

EFEKTIFITAS MEDIA SOSIAL VERSUS MEDIA ELEKTRONIK PADA IMPLEMENTASI PENYEBARAN INFORMASI BAHAYA LIMBAH KANTONG PLASTIK

Edi Pranoto, Desy Diana dan Eka Sally Moreta
STMIK Jakarta STI&K

Jl. BRI No.17, Radio Dalam, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan 12140
{edipranoto210468, desidiana2208, ekamoreta}@gmail.com

ABSTRAK

Kantong plastik untuk barang belanjaan menjadi masalah lingkungan yang serius di Indonesia. Penggunaan kantong plastik tersebut di setiap toko, pasar tradisional, atau pasar modern meningkatkan jumlah limbah yang sulit terdegradasi di lingkungan. Masalah lingkungan tersebut mendorong pemerintah menyusun kebijakan pengurangan penggunaan kantong plastik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh news sharing di social media dan electronic media terhadap rekognisi masalah tentang bahaya kantong plastik berdasarkan perspektif konsumen. Penelitian ini menggunakan metode survey dengan kuisioner online yang diisi oleh 306 responden. Pengujian model empiris menggunakan Structural Equation Model dengan lima latent variable yang diukur dengan 5-point likert scale. Measurement model cukup baik berdasarkan hasil Confirmatory Factor Analysis dan structural modelnya dapat diterima berdasarkan nilai parameter Goodness of Fit. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan penyebaran berita mengenai bahaya kantong plastik di media sosial berpengaruh signifikan terhadap peningkatan eco-literacy, sedangkan pengaruh news sharing di Radio, TV, government website, atau electronic media lainnya tidak terbukti. Sustainability Orientation tidak dipengaruhi oleh news sharing di Social media dan Electronic Media. Problem recognition dipengaruhi sangat signifikan oleh eco-literacy dan sustainability orientation. Salah satu implikasi penelitian ini adalah pemerintah atau pemerhati lingkungan perlu membuat program edukasi publik atau kampanye secara masif mengenai bahaya kantong plastik dengan memanfaatkan media sosial. Penelitian ini dapat dikembangkan lebih lanjut dengan menggunakan model perilaku konsumen yang dapat dijadikan dasar dalam menyusun kebijakan yang efektif dalam pengurangan kantong plastik di Indonesia.

Kata Kunci : *media sosial, media elektronik, pengetahuan lingkungan, orientasi kelestarian*

PENDAHULUAN

Sampah plastik saat ini sudah mulai menjadi permasalahan kerusakan lingkungan pada sebagian besar negara, hal tersebut disebabkan bahwa menurut penelitian sampah plastik membutuhkan waktu penguraian antara 20 sampai dengan 1.000 tahun. Permasalahan sampah plastik dalam mendorong kerusakan lingkungan seperti ini juga menjadi permasalahan di Indonesia, Kementerian lingkungan hidup dan kehutan Republik Indonesia memberikan data bahwa saat ini setiap tahun pertumbuhan sampah plastik di Indonesia sebanyak 64 juta ton per tahun dari jumlah tersebut sebanyak 3,2 juta ton per tahun terbuang ke laut lepas (KLHK, 2018). Pada tahun 2018 dalam laporan Enviromental Performance Index yang disusun melalui Global metrics for the environment: Ranking country performance on high-priority environmental issues yang

dikeluarkan atas kerjasama tiga lembaga yaitu: Yale Center for Environmental Law & Policy, Yale University, Center for International Earth Science Information Network, Columbia University dan bekerja sama dengan the World Economic Forum, menempatkan Indonesia pada peringkat ke 133 dari total 180 negara yang dihitung dalam pengukuran index kinerja lingkungan (EPI, 2018). Pengukuran dalam Enviromental Performance Index 2018, dianalisis dengan total sebanyak 24 indikator untuk membentuk indeks ini. Pengukuran yang dilakukan oleh 3 lembaga tersebut diatas dengan tujuan utama untuk mengukur 2 variabel yaitu variabel kesehatan lingkungan dan variabel kualitas ekosistem. Variabel kesehatan lingkungan dengan tingkat okupasi sebanyak 40 %, variabel ini dilacak dari dimensi kualitas air, kualitas udara dan kandungan logam berat. Sedangkan variabel kualitas ekosistem

dengan tingkat okupasi sebesar 60 % dilacak dengan dimensi keanekaragaman hayati dan habitat, dimensi luas hutan, dimensi perikanan, dimensi iklim dan energi, dimensi polusi udara, dimensi sumber air dan dimensi pertanian (EPI, 2018).

