolaan sampah dan mendukung tujuan ke-12 SDGs 2030. Dengan pendekatan kualitatif dan wawancara mendalam terhadap pengelola akun, pakar, dan masyarakat di Kecamatan Rancasari, Bandung, ditemukan bahwa strategi komunikasi Two-Way Symmetrical O'Waste mendorong kesadaran, sikap positif, dan perilaku aktif. Penyajian konten yang menarik dan dialogis menjadi kunci keterlibatan publik dalam membangun lingkungan berkelanjutan.

Kata Kunci: Literasi Lingkungan, Pengelolaan Sampah, Media Sosial, Instagram, SDGs 2030, Komunikasi *Two-Way Symmetrical*.

I. PENDAHULUAN

Pengelolaan sampah di Indonesia masih menghadapi tantangan besar. Berdasarkan data Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional (SIPSN) Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (2023), timbulan sampah nasional mencapai 40,8 juta ton per tahun, dengan 39,8% di antaranya belum terkelola secara optimal. Komposisi terbesar berasal dari sisa makanan (41,6%) dan plastik (18,71%) (PPID, 2024). Sementara itu, metode tradisional kumpul-angkut-buang masih mendominasi sistem pengelolaan, menyebabkan penumpukan di Tempat Pemrosesan Akhir (TPA) yang kapasitasnya kian kritis (Kompas, 2023).

Masalah ini diperparah oleh rendahnya tingkat literasi lingkungan masyarakat. Sebagian besar masih mencampur sampah tanpa memilah, dan belum memahami praktik pengelolaan limbah yang benar (Kurniawan et al., 2023). Buruknya manajemen sampah tidak hanya berdampak pada kesehatan dan lingkungan, tetapi juga menghambat pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (Sustainable Development Goals/SDGs), khususnya SDG 12 tentang konsumsi dan produksi yang berkelanjutan (Elsheekh et al., 2021).

Di sisi lain, perkembangan teknologi digital menghadirkan peluang baru. Media sosial menjadi ruang potensial untuk menyampaikan edukasi lingkungan secara luas, cepat, dan interaktif (Valkenburg, 2022). Salah satu inisiatif

yang memanfaatkan peluang ini adalah O'Waste, sebuah purwarupa aplikasi dan platform media sosial yang bertujuan meningkatkan literasi dan kesadaran pengelolaan sampah melalui konten digital edukatif, khususnya di Instagram (Fahriza & Yuliana, 2024). O'Waste juga mengimplementasikan pendekatan komunitas di wilayah Grand Sharon, Kecamatan Rancasari, Kota Bandung, yang menghadapi rendahnya kesadaran masyarakat akan pengelolaan sampah. Namun, meskipun media sosial memiliki potensi besar, efektivitas kampanye digital masih menjadi tantangan. Banyak konten yang kurang interaktif dan tidak mampu mengajak partisipasi aktif audiens, sehingga pesan tidak terserap optimal (Moran et al., 2019; Buzeta et al., 2020). Di sinilah pentingnya merancang konten edukatif yang informatif, komunikatif, dan visual, agar mampu membentuk perubahan perilaku publik.

Penelitian ini mengkaji peran konten Instagram O'Waste dalam membangun literasi lingkungan dan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pengelolaan sampah, sebagai bagian dari upaya mendukung pencapaian SDGs 2030. Melalui studi ini, diharapkan ditemukan strategi komunikasi digital yang efektif dalam mengatasi tantangan literasi dan pengelolaan sampah, serta mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam menciptakan lingkungan yang lebih berkelanjutan.

II. TINJAUAN LITERATUR

Adapun beberapa kajian literatur yang akan digunakan pada penelitian ini, sebagai berikut.

A. Media Sosial

Media sosial merupakan platform digital yang dirancang untuk memungkinkan individu maupun organisasi dalam menciptakan, membagikan, dan berinteraksi dengan berbagai jenis konten, seperti teks, gambar, video, serta media lainnya. Platform ini mencakup sejumlah aplikasi populer, termasuk Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, dan LinkedIn, yang mendukung terjadinya komunikasi interaktif antara pengguna (Valkenburg, 2022).

Media sosial memiliki peran strategis dalam mendiseminasi informasi edukatif dan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap berbagai isu penting (Soares et al., 2022). Melalui konten yang mudah diakses dan disesuaikan dengan kebutuhan audiens, platform ini menjadi alat yang mudah untuk menyampaikan pesan-pesan yang relevan (Kushwaha, 2020). Isu-isu seperti lingkungan, kesehatan, dan pendidikan dapat dijangkau oleh khalayak luas dengan cara yang interaktif dan menarik, sehingga mendorong pemahaman dan keterlibatan yang lebih mendalam. Selain itu, kemampuan media sosial untuk menjangkau berbagai kelompok masyarakat memungkinkan penyebaran informasi menjadi lebih inklusif dan berdampak positif dalam membangun kesadaran kolektif terhadap isu-isu krusial tersebut.

