

Anak Muda dan Mengapa Kita Perlu Mengampanyekan Lingkungan

Ditulis oleh Khairul Anwar pada Minggu, 12 Mei 2024



Hampir setiap hari, saya selalu membuka instagram; lihat-lihat beranda, scroll video reels hingga posting story. Di reels instagram, bermunculan jenis-jenis konten, dari yang bermuatan positif hingga negatif, dari yang lucu hingga membosankan.

Dari sekian banyak konten yang muncul di beranda atau di reels instagram, saya jarang melihat konten yang bertema tentang lingkungan hidup. Beberapa konten tentang lingkungan hidup memang muncul (ini lebih karena saya ngefollow beberapa akun “hijau”) tapi jumlahnya tidak sebanyak konten yang lain. Konten sepakbola, misalnya. Saya kurang tahu, ini apakah algoritma instagram saya belum terlalu menjangkau sisi tersebut, atau memang konten-konten terkait ajakan menjaga bumi ini jangan-jangan memang sedikit?

Dari beberapa konten tentang ajakan merawat lingkungan, mencintai bumi, dan lain sebagainya, yang nongol di akun instagram pribadi, saya paling sering melihat kontennya Pandawara Group. Pandawara Group adalah kelompok penggerak dan pemengaruh yang berfokus pada permasalahan sampah dan kebersihan lingkungan. Mereka terdiri dari lima

pemuda yang sangat aktif bikin konten tentang pentingnya menjaga kebersihan sungai, selokan, pantai, dan bumi secara umum.

Pandawara Group beranggotakan generasi Z, yakni generasi yang lahir pada tahun 1997 hingga 2012. Di Indonesia, menurut data sensus penduduk tahun 2020, Gen Z mendominasi dengan jumlah sekitar 74,93 juta jiwa, atau 27,94% populasi. Dominasi ini memberikan harapan akan potensi kemajuan dan perubahan di masa depan.

Gen Z hidup di era teknologi digital. Ruang-ruang digital, baik itu di media sosial, atau media digital lainnya, saat ini didominasi oleh anak-anak muda, terutama Gen Z. Generasi milenial dan gen Z yang menurut penelitian Alvara Institute, salah satu karakteristik mereka adalah selalu terhubung (connected). Ini bisa dibuktikan dengan kegiatan mereka yang nyaris berkelana di media sosial.

Beberapa waktu lalu saya mengisi kegiatan Latihan Kader Muda (Lakut), pengkaderan tertinggi di organisasi Ikatan Pelajar Nahdlatul Ulama (IPNU) dan Ikatan Pelajar Putri Nahdlatul Ulama (IPPNU). Saya menyampaikan tentang “media dakwah pelajar”. Sebelum memaparkan materi, saya terlebih dulu bertanya kepada peserta: “seberapa sering main medsos dan apa yang dilakukan ketika berselancar di medsos?”

Baca juga: [Ketika Seorang Profesor Asal Jerman Meramal Gus Dur](#)

Apa jawaban mereka? mereka, yang tergolong sebagai Gen Z, mengaku bermain medsos dari bangun tidur sampai mau tidur lagi rata-rata selama 11 jam. Sedangkan, dari aktivitas mereka di medsos, mayoritas hanya sebagai pengonsumsi konten. Nonton video youtube, scroll tiktok, instagram, dan lain-lain. Yang suka bikin konten hanya sedikit. Padahal, mereka punya potensi untuk menjadi influencers (pemengaruh) kebaikan-kebaikan di ruang digital.

Kita mungkin sudah tak asing lagi dengan istilah influencers. Influencers atau pemengaruh bisa berarti sesuatu atau seseorang yang memengaruhi atau mengubah perilaku, pemikiran, dan sebagainya. Influencer atau pemengaruh, dalam KBBI, berarti orang yang

menggunakan media sosial untuk mempromosikan atau merekomendasikan sesuatu.