Pengguna media sosial di Indonesia dari tahun ke tahun selalu meningkat jumlahnya, hal itu tercermin menurut riset *platform* manajemen media sosial HootSuite dan agensi marketing sosial We Are Social bertajuk "Global Digital Reports 2020", hampir 64 persen penduduk Indonesia sudah terkoneksi dengan jaringan internet. Riset yang dirilis pada akhir Januari 2020 itu menyebutkan, jumlah pengguna internet di Indonesia sudah mencapai 175,4 juta orang, sementara total jumlah penduduk Indonesia sekitar 272,1 juta. Dibanding tahun 2019 lalu, jumlah pengguna internet di Indonesia meningkat sekitar 17 persen atau 25 juta pengguna. Selama 2019, pengguna internet di Indonesia yang berusia 16 hingga 64 tahun memiliki waktu rata-rata selama 7 jam 59 menit per hari untuk berselancar di dunia maya. Angka tersebut melampaui rata-rata global yang hanya menghabiskan waktu 6 jam 43 menit di internet per harinya. Indonesia juga punya pencapaian lain dalam jumlah pengguna media sosial. Masih dari riset yang sama, jumlah pengguna media sosial di Indonesia sudah mencapai 160 juta, meningkat 8,1 persen atau 12 juta pengguna dibandingkan tahun lalu. Dengan begitu, penetrasi penggunaan media sosial di Indonesia sudah mencapai 59 persen dari total jumlah penduduk. Rata-rata penggunaan media sosial di Indonesia mencapai 3 jam 26 menit per hari. Angka itu juga di atas rata-rata global yang mencatat waktu 2 jam 24 menit per hari. Filipina menjadi negara yang paling sering membuka media sosial dengan total waktu 3 jam 53 menit per hari. Data unik lainnya, rata-rata penduduk Indonesia memiliki sekitar 10 akun media sosial per orang, baik aktif maupun tidak aktif menggunakannya. Sementara 65 persen pengguna media sosial di Indonesia memanfaatkan platform tersebut untuk bekerja. Data yang ditampilkan dalam riset-riset pengguna media sosial di Indonesia tercermin pada tabel berikut ini.



Gambar 1 Indikator Peningkatan Pengguna Digital di Indonesia

Para peneliti yang berfokus pada masalah isu lingkungan telah memberikan hasil/kesimpulan dengan penelitian yang telah mereka lakukan, diantara para peneliti tersebut adalah Hamid *et al* (2017) yang menemukan bahwa media sosial sangat berperan dalam meningkatkan kesadaran akan lingkungan khususnya pada obyek mahasiswa perguruan tinggi yang menjadi obyek penelitiannya, Hamid *et al* (2017) juga menyebutkan bahwa peran staf pada perguruan tinggi bisa menyampaikan kebijakan universitas melalui media sosial sehingga dapat menguatkan terwujudnya universitas yang ramah lingkungan (*green university*). Shan *et al* (2017) mengungkapkan temuannya bahwa terdapat beberapa indikator kunci pada penyebaran informasi kerusakan lingkungan yaitu kabut asap menggunakan media sosial WeChat, Shan *et al* (2017) menggunakan responden mahasiswa perguruan tinggi di Beijing China sebagai pengguna WeChat, Temuan yang telah dikemukakan oleh Shan *et al* (2017) ini memberikan kontribusi bagi otoritas pemerintah China untuk pengambilan keputusan berkaitan dengan informasi darurat kerusakan lingkungan oleh kabut asap menggunakan media sosial WeChat. Penelitian yang dilakukan oleh Tang dan Lam (2017) dengan responden generasi Y (*generasi milenial*), penelitiannya mengindikasikan bahwa generasi Y ternyata lebih tanggap terhadap masalah lingkungan terutama dalam pemilihan hotel, selanjutnya Tang dan Lam (2017) menyimpulkan bahwa generasi Y lebih puas untuk membayar hotel yang berkonsep hijau (*hotel ramah lingkungan*) dibandingkan dengan hotel yang berkonsep lain. Tang dan Lam (2107) menempatkan

