

## Kampanye Media Sosial tentang “Air Pollution Awareness”

Biji Bintang Binarani, Dewi Zahara, Dinda Dewi Auni,  
Firdha Rizki Nurulit, Tutut Chusniyah\*

Universitas Negeri Malang, Jl. Semarang No. 5 Malang, Jawa Timur, Indonesia

\*Penulis korespondensi, Surel: firdha.rizki.1908116@students.um.ac.id

### Abstract

The campaign related to "air pollution awareness" on social media accounts aims to instill public awareness about the impact caused by air pollution. One of the media that can be used in implementing social campaigns is social media, which is online and fast. This social media campaign is expected to raise public awareness about the dangers of air pollution caused by motorized vehicles and make efforts to reduce air pollution that occurs in the surrounding environment. Results from the implementation of "air pollution awareness" that the researchers have carried out in conveying messages to the public regarding public awareness of air pollution for two days, the researchers conducted a survey at the end of the campaign by asking what and how they differed in their thoughts regarding before the campaign was carried out and after the campaign which is conducted. During one week of the air pollution awareness campaign carried out on social media, it can be seen that individuals have several opinions regarding air pollution. With this, it can be seen that social media campaign programs can provide understanding and awareness regarding the dangers of air pollution due to motorized vehicles to the community.

**Keywords:** air pollution awareness; campaign; environmental awareness

### Abstrak

Kampanye terkait "air pollution awareness" pada akun media sosial bertujuan untuk menanamkan kesadaran masyarakat mengenai dampak yang ditimbulkan dari polusi udara. Salah satu media yang dapat digunakan dalam pelaksanaan kampanye sosial adalah media sosial, yang memiliki sifat *online* dan cepat. Kampanye media sosial ini diharapkan dapat menimbulkan kesadaran masyarakat dalam mengetahui bahaya polusi udara akibat kendaraan bermotor dan melakukan upaya mengurangi polusi udara yang terjadi di lingkungan sekitar. Hasil dari pelaksanaan "air pollution awareness" yang telah peneliti lakukan dalam menyampaikan pesan kepada publik mengenai kesadaran masyarakat terhadap polusi udara selama dua hari didapatkan dengan melakukan survei di akhir kampanye dengan menanyakan apa dan bagaimana perbedaan pemikiran mereka terkait sebelum adanya kampanye yang dilakukan dengan setelah adanya kampanye yang dilakukan. Selama satu minggu kampanye mengenai kesadaran polusi udara dilakukan pada media sosial, dapat terlihat bahwa individu memiliki beberapa pendapat mengenai polusi udara. Dengan ini dapat diketahui bahwa program *social media campaign* dapat memberikan pemahaman dan kesadaran terkait bahayanya polusi udara akibat kendaraan bermotor pada masyarakat.

**Kata kunci:** air pollution awarness; kampanye; kesadaran lingkungan

### 1. Pendahuluan

Pada era modern ini, transportasi menjadi kebutuhan masyarakat dalam menunjang berbagai aktivitasnya. Alat transportasi atau kendaraan di Indonesia setiap tahunnya terus meningkat seiring dengan pertumbuhan ekonomi dan peningkatan taraf hidup masyarakat. Alat transportasi memberikan kemudahan untuk mobilitas kita, namun juga menyebabkan banyak masalah, seperti penurunan kualitas udara yang terus menerus dan peningkatan emisi polutan yang berbahaya bagi kesehatan masyarakat. Asap yang ditimbulkan dari kendaraan bermotor penyumbang polusi udara sebesar 70-80%, sedangkan pencemaran akibat industri berkisaran 20-30%. Data WHO (dalam Rompas, 2019), menunjukkan, hampir seluruh populasi global yaitu 92% manusia di dunia menghirup udara dengan tingkat polutan yang melebihi

anjaran WHO. Polusi udara memiliki kontribusi yang cukup tinggi dari seluruh penyakit dan kematian yang terjadi pada tahun 2016, diantaranya 25% akibat kanker paru, 17% akibat infeksi saluran pernapasan akut (ISPA), 16% akibat stroke, 15% akibat penyakit jantung iskemik, dan 8% akibat Penyakit Paru Obstruktif Kronis (PPOK). Selain itu, WHO juga memberikan data terkait masalah polusi udara, bahwa 92% manusia di dunia menghirup udara yang tidak sehat.