B. Konten

Konten media sosial merujuk pada berbagai jenis informasi, seperti teks, gambar, video, dan audio, yang dibuat dan dibagikan melalui platform media sosial untuk tujuan tertentu (Valkenburg, 2022). Konten ini memungkinkan interaksi dua arah antara pengguna dan audiens, sehingga memberikan peluang bagi individu atau organisasi untuk berkomunikasi secara langsung dan personal.

Konten media sosial berperan penting sebagai sarana komunikasi dan pemasaran yang efektif. Dengan penyajian yang menarik, konten tersebut mampu meningkatkan visibilitas, keterlibatan, dan loyalitas audiens terhadap sebuah merek atau pesan tertentu (Vandenbosch et al., 2022). Adapun juga, media sosial menjadi platform yang strategis untuk membangun hubungan dengan audiens, menyampaikan informasi edukatif, serta mendorong partisipasi dalam kampanye sosial maupun lingkungan (Soares et al., 2022).

C. Literasi Lingkungan

Literasi lingkungan adalah kemampuan individu untuk memahami, menganalisis, dan bertindak secara bertanggung jawab terhadap isu-isu lingkungan. Hal ini mencakup pemahaman tentang konsep dasar ekologi, keterampilan memecahkan masalah lingkungan, serta komitmen untuk menjaga keberlanjutan ekosistem (Hollweg et al., 2011). Literasi lingkungan melibatkan aspek pengetahuan, sikap, dan perilaku yang mendukung pelestarian lingkungan (Kollmuss & Agyeman, 2002). Seseorang dengan kemampuan memahami tentang literasi lingkungan, akan memiliki kesadaran atau kepedulian terhadap lingkungan sekitarnya. Mereka dapat mengambil tindakan yang

tepat untuk melestarikan, menjaga dan meningkatkan kesehatan sistem lingkungan sekitarnya (Saribas et al., 2014).

Literasi lingkungan memiliki peran penting dalam meningkatkan pemahaman individu terhadap dampak aktivitas manusia terhadap ekosistem (Kamil et al., 2020). Salah satu aspek yang menjadi perhatian utama adalah pengelolaan sampah, yang merupakan isu krusial dalam menjaga keseimbangan lingkungan. Dengan literasi yang baik, masyarakat dapat memahami pentingnya pengurangan, pemisahan, dan daur ulang sampah sebagai langkah untuk mengurangi beban lingkungan (Syahmani et al., 2021). Edukasi mengenai metode pengelolaan yang berkelanjutan, seperti konsep reduce, reuse, recycle (3R), dapat mendorong perubahan perilaku yang lebih bertanggung jawab terhadap limbah rumah tangga maupun industri (Scells et al., 2022).

D. Manajemen Sampah

Manajemen sampah adalah proses sistematis yang mencakup pengumpulan, pengangkutan, pengolahan, daur ulang, hingga pembuangan akhir limbah padat dengan tujuan untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan, kesehatan manusia, dan estetika (UNEP, 2018). Proses ini melibatkan berbagai aktor, termasuk pemerintah, masyarakat, dan sektor swasta.

Manajemen sampah memainkan peran penting dalam mendukung praktik daur ulang sebagai bagian dari upaya pengelolaan limbah yang berkelanjutan (Knickmeyer, 2020). Daur ulang sampah memungkinkan limbah yang sebelumnya dianggap tidak berguna untuk diolah kembali menjadi bahan yang memiliki nilai guna, sehingga dapat mengurangi kebutuhan akan bahan mentah baru.

E. SDGs

Sustainable Development Goals (SDGs) adalah agenda global yang terdiri dari 17 tujuan dan 169 target, disepakati oleh negara-negara anggota Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) pada tahun 2015. SDGs dirancang untuk mengatasi berbagai tantangan global, seperti kemiskinan, kesenjangan, perubahan iklim, dan kerusakan lingkungan, serta memastikan keberlanjutan sosial, ekonomi, dan lingkungan hingga tahun 2030 (UN, 2015).

Tujuan-tujuan SDGs yang berfokus pada pelestarian lingkungan meliputi:

- SDG 6: Air bersih dan sanitasi.
- SDG 7: Energi bersih dan terjangkau.
- SDG 12: Konsumsi dan produksi yang bertanggung jawab.
- SDG 13: Aksi terhadap perubahan iklim.
- SDG 14: Kehidupan di bawah air.
- SDG 15: Kehidupan di darat.