variabel sikap generasi Y terhadap hotel ramah lingkungan ditempatkan sebagai variabel moderasi pada penelitian ini. Temuan dalam penelitian lingkungan yang dikemukakan oleh Polonsky *et al* (2014) memberikan gambaran bahwa terdapat pengaruh antara budaya terhadap lingkungan, obyek penelitian yang menjadi fokus dari Polonsky *et al* (2014) adalah pada empat kawasan di wilayah benua Asia dengan sampel sebanyak 1.174 responden yang menghuni kawasan tersebut. Polonsky *et al* (2014) juga menemukan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara kepedulian terhadap lingkungan yang akan mempengaruhi peningkatan perilaku yang ramah lingkungan baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penelitian ini juga menggunakan premis penelitian sebelumnya yang berbasis pada fokus pengaruh media sosial dalam mempengaruhi sikap terhadap perilaku individu, diantara fokus penelitian pengaruh media sosial dalam mempengaruhi sikap perilaku pada individu diantaranya adalah penelitian yang dilakukan oleh Yen (2016) yang meneliti kepuasan pelanggan yang dilampirkan dalam jejaring sosial pada media sosial, Jiao *et al* (2018) dengan penelitian yang berfokus pada tipe perilaku individu di China dan Amerika Serikat dalam jejaring media sosial, selanjutnya Jiao *et al* (2018) mengemukakan bahwa dengan media sosial ditemukan bahwa konsumen di China lebih menekankan nilai sosial dibandingkan konsumen di Amerika Serikat yang lebih menekankan pada konten. Ma *et al* (2014) dengan responden sebanyak 309 orang mengemukakan bahwa penyebaran berita melalui media sosial, penelitiannya mengemukakan bahwa pengaruh persepsi diri terhadap opini kepemimpinan, ikatan kekuatan yang dirasakan dalam jaringan online dan preferensi yang dirasakan dari berita online memiliki efek signifikan pada niat berbagi berita pengguna di media sosial, tetapi variabel persepsi diri terhadap pencarian pendapat, homofili, dan kredibilitas berita yang dirasakan tidak berpengaruh secara signifikan.

Latar Belakang Teoritis Dan Hipotesis *Media Sosial*

Era saat ini adalah sebuah era informasi, dimana dalam era ini kekuatan media sebagai penyampai informasi merupakan kekuatan yang sangat besar. Hal tersebut dikarenakan bahwa alat penyampai informasi yang berupa media sosial merupakan salah satu jenis mediator yang paling handal dalam menyampaikan informasi dari pemberi informasi kepada penerima informasi. Menurut Varinder Taprial dan Priya Kanwar dalam bukunya *Understanding Social Media* (2012), media sosial memiliki beberapa ciri khas sebagai berikut: (Taprial dan Kanwar, 2012)

- **Aksesibilitas (*Accessibility*)**. Media sosial dapat diakses dengan mudah oleh siapa saja yang memiliki perangkat yang terkoneksi dengan jaringan internet. Karenanya media sosial sangat mudah digunakan oleh siapa pun dan tidak dibutuhkan keahlian khusus untuk itu. Semua yang memiliki akses daring dapat menggunakan media sosial untuk berkomunikasi dengan orang lain di seluruh dunia.
- **Interaktivitas (*Interactivity*)**. Komunikasi yang dilakukan melalui media sosial berlangsung secara dua arah atau bahkan lebih. Karenanya, pengguna media sosial dapat berinteraksi dengan pengguna media sosial lainnya. Setiap orang dapat memberikan pertanyaan, mendiskusikan suatu produk atau hal-hal lain yang sesuai dengan minat yang dimiliki.
- **Longevity/volatility**. Pesan-pesan yang dikirimkan dapat disimpan dan diakses kembali untuk jangka waktu yang lama. Bahkan pesan-pesan tersebut dapat disunting dan dimutakhirkan kembali setiap saat sesuai kebutuhan.
- **Keterjangkauan (*Reach*)**. Internet menawarkan akses yang tidak terbatas untuk menjangkau semua isi yang terdapat dalam dunia tak kasat mata. Setiap orang dapat mengakses internet darimana saja dan kapan saja.
- **Kecepatan (*Speed*)**. Pesan yang telah dibuat di media sosial dapat diakses oleh semua orang yang berada dalam jaringan atau kelompok atau forum atau

komunitas yang sama segera setelah pesan tersebut dipublikasikan. Kita dapat berkomunikasi dengan khalayak tanpa melalui banyak kendala yang mempengaruhi pengiriman suatu pesan. Respon atau tanggapan yang diberikan oleh khalayak juga bersifat instan atau segera sehingga kita dapat berdialog dengan khalayak secara *real time*.

Media Elektronik

Peran media dalam pembentukan opini semakin masif dalam beberapa dekade terakhir. Semakin pentingnya peran media dalam pembentukan opini publik tidak terlepas dari pesatnya peningkatan teknologi informasi dan komunikasi. Jika pada 10 tahun sebelumnya seseorang masih sulit untuk dapat mengakses internet, namun hari ini setiap orang dapat mengakses internet secara mobile. Jika 10 tahun sebelumnya jumlah stasiun televisi sangat terbatas, namun hari ini jumlah stasiun televisi semakin banyak dan dengan tingkat coverage yang lebih luas. Bahkan, hari ini kita dapat mengakses jaringan internasional, sesuatu yang mustahil dilakukan pada beberapa tahun yang lalu. Media Elektronik jika dibandingkan dengan media-media lain sebagai penyampai informasi secara umum memiliki beberapa kelebihan diantaranya adalah: (Earlrahman, 2015)

- Kecepatan, dari segi waktu, media elektronik tergolong cepat dalam menyebarkan berita ke masyarakat luas.
- Ketersediaan perangkat audio visual, media elektronik khususnya yang berupa televisi mempunyai audio visual sehingga memudahkan para audiensnya untuk memahami berita.
- Daya jangkauan area yang luas, media elektronik menjangkau masyarakat secara luas.