Polusi udara menjadi ancaman terbesar di dunia terhadap kesehatan lingkungan, yang secara global mengakibatkan sekitar 7 juta kematian dini setiap tahun (World Health Statistics, 2020), dengan dampak yang lebih tinggi di negara berkembang seperti di Indonesia (Both dkk., 2013), India (Greenstone & Hanna (2014), dan China (Li dkk., 2014). Dampak merugikan bagi kesehatan manusia berkorelasi kuat dengan lingkungan yang tercemar, yang selanjutnya menurunkan kepuasan hidup (MacKerron & Mourato, 2009). Polusi udara juga berdampak pada patogenesis penyakit mental, misalnya gejala depresi (Anisman & Hayley, 2012; Krishnadas & Cavanagh, 2012; Wang dkk., 2014; Kioumourtzoglou, 2017), gejala kecemasan (Power, 2015), risiko bunuh diri (Kim dkk., 2010), dan kunjungan ke unit gawat darurat (Szyzkowicz dkk, 2019).

Sangat penting bagi kita untuk mulai mengurangi polusi udara, selain dengan mengurangi pemakaian kendaraan bermotor, kita juga dapat menanamkan kesadaran minimal pada diri sendiri dan masyarakat sekitar untuk menyadari dampak yang ditimbulkan akibat aktivitas manusia dalam penggunaan kendaraan bermotor. Oleh karena itu, kelompok melakukan kampanye terkait “*air pollution awareness*” pada akun media sosial untuk menanamkan kesadaran masyarakat mengenai dampak yang ditimbulkan dari polusi udara. Tujuan dilakukannya kampanye yaitu menyadarkan, mengubah keyakinan, dan meningkatkan pengetahuan target. Salah satu media yang dapat digunakan dalam pelaksanaan kampanye sosial adalah media sosial, yang memiliki sifat *online* dan cepat. Media sosial memiliki karakteristik lebih interaktif, mudah diakses, dan bisa digunakan secara personal misalnya Instagram, Facebook, Twitter, dan aplikasi lain sejenisnya. Kampanye media sosial ini diharapkan dapat menimbulkan kesadaran masyarakat dalam mengetahui bahaya polusi udara akibat kendaraan bermotor dan melakukan upaya mengurangi polusi udara yang terjadi di lingkungan sekitar.

## 2. Metode

Data yang telah didapatkan dari hasil pencarian kemudian dijadikan bahan untuk pembuatan video edukasi dan poster *campaign*. Video edukasi dibuat untuk memberikan pemahaman secara visual dan audio mengenai bahaya polusi udara. Dalam video tersebut berisi mengenai pengertian bahaya polusi udara, manfaat kesadaran terkait bahaya polusi udara, dan pesan persuasif untuk mengajak pengikut kami untuk menerapkan perilaku yang dapat mengurangi polusi udara. Sementara pada poster yang kami buat bertujuan untuk memberikan informasi mengenai dampak polusi udara, alternatif atau solusi yang dapat dilakukan untuk mengurangi bahaya polusi udara, dan menghubungkannya dengan manfaat menerapkan perilaku yang dapat mengurangi polusi udara.

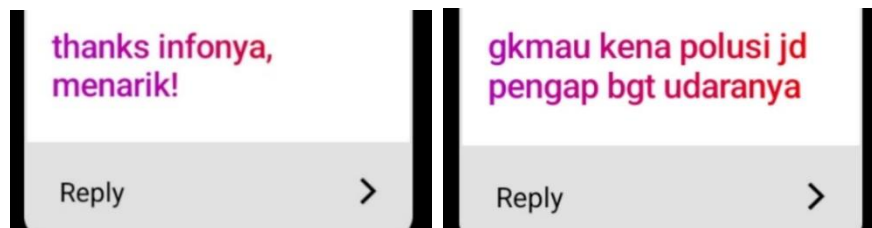
Untuk menyebarkan video edukasi dan poster mengenai bahaya polusi udara kami menggunakan media sosial Instagram. Target penyebaran video dan poster ini adalah pengikut dari akun @ndfslsblh, @tbfarhanm, dan @trsnlnr88 dengan total pengikut sebanyak 2,443 orang. Untuk mengevaluasi sampainya informasi kepada pengikut kami melihat total *views*,