F. Two Way Symmetrical

Menurut Grunig dan Hunt (1984) model komunikasi Two-Way Symmetrical adalah bagian dari Teori Excellence in Public Relations. Model ini menekankan pentingnya interaksi dua arah yang seimbang antara organisasi dan audiensnya. Dalam model ini, komunikasi tidak hanya mengalir dari organisasi ke audiens (seperti pada model One-Way), tetapi juga melibatkan feedback atau umpan balik dari audiens kepada organisasi. Tujuannya adalah untuk menciptakan saling pengertian dan hubungan yang seimbang, di mana kedua belah pihak dapat saling mempengaruhi dan menyesuaikan sikap atau perilaku mereka untuk mencapai tujuan bersama. Dalam konteks hubungan masyarakat (public relations), model Two-Way Symmetrical bertujuan untuk menciptakan dialog yang adil dan terbuka, serta membangun hubungan yang lebih harmonis antara organisasi dan stakeholder (pemangku kepentingan) mereka. Organisasi mendengarkan dan merespons kekhawatiran, kebutuhan, serta aspirasi audiens, sementara audiens diberikan ruang untuk berpartisipasi dalam komunikasi yang konstruktif.

Model ini memungkinkan organisasi untuk beradaptasi dengan feedback yang diterima dan membuat perubahan kebijakan atau pendekatan yang lebih sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Sebagai contoh, kampanye lingkungan yang berfokus pada pengelolaan sampah dapat menggunakan model ini dengan mendengarkan keluhan atau saran masyarakat, kemudian menyesuaikan strategi komunikasi dan program-program yang lebih relevan.

Model ini berbeda dengan model One-Way yang lebih bersifat mengarahkan atau menyampaikan pesan tanpa memperhatikan respon dari audien. Two-Way Symmetrical tidak hanya memperhatikan komunikasi yang efektif, tetapi juga menciptakan hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dan audiensnya, sehingga tercipta dialog yang lebih konstruktif dan transparan.

III. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, yang bertujuan untuk memahami secara mendalam pengaruh konten Instagram O'Waste terhadap peningkatan literasi lingkungan dan perilaku pengelolaan sampah masyarakat di Kecamatan Rancasari, Kota Bandung. Paradigma yang digunakan adalah konstruktivisme, yang memandang realitas sebagai hasil konstruksi sosial, sehingga peneliti berupaya menangkap makna subjektif dari interaksi antara audiens dan konten O'Waste. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan informan yang terdiri dari pengelola akun, masyarakat sasaran, dan ahli di bidang literasi lingkungan. Selain itu, dilakukan observasi langsung dan analisis konten terhadap unggahan Instagram O'Waste, khususnya video edukatif yang relevan dengan isu pengelolaan sampah.

Analisis data dilakukan melalui tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Validitas data dijaga dengan teknik triangulasi sumber dan metode, serta member *checking* untuk memastikan kesesuaian interpretasi antara peneliti dan informan. Lokasi penelitian berada di Perumahan Grand Sharon, Kecamatan Rancasari, Kota Bandung. Unit analisis dalam penelitian ini menggunakan model komunikasi *Two-Way Symmetrical* dari *Teori Excellence in Public Relations* yang menekankan komunikasi dua arah dan dialog timbal balik antara organisasi dan publik. Model ini digunakan untuk menilai sejauh mana konten O'Waste mampu membangun keterlibatan dan meningkatkan literasi lingkungan masyarakat sebagai bagian dari upaya mendukung pencapaian *Sustainable Development Goals* (SDGs) 2030.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana konten media sosial Instagram O'Waste berperan dalam membangun literasi lingkungan dan mendorong manajemen sampah sebagai bagian dari upaya pencapaian *Sustainable Development Goals* (SDGs) 2030. Temuan utama dianalisis berdasarkan dua aspek, yaitu penerapan prinsip *Two-Way Symmetrical Communication* serta kontribusi terhadap literasi lingkungan masyarakat.

A. Penerapan *Two-Way Symmetrical Communication*

O'Waste sebagai platform edukasi digital menerapkan prinsip komunikasi dua arah simetris untuk membangun hubungan timbal balik yang responsif dengan audiens. Komunikasi ini dilakukan dengan memanfaatkan fitur-fitur interaktif media sosial seperti kolom komentar, pesan langsung (DM), dan balas cerita Instagram. Berdasarkan wawancara dengan informan pendukung dan kunci, pendekatan ini terbukti memudahkan organisasi dalam mendengarkan masukan masyarakat, merespons pertanyaan atau keluhan, serta menyesuaikan strategi komunikasi yang sesuai dengan kebutuhan audiens.