Media elektronik selain dengan kelebihan tersebut juga memiliki kekurangan, diantara kekurangan yang mendasar dari media elektronik adalah Tidak tersedianya pengulangan informasi yang disampaikannya, dengan kata lain media elektronik tidak dapat mengulang informasi yang sudah ditayangkan.

Eco Literacy

Pemahaman yang dimaksudkan dengan eco literacy adalah suatu kondisi pengetahuan yang dimiliki seseorang berkaitan dengan lingkungan dan pemahaman ini bersumber dari pendidikan serta pengetahuan. David Orr dalam bukunya yang berjudul *Ecological Literacy* (1992) menjelaskan bahwa dengan kegagalan memasukkan perspektif ekologis dalam pendidikan, maka selanjutnya para siswa akan menganggap bahwa kesehatan ekologi tidak penting. David Orr dan Frijtof Capra mendefinisikan konsep 'literasi ekologis' pada 1990-an mendefinisikan penekanan baru pada kebutuhan pendidikan untuk memberi pemahaman tentang saling ketergantungan antara proses alam dan cara hidup manusia. Nilai baru memasuki pendidikan; "kesejahteraan bumi".

Orientasi Kelestarian

Orientasi keberlanjutan menurut Cheng (2018) dapat diartikan sebagai tingkat kepedulian terhadap perlindungan lingkungan dan tanggung jawab sosial individu tersebut terhadap lingkungan yang dimaksud, Orientasi Keberlanjutan terhadap lingkungan ini diantaranya adalah dengan indikator ukuran sikap dan sifat pribadi yang mendasari perlindungan lingkungan dan tanggung jawab sosial terhadap lingkungannya.

Problem Recognition

Teori Pemasaran telah menjelaskan bahwa Pengakuan Masalah terjadi ketika seorang konsumen mengakui perbedaan besar antara apa yang dianggap sebagai produk yang sesuai faktanya dan produk yang ingin dibeli, sehingga kondisi ini dapat secara langsung berdampak pada pengambilan keputusan pelanggan dalam proses pembelian, dalam teori pemasaran tersebut pengakuan masalah adalah merupakan level pertama dalam pengambilan keputusan konsumen. Pada penelitian ini selanjutnya dapatlah dikatakan bahwa pengakuan masalah merupakan kondisi dimana seorang individu mengetahui permasalahan yang akan terjadi pada lingkungan jika individu tersebut melakukan atau tidak melakukan sesuatu tindakan penyelamatan terhadap

lingkungan. Secara lebih detail pada topik ini pengakuan masalah adalah sikap seorang konsumen dalam memilih suatu produk yang akan dibelinya apakah produk tersebut ramah terhadap lingkungan atau tidak.

Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini adalah berkaitan dengan kerusakan lingkungan yang salah satunya disebabkan makin banyaknya sampah yang berasal dari kantong plastik, hal tersebut mendorong kami untuk meneliti terhadap bahaya kantong plastik yang sudah mulai menggejala di Indonesia. Penelitian ini secara umum ingin menjelaskan apakah media sosial dan media elektronik dapat meningkatkan eco literacy serta meningkatkan orientasi keberlanjutan. Penelitian ini juga ingin menjelaskan apakah pengakuan/ pengenalan masalah dalam memilih produk oleh konsumen/ masyarakat dipengaruhi dari adanya eco literacy serta orientasi keberlanjutan yang terjadi pada masyarakat/ konsumen di Indonesia. Tujuan utama penelitian kami adalah untuk mendorong pemerintah atau pemerhati lingkungan serta lembaga swadaya masyarakat yang bergerak dibidang lingkungan agar membuat program edukasi publik atau kampanye secara masif mengenai bahaya kantong plastik dengan memanfaatkan media sosial. Penelitian ini dapat dikembangkan lebih lanjut dengan menggunakan model perilaku konsumen yang dapat dijadikan dasar dalam menyusun kebijakan yang efektif dalam pengurangan kantong plastik di Indonesia.

Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini dapat dijabarkan secara detail sebagai berikut:

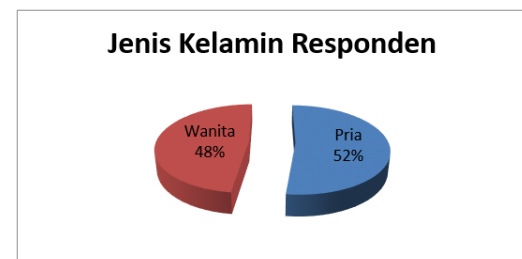
1. H1: Penyebaran berita melalui media sosial berpengaruh terhadap peningkatan Eco Literacy.
2. H2: Penyebaran berita melalui media elektronik berpengaruh terhadap peningkatan Eco Literacy.
3. H3: Penyebaran berita melalui media sosial berpengaruh terhadap peningkatan Orientasi Keberlanjutan.
4. H4: Penyebaran berita melalui media elektronik berpengaruh terhadap peningkatan Orientasi Keberlanjutan.