*like*, dan *comment* pada video yang telah diunggah di *feeds* dan *story* di Instagram. Untuk mengevaluasi informasi sampai kepada pengikut atau tidak kami melihat jumlah akumulasi *views* sebanyak 20%, akumulasi *like* sebanyak 5%, dan komentar sebagai evaluasi tambahan untuk melihat informasi sampai atau tidak. Selain itu untuk menjangkau *audience* yang lebih luas kami menggunakan tagar #sustainablediet, #campaign, #lingkungan, #kesehatan, dan #psikologiurban.

### 3. Hasil dan Pembahasan

Dari hasil yang telah peneliti lakukan dalam menyampaikan pesan kepada publik mengenai kesadaran masyarakat terhadap polusi udara selama 2 hari, peneliti melakukan survei di akhir kampanye dengan menanyakan apa dan bagaimana perbedaan pemikiran mereka terkait sebelum adanya kampanye yang dilakukan dengan setelah adanya kampanye yang dilakukan. Beberapa responden juga mengomentari pada postingan Instagram @bentarlapispsi bahwa terdapat perbedaan perasaan saat merasakan polusi udara. Sebelumnya individu merasa bahwa polusi udara merupakan hal yang tidak perlu dhiraukan bahkan tidak penting. Namun ketika kampanye berlangsung, individu merasa bahwa polusi udara ternyata bukan hal yang sepele. Mereka merasa bahwa perlu adanya tindak lanjut terkait polusi udara yang sedang terjadi karena semakin hari mereka merasa bahwa polusi udara benar-benar terjadi nyata.

Terlihat pada salah satu media sosial yang dibagikan oleh peneliti pada akhir kampanye untuk melihat respon pengguna sosial media, terdapat beberapa individu mengatakan hal yang sama. Selama satu minggu kampanye mengenai kesadaran polusi udara dilakukan pada media sosial, dapat terlihat bahwa individu memiliki beberapa pendapat mengenai polusi udara. Beberapa respon yang didapatkan dari pengguna media sosial adalah berikut, dikatakan oleh pengguna sosial media mengatakan “thanks infonya, menarik!”. Pengguna sosial media lainnya juga menambahkan “gkmau kena polusi jd pengap banget udaranya”.



**Gambar 1. Komentar Publik Pelaksanaan Air Pollution Awareness**

Dengan melihat respon pengguna media sosial mengenai kampanye *air pollution awareness*, pengguna media sosial terlihat tertarik dengan pembahasan yang sedang dibahas. Ketertarikan tersebut dapat membuat minat pengguna sosial media untuk membaca informasi yang dipaparkan. Maka dari itu, metode yang dipaparkan oleh peneliti dapat dilakukan dengan lancar dan mendapatkan hasil yang cukup memuaskan. Mallick & Bajpai (2019) juga menjelaskan bahwa pentingnya pendidikan terkait lingkungan melalui media sosial. Hal ini dikarenakan pada saat ini banyak individu yang menggunakan sehingga bentuk pendidikan lingkungan berupa kampanye ini dapat menghubungkan orang-orang baik secara lokal maupun global terkait isu-isu lingkungan. Studi lain juga menyebutkan bahwa terdapat manfaat positif dari memberikan informasi (baik berupa video, foto, ataupun tulisan) terkait tanggung jawab sosial terhadap keberlanjutan lingkungan (Severo et al., 2019). Adapun manfaat positif yang didapat berupa pembentuk kesadaran akan lingkungan dan sosial.