Para influencers ini muncul seiring dengan perkembangan media sosial yang semakin pesat. Akan tetapi, di saat bersamaan, berkembangnya teknologi digital yang semakin pesat berkelindan dengan kondisi lingkungan hidup yang semakin hari makin menggenaskan.

Kerusakan Lingkungan

Kondisi lingkungan hidup hari ini, mau diakui atau tidak, memang semakin mengkhawatirkan. Di beberapa sudut-sudut bumi, banjir terjadi. Di hutan, kebakaran melanda. Di pegunungan, longsor menghajar. Polusi udara juga terjadi dimana-mana. Belum lagi, pencemaran limbah industri yang banyak terjadi di kampung-kampung hingga perkotaan.

Kita saat ini hidup di sebuah planet yang dihuni manusia-manusia yang enggan bertanggungjawab, yang dengan seenaknya melakukan pencemaran dan perusakan lingkungan. Mahatma Gandhi (tokoh kemanusiaan India) pernah mengatakan: “Bumi dapat memenuhi kebutuhan setiap manusia dengan cukup, namun tidak pernah cukup untuk memenuhi keserakahan manusia.”

Benar, penyebab krisis lingkungan salah satunya adalah keserakahan manusia yang tak pernah puas dengan apa yang dimilikinya. Betapa manusia hari ini sedemikian rakusnya mengeksploitasi alam. Banyak hewan dan tumbuhan punah karena hutan-hutan ditebangi untuk memenuhi nafsu keserakahannya yang tidak ada habis-habisnya.

Kerusakan lingkungan dan perubahan iklim telah menjadi masalah serius bagi umat manusia di bumi. Upaya adaptasi dan mitigasi tentu perlu digelorakan. Pemerintah jangan abai terhadap kondisi seperti ini, begitu pula masyarakat harus sadar dengan lingkungan sekitar. Di sini, Gen Z bisa mengambil peran. Gen Z yang juga bagian dari masyarakat dapat mengimplementasikan perannya melalui sebuah perangkat elektronik bernama gawai..

Baca juga: [Drijowongso, Tokoh Muhammadiyah di Jalur Kiri](#)

Gen Z, yang dinarasikan sebagai generasi digital, dapat menyebarluaskan konten-konten

tentang pentingnya pemeliharaan terhadap alam. Ini sesuai aktivitas keseharian mereka, yakni bermain medsos. Sederhananya, sentuhan layar smartphone mereka harus mampu mengubah keadaan. Eciye. Medsos dengan kekuatan yang besar, menjadi alat yang sangat kuat untuk menginspirasi perubahan sosial.

Perilaku orang yang ikut aktif menjaga kelestarian alam melalui publikasi konten-konten, entah berupa teks/tulisan, video, atau gambar, disebut sebagai Green Influencers. Istilah lainnya yakni Eco-Influencer. Istilah “green influencers” ketika saya ketik di mesin pencarian, sudah mulai populer sejak 2021, artinya tiga tahun belakangan ini.

Kenapa harus di medsos? Media sosial, di era digitalisasi yang semakin meningkat, menjadi platform yang efektif untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat, termasuk pesan-pesan yang bertema lingkungan hidup.

Gen Z Bertransformasi Menjadi Green Influencers

Gen Z, dengan modal gawai di tangan, perlu menjadi Green Influencers. Terlebih, menurut penelitian yang dilakukan oleh Universitas Multimedia Nusantara (UMN) Consulting, Gen Z adalah generasi yang jauh lebih peduli terhadap lingkungan. Gen Z dikatakan mempunyai karakter benevolence, yang bermakna memiliki rasa kepedulian yang tinggi dan suka menolong. Inilah alasan aktivis lingkungan dan green influencers didominasi oleh Gen Z.

Dalam sebuah artikel di situs Greeners.co, selain Pandawara Group yang saya sebutkan tadi, sebenarnya ada beberapa green influencers, baik di dalam maupun luar negeri yang konsen membuat konten edukatif mengenai isu lingkungan di Instagram.