5. H5: Eco Literacy berpengaruh terhadap peningkatan pengakuan masalah terhadap lingkungan.
6. H6: Orientasi keberlanjutan berpengaruh terhadap peningkatan pengakuan masalah terhadap lingkungan.

Metodologi Penelitian

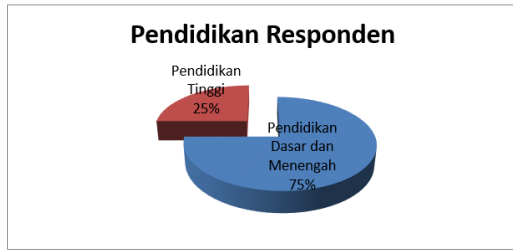
Profil Responden

Penelitian ini dengan menggunakan sampel pada populasi masyarakat yang bermukim di Indonesia, jumlah sampel yang terkumpul sebanyak 306 responden yang secara lengkap mengisi kuesioner yang disebar secara online. Responden dalam range umur 17 -70 tahun, artinya umur termuda responden adalah 17 tahun sedangkan umur responden yang paling tua adalah berumur 70 tahun. Persentase jenis kelamin 52 % pria dan 48 % wanita dimana responden jenis kelamin pria berjumlah 159 orang sedangkan responden wanita berjumlah 147 orang. Responden yang sudah menikah 47 % dan lajang 53 % atau sebanyak 144 orang responden sudah menikah dan sebanyak 162 orang responden adalah masih lajang.



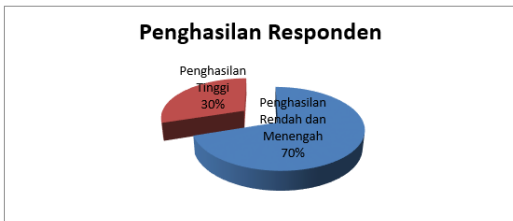
Gambar 2 Jenis Kelamin Responden (Sumber: data diolah)

Responden yang berpendidikan dasar dan menengah 75 % sedangkan yang berpendidikan tinggi 25 %, setelah dilakukan pengumpulan data responden yang berpendidikan SD, SMP sampai dengan SMA sebanyak 229 orang responden sedangkan responden yang berpendidikan tinggi (D3, S1, S2 dan S3) sebanyak 77 orang.



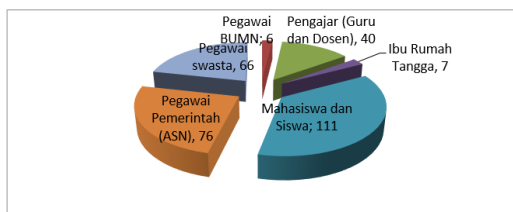
Gambar 3 Pendidikan Responden (Sumber: data diolah)

Penelitian ini juga memetakan terhadap penghasilan responden, setelah dilakukan penarikan data selanjutnya terkonfirmasi bahwa responden yang berpenghasilan rendah dan menengah sebanyak 70 % sedangkan responden yang berpenghasilan tinggi sebanyak 30 %, dengan kata lain bahwa responden yang berpenghasilan maksimal 15 juta rupiah per bulan sebanyak 214 responden sedangkan yang berpenghasilan diatas 15 juta rupiah per bulan sebanyak 92 responden.



Gambar 4 Penghasilan Responden (Sumber: data diolah)

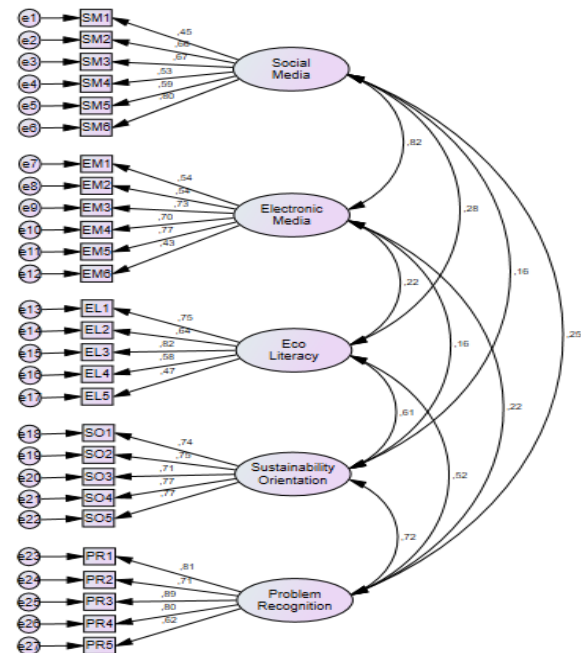
Jenis Pekerjaan responden adalah Pegawai BUMN 6 orang responden, Pengajar (Guru dan Dosen) 40 orang responden, Ibu Rumah Tangga 7 orang responden, Pelajar (Mahasiswa dan Siswa) 111 orang responden, Pegawai Pemerintah (ASN) 76 orang responden, dan sisanya adalah Pegawai swasta yang berjumlah sebanyak 66 orang responden.