Sebagai contoh, informan dari Bank Sampah Hejo Salamina menyampaikan bahwa O'Waste telah membantu proses edukasi pemilahan sampah dan digitalisasi alur pengelolaan limbah. Komunikasi yang dilakukan bersifat terbuka dan jujur, termasuk dalam menanggapi kritik serta menjelaskan prosedur yang berlaku. Informan kunci dari tim O'Waste juga menegaskan bahwa mereka secara rutin menganalisis perkembangan kampanye dari waktu ke waktu melalui matriks interaksi di Instagram, serta memperhatikan isu sensitif untuk mencegah penyebaran informasi yang salah. Mereka mengedepankan transparansi, kredibilitas sumber, dan kolaborasi antaranggota tim sebagai bagian dari upaya menjaga etika komunikasi digital.

Informan ahli juga mengakui bahwa pendekatan simetris yang digunakan O'Waste sudah mencerminkan prinsip komunikasi yang ideal, yakni adanya kesetaraan suara antara organisasi dan komunitas. Namun, tantangan tetap ada, khususnya terkait keterbatasan sumber daya untuk memperluas jangkauan kampanye serta perlunya peningkatan kualitas konten melalui kerja sama dengan komunitas lingkungan lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa prinsip *Two-Way Symmetrical* dapat diimplementasikan secara nyata dalam praktik

komunikasi digital, sekaligus menjadi pendekatan strategis dalam membangun keterlibatan publik yang lebih kuat.

B. Literasi Lingkungan dalam Pencapaian SDGs 2030

Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa konten edukatif O'Waste berhasil memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan literasi lingkungan masyarakat, terutama dalam hal pemahaman terhadap pentingnya pemilahan, pengurangan, dan pengelolaan sampah rumah tangga. Melalui unggahan video, info grafik, dan kampanye naratif, O'Waste menyampaikan pesan-pesan edukatif yang mudah dipahami dan relevan dengan kehidupan sehari-hari.

Beberapa konten bahkan secara langsung mendemonstrasikan manfaat memilah sampah dan menyetorkannya ke bank sampah, serta mengajak masyarakat menggunakan aplikasi O'Waste untuk mempermudah proses pemilahan. Konten ini tidak hanya mengedukasi tetapi juga memfasilitasi tindakan nyata dari masyarakat sebagai upaya mendukung konsumsi dan produksi yang berkelanjutan (SDG 12), serta pelestarian lingkungan.

Namun demikian, berdasarkan masukan dari informan, masih terdapat ruang untuk pengembangan. Misalnya, konten dinilai perlu memperluas sudut pandang dengan melibatkan perspektif kebijakan lingkungan secara makro serta dukungan data dan referensi dari ahli. Selain itu, disarankan agar O'Waste mulai menampilkan demonstrasi praktik pengelolaan sampah bersama komunitas seperti Komunitas Nol Sampah, untuk memberikan dampak visual dan edukatif yang lebih kuat.

Dengan pendekatan yang tepat, konten edukatif O'Waste dapat terus berkembang menjadi sarana strategis dalam mengedukasi masyarakat, meningkatkan kesadaran lingkungan, dan mendorong partisipasi aktif dalam pengelolaan sampah. Hal ini memperkuat gagasan bahwa media sosial bukan hanya alat penyampaian informasi, tetapi juga ruang kolaboratif yang mampu membangun perilaku berkelanjutan secara luas dan mendalam.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa konten edukatif yang disampaikan melalui media sosial Instagram O'Waste berperan penting dalam membangun literasi lingkungan dan mendorong praktik manajemen sampah di masyarakat. Melalui pendekatan visual, naratif, dan interaktif, O'Waste mampu mengedukasi publik mengenai pentingnya pemilahan sampah, serta membantu tim Bank Sampah Hejo Salamina dalam mendigitalisasi proses pengelolaan sampah. Penerapan prinsip *Two-Way Symmetrical Communication* yang digunakan dalam kontennya menunjukkan efektivitas media sosial sebagai sarana dialogis dan partisipatif untuk menyampaikan pesan lingkungan. Pendekatan ini memungkinkan terjadinya komunikasi timbal balik yang memperkuat keterlibatan publik dalam mendukung pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan (SDGs) 2030.

Dari temuan tersebut, disarankan untuk pengembangan akademis agar penelitian serupa dapat mengeksplorasi aspek-aspek lebih spesifik dari komunikasi digital, seperti efektivitas fitur interaktif atau respons audiens terhadap jenis konten tertentu. Bagi praktisi komunikasi lingkungan, penting untuk terus mengoptimalkan media sosial sebagai alat edukasi, dengan mengedepankan interaksi dua arah dan konten yang relevan secara kontekstual. Strategi komunikasi yang responsif dan berbasis pada partisipasi publik dinilai mampu memperkuat perubahan perilaku masyarakat dalam pengelolaan sampah dan mendorong terciptanya lingkungan yang lebih berkelanjutan.