#### 4. Simpulan

Pencemaran udara sudah menjadi masalah yang serius di kota-kota besar di dunia dan berdampak pada kesehatan manusia dan lingkungan yang sudah dikenal selama kurang lebih 50 tahun. Berdasarkan program *social media campaign* yang telah dilakukan kelompok selama dua hari, publik nampak tertarik dengan pembahasan yang telah dikampanyekan dengan memberikan respons yang sangat antusias. Dengan ini dapat diketahui bahwa program *social media campaign* dapat memberikan pemahaman dan kesadaran terkait bahayanya polusi udara akibat kendaraan bermotor pada masyarakat. Hal ini juga menjadi penting dalam meningkatkan kesadaran masyarakat tentang polusi udara agar dapat membantu menjaga keberlanjutan lingkungan

#### Daftar Rujukan

- Anisman H, & Hayley S. (2012). Inflammatory Factors Contribute to Depression and Its Comorbid Conditions. *Sci Signal.*; 5(244):45. doi: 10.1126/scisignal.2003579
- Both, AF, Westerdahl D, Fruin, S, Haryanto, B, Marshall, JD. (2013). Exposure to carbon monoxide, fine particle mass, and ultrafine particle number in Jakarta, Indonesia: Effect of commute mode. *Science of the Total Environment.* Jan 15;443:965–72. pmid:23314255
- Greenstone, M, & Hanna R. (2014). Environmental regulations, air and water pollution, and infant mortality in India. *American Economic Review.* Oct;104(10):3038–72.
- Kim, C, Jung SH, Kang DR, et al. (2010). Ambient Particulate Matter as a Risk Factor for Suicide. *AJP.* 167(9):1100–1107. DOI: 10.1176/appi.ajp.2010.09050706
- Kiourtzoglou MA, Power MC, Hart JE, Okereke OI, Coull BA, Laden F, Weisskopf MG. (2017). The Association Between Air Pollution and Onset of Depression Among Middle-Aged and Older Women. *Am J Epidemiol.* 185(9):801–809. [PubMed: 28369173].
- Krishnadas R, & Cavanagh J. (2012). Depression: an inflammatory illness?. *J Neurol Neurosurg Psychiatry.* 83(5):495–502. DOI: 10.1136/jnnp-2011-301779 [PubMed: 22423117]
- Li, F, Liu, Y, Lü, J, Liang, L, and Harmer, P. (2014). Ambient air pollution in China poses a multifaceted health threat to outdoor physical activity. *J Epidemiol Community Health.* Jun 26:jech-2014.
- MacKerron, G, & Mourato, S. (2009). Life satisfaction and air quality in London. *Ecological Economics.* Mar 15;68(5):1441–53.
- Mallick, R. & Bajpai, S. P. (2019). Impact of social media on environmental awareness. *Environmental Awareness and the Role of Social Media.* doi: 10.4018/978-1-5225-5291-8.ch007
- Power, MC, Kiourtzoglou MA, Hart JE, Okereke OI, Laden F, Weisskopf MG. (2015). The relation between past exposure to fine particulate air pollution and prevalent anxiety: observational cohort study. *BMJ.* 350:h1111. doi: 10.1136/bmj.h1111 [PubMed: 25810495]
- Rompas, J. P. V. (2019). *Perancangan Kampanye Sosial untuk Mengurangi Risiko akibat Polusi Udara PM 2, 5* (Doctoral dissertation, Universitas Multimedia Nusantara).
- Severo, E. A., de Guimaraes, J. C. F., Dellarmelin, M. L., & Ribeiro, R. P. (2019). The influence of social networks on environmental awareness and the social responsibility of generations. *Braz. Bus. Rev.*, 16(5). <https://doi.org/10.15728/bbr.2019.16.5.5>
- Szyszkowicz, M, Rowe B, Colman I. (2010). Air pollution and daily emergency department visits for depression. *International Journal of Occupational Medicine and Environmental Health.* 22(4):355–362. DOI: 10.2478/v10001-009-0031-6
- Wang Y, Eliot MN, Koutrakis P, et al. (2014). Ambient Air Pollution and Depressive Symptoms in Older Adults: Results from the MOBILIZE Boston Study. *Environ Health Perspect.* 122(6):553– 558. DOI: 10.1289/ehp.1205909 [PubMed: 24610154]
- World Health Statistics (2020). Monitoring Health for the SDGs. Geneva: World Health Organisation; 2020. <https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/332070/9789240005105-eng.pdf>. Accessed Feb 2023.