Gambar 5 Pekerjaan Responden (Sumber: data diolah)

Measurement Model

Penelitian ini menggunakan 5 (lima) variabel yaitu Media Sosial yang diukur dengan 6 indikator pertanyaan, Media Elektronik yang diukur dengan 6 indikator pertanyaan, Eco Literacy/ Melek Lingkungan diukur dengan 5 indikator pertanyaan, Orientasi Keberlanjutan yang diukur dengan 5 indikator pertanyaan, dan variabel Pengakuan Masalah/ Problem Recognition yang diukur dengan 5 indikator pertanyaan.



Gambar 6 Uji CFA Variabel-Variabel Dalam Model penelitian

Output aplikasi yang dihasilkan dalam pengolahan data dalam uji validitas dan uji reliabilitas, dalam riset ini tergambar dalam tabel yang disajikan berikut ini.

Tabel 1 *Validitas dan Reliabilitas*

No.	Variable	Item	Mean	S.D.	Loading	Cronbach α	AVE	CR
1.	Social Media	SM1	2.13	0.973	0.451	0.789	0.430	0.789
		SM2	1.77	0.998	0.656			
		SM3	2.37	1.232	0.672			
		SM4	2.38	0.975	0.535			
		SM5	1.98	1.076	0.588			
		SM6	2.56	1.074	0.797			
2.	Electronic Media	EM1	3.08	0.922	0.535	0.789	0.438	0.790
		EM2	1.95	0.950	0.536			
		EM3	2.69	1.018	0.730			
		EM4	2.11	0.982	0.697			
		EM5	2.18	1.044	0.774			
		EM6	1.33	0.632	0.427			
3.	Ecoliteracy	EL1	4.22	0.747	0.754	0.768	0.494	0.829
		EL2	3.64	1.002	0.638			
		EL3	4.16	0.746	0.818			
		EL4	4.58	0.660	0.576			
		EL5	4.24	0.762	0.473			
4.	Sustainability Orientation	SO1	4.71	0.564	0.736	0.857	0.559	0.889
		SO2	4.70	0.606	0.752			
		SO3	4.34	0.747	0.715			
		SO4	4.57	0.620	0.766			
		SO5	4.74	0.508	0.768			
5.	Problem Recognition	PR1	4.64	0.562	0.809	0.868	0.597	0.913
		PR2	4.40	0.728	0.710			
		PR3	4.60	0.620	0.891			
		PR4	4.51	0.761	0.803			
		PR5	4.27	0.808	0.624			

Berdasarkan pengujian CFA pada variabel laten Media Sosial, Media Elektronik dan Eco Literacy terdapat indikator/ pertanyaan yang dinyatakan tidak valid, yaitu pertanyaan dengan kode SM1, EM6 dan EL5 dimana loading faktor pada pertanyaan-pertanyaan tersebut ternyata bernilai < 0.05 sehingga pertanyaan/ indikator dalam variabel-variabel tersebut harus dibuang atau tidak digunakan dalam proses analisis berikutnya. Variabel laten Orientasi Keberlanjutan dan variabel laten Problem Recognition berdasarkan uji CFA dinyatakan bahwa semua indikator/ pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner ternyata menunjukkan hasil yang valid hal tersebut dinilai dengan hasil pengujian bahwa masing-masing indikator loading faktor yang ditunjukkan terbukti bernilai > 0.05 . Average Variance Extracted (AVE) adalah alat untuk mengukur reliabilitas serta nilai AVE juga dapat digunakan untuk mengukur reliabilitas component score variable latent dan hasilnya lebih konservatif dibandingkan dengan composite reliability (CR). Pada hasil uji AVE dan CR ternyata output yang dihasilkan menunjukkan angka yang kurang optimal khusus untuk 3 (tiga) variabel yaitu variabel Media Sosial, Media Elektronik dan Variabel Ecoliteracy hal itu ditunjukkan dengan angka output hasil perhitungan sebesar 0.430, 0.438 dan 0.494 karena masih dibawah 0.5 sehingga terbukti hasil AVE pada ketiga variabel tersebut kami nyatakan kurang optimal, meskipun masing-masing indikator/ pertanyaan dalam ketiga variabel tersebut telah kita singkirkan dalam penghitungan. Jika semua indikator

distandarkan, maka nilai AVE akan sama dengan rata-rata nilai block communalities. Composite Reliability (CR) lebih baik dalam mengukur internal consistency dibandingkan Cronbach's Alpha dalam SEM karena CR tidak mengasumsikan kesamaan boot dari setiap indikator. Cronbach's Alpha cenderung menaksir lebih rendah construct reliability dibandingkan Composite Reliability (CR). Berdasarkan uji Average Variance Extrated (AVE) dan uji Composite Reliability (CR) dapatlah dikatakan model ini dengan hasil yang reliabel dan valid.