Mereka antara lain; Green Girl Leah (@greengirlleah), influencer Instagram asal Amerika Serikat yang Eco-Friendly dan peduli kemanusiaan, Laura Young (@wastelesslaura), influencers asal Inggris yang getol kampanye gerakan bebas sampah di instagram, Samia Dumbuya (@samiaalexandra), yang juga berasal dari Inggris aktif suarakan keadilan iklim, dan Mikaela Loach (@mikaelaloach), yang peduli iklim dan anti-rasisme. Sementara di Indonesia, ada artis Nadya Hutagalung dan Nadine Chandrawinata.

Mereka bisa dikatakan sebagai Green Influencers, karena kepedulian mereka terhadap kondisi alam dituangkan dalam sebuah konten edukatif di media sosial. Green Influencers menggabungkan pengaruh dan teknologi digital untuk menghasilkan pemahaman tentang keberlanjutan, mengedukasi audiens, dan mempromosikan gaya hidup yang ramah lingkungan.

Baca juga: Gus Dur, Manusia Biasa yang Langka

Gen Z, dalam hal ini, dapat mengemukakan tentang keberlanjutan, mengajak orang untuk memberi support gerakan lingkungan, dan memberikan tips praktis tentang bagaimana mengurangi efek negatif pada lingkungan. Seperti tips memanfaatkan barang bekas menjadi barang ekonomis, ajakan hemat plastik, konservasi sumber daya alam, dan ajakan mengurangi pemakaian kendaraan pribadi.

Selain akun instagram yang sifatnya personal, kampanye ramah lingkungan di dalam ruang-ruang digital juga hadir lewat akun-akun komunitas atau organisasi. Akun @Greenpeace.id, salah satunya. Kalau ingatan tak khilaf, akun “hijau” ini pernah melakukan kampanye #PantangPlastik. Nah, dalam penelitian (Krisyanti et.al, 2020), kampanye #PantangPlastik ternyata secara bertahap mampu membentuk sikap ramah lingkungan pada followers instagram @Greenpeaceid, dimulai dari bertambahnya pengetahuan, munculnya perasaan bersalah dan bertanggung jawab, hingga mengurangi penggunaan sedotan plastik, menggunakan tumblr, dan sebagainya.

Hal ini sejalan pula apa yang diungkapkan (Manikonda dan De Choudhury, 2017) yang menyebutkan, perilaku influencer di Instagram dapat berdampak pada sikap, pola pikir, opini, niat, dan perilaku followers, dan dampak ini terutama dapat dikaitkan dengan konten foto atau video yang dibagikan di Instagram.

Konten-konten yang bermanfaat, khususnya tentang lingkungan hidup perlu digencarkan lagi. Oleh siapa? Oleh Gen Z. Karena untuk menjadi baik di media sosial tak usah menunggu jumlah followers berpuluh-puluh ribu, atau berjuta-juta. Dengan jumlah followers yang sedikit pun, misalnya 1000-an, kita bisa lakukan itu. Yang penting pesan itu sampai, meskipun yang menangkap pesan itu hanya segelintir orang. Harapannya, dari hal-hal kecil ini, nantinya akan menjadi besar, besar, dan besar.

Menurut saya, salah satu langkah yang bisa diimplementasikan untuk mengajak anak muda sadar lingkungan, dan mau menjadi green influencers, misalnya, adalah lewat kampus. Konsep peduli lingkungan harus masuk pada kebijakan kampus. Misalnya, mewajibkan setiap dosen untuk memberikan tugas kepada mahasiswanya, tugasnya berupa membuat konten tema lingkungan di media sosial, bisa berupa teks/tulisan, video, gambar, atau apa pun sebisanya mahasiswa. Begitu kira-kira. Ini hanya saran lho, mau dipakai silakan, tidak juga tak apa.