Uji Kecocokan/ Kesesuaian Model

Dalam pembentukan suatu model hampir dipastikan diakhiri dengan pengujian kecocokan model atau pengujian kesesuaian model dengan data penelitian yang kita miliki. Pada pengujian model yang paling sederhana, dalam regresi pengujian kecocokan model dilakukan dengan pengujian ANOVA yang menghasilkan statistik F. Dalam pengujian model regresi pun dihasilkan suatu nilai yang dinamakan indeks determinasi atau umum dikenal R-Square, yang merupakan ukuran representatif variasi atas suatu konsep variabel diukur oleh variabel lainnya atas suatu sampel atau populasi yang diteliti. Semakin besar nilai indeks determinasi yang diperoleh maka semakin baik model yang terbentuk atas variabel-variabel yang dilibatkan didalamnya. Selain itu, dikenal pula pengujian statistik t pada model, yang lebih umum dikenal sebagai pengujian parsial atau pengujian individual langsung pada variabel yang menyusun suatu model. Model dalam penelitian ini setelah dilakukan pengujian, hasil yang didapat adalah sebagai berikut:

Tabel 2 *Kecocokan/ Kesesuaian Model*

No.	Statistics of Model Fit	Independence Model	Default Model	Saturated Model
1.	CMIN/DF	11.081	2.418	-
2.	GFI	0.316	0.844	1
3.	NFI	0	0.803	1
4.	IFI	0	0.874	1
5.	CFI	0	0.873	1
6.	RMSEA	0.182	0.068	-

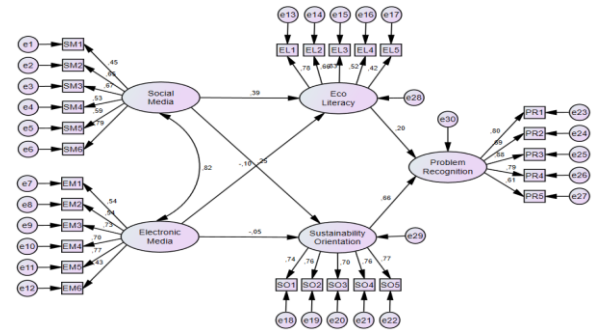
Salah satu syarat digunakannya Structural Equation Modeling (SEM) dalam model penelitian adalah model harus benar (fit),

berdasarkan data yang menjadi dasar pengolahan penelitian tersebut. Pada tabel terlihat bahwa model memiliki nilai RMSEA sebesar 0,068 yang membuktikan bahwa model dikatakan diterima (acceptable) karena bernilai diantara rentang 0,05 – 0,08. Nilai CMIN/DF sebesar 2,418 maka dikatakan bahwa model dinyatakan bagus (good fit) atas dasar residual yang telah disesuaikan. Nilai NFI sebesar 0,803 model dinyatakan mendekati bagus (good fit) karena mendekati rentang nilai $0.95 \leq NFI \leq 1.00$. Nilai CFI sebesar 0,873 model dinyatakan mendekati bagus (good fit) karena mendekati rentang nilai $0.97 \leq CFI \leq 1.00$. Nilai GFI sebesar 0,844 model dinyatakan diterima (acceptable) karena berada pada rentang nilai $0.80 \leq GFI < 0.95$. Nilai IFI sebesar 0,874 juga menunjukkan bahwa model secara umum dikatakan bagus. Berdasarkan pengujian kecocokan/kesesuaian model didapati hasil bahwa model SEM dapat diterima, karena indeks kecocokan/kesesuaian memenuhi syarat dari kriteria GOF (*Good of Fit*). Sehingga berdasarkan uji kecocokan/kesesuaian model, maka dapat disimpulkan bahwa model Structural Equation Model (SEM) diterima dan dapat dianalisis lebih lanjut.

Analisis Verifikatif dan Pengujian Hipotesis

Penelitian ini dengan menggunakan sampel pada populasi masyarakat yang bermukim di Indonesia, jumlah sampel yang terkumpul sebanyak 306 responden yang secara lengkap mengisi kuesioner yang disebar secara online. Responden dalam range umur 17 -70 tahun, persentase jenis kelamin 52 % pria dan 48 % wanita, menikah 47 % dan lajang 53 %, berpendidikan dasar dan menengah 75 % sedangkan yang berpendidikan tinggi 25 %, responden yang berpenghasilan rendah dan menengah sebanyak 70 % sedangkan responden yang berpenghasilan tinggi sebanyak 30 %. Jenis Pekerjaan responden adalah Pegawai BUMN 6 orang responden, Pengajar (Guru dan Dosen) 40 orang responden, Ibu Rumah Tangga 7 orang responden, Pelajar (Mahasiswa dan Siswa) 111 orang responden, Pegawai Pemerintah 76 orang

responden, dan sisanya adalah pegawai swasta.



Gambar 7 Output Hasil Pengolahan Data

Berdasarkan analisis verifikatif dari hasil output pengolahan data yang telah dilakukan dengan aplikasi AMOS, selanjutnya dalam penelitian ini melakukan analisis uji hipotesis. Pengujian hipotesis menunjukkan bahwa dari 6 (enam) hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini ternyata hanya 3 (tiga) hipotesis yang dinyatakan diterima dan 3 (tiga) lainnya dinyatakan ditolak. Pengujian hipotesis secara keseluruhan disajikan dalam tabel berikut ini.

Tabel 3 Uji Hipotesis

Hipotesa	Independent	dependent	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
H1	Social_Media	Eco_Literacy	.288	.127	2.262	.024	Supported
H2	Electronic_Media	Eco_Literacy	-.063	.104	-.606	.544	Rejected
H3	Social_Media	Sustainability_Orientation	.239	.151	1.586	.113	Rejected
H4	Electronic_Media	Sustainability_Orientation	-.041	.131	-.311	.755	Rejected
H5	Eco_Literacy	Problem_Recognition	.296	.090	3.287	.001	Supported
H6	Sustainability_Orientation	Problem_Recognition	.765	.093	8.187	***	Supported

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa Penyebaran berita mengenai bahaya kantong plastik di media sosial seperti facebook, twitter, instagram, whatsapp, serta line ternyata berpengaruh signifikan terhadap peningkatan eco-literacy. Penelitian ini sejalan dengan temuan yang sudah diteliti oleh Hamid et al (2017), dalam temuannya bahwa media sosial ternyata sangat berpengaruh terhadap kepedulian lingkungan pada para mahasiswa di Perguruan Tinggi. Penyebaran berita melalui media elektronik seperti Radio, TV, government website, atau media elektronik lainnya tidak terbukti berpengaruh terhadap peningkatan eco literacy pada sampel masyarakat yang mengisi kuesioner. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Sudhir and Unnithan (2018), Hamid et al (2017), Zhou et al (2014), Yen (2016),

Jiao et al (2018), serta hasil penelitian yang diungkapkan oleh Ma et al (2014). Para peneliti tersebut secara umum menyebutkan bahwa media sosial ternyata lebih berpengaruh terhadap sikap maupun orientasi individu terhadap suatu masalah tertentu. Orientasi keberlanjutan ternyata tidak dipengaruhi oleh penyebaran berita di Social media seperti facebook, twitter, instagram, whatsapp, serta line. Penelitian ini membuktikan bahwa hasil yang ditemukan ternyata tidak sejalan dengan Sudhir and Unnithan (2018), Hamid et al (2017), Zhou et al (2014), Yen (2016), Jiao et al (2018), serta hasil penelitian yang diungkapkan oleh Ma et al (2014). Penelitian mereka secara umum menyebutkan bahwa kekuatan media sosial ternyata dapat mempengaruhi sikap serta persepsi pada individu terhadap berbagai pandangan tertentu. Sustainability Orientation tidak dipengaruhi oleh news sharing di Electronic Media yaitu penyebaran melalui Radio, TV, government website, atau media elektronik lainnya. Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tang and Lam (2017), menurut Tang dan Lam (2017) ternyata bahwa orientasi keberlanjutan yang direpresentasikan dalam pemilihan tempat menginap atau hotel yaitu ditandai dengan bagaimana hotel tersebut menggunakan konsep hotel yang ramah lingkungan atau diistilahkan sebagai hotel hijau. Problem recognition dipengaruhi sangat signifikan oleh eco-literacy. Hal ini memperkuat pendapat yang telah disampaikan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hamid et al (2017), Zhou et al (2014), Polonsky et al (2014), Yen (2016), Jiao et al (2018), serta penelitian yang dihasilkan oleh Ma et al (2014). Hasil yang telah ditunjukkan oleh para peneliti sebelumnya membuktikan bahwa tingkat pemahaman terhadap lingkungan ternyata sangat berpengaruh terhadap penilaian atau sikap pada individu dalam memahami permasalahan terhadap lingkungan sehingga pada akhirnya para individu yang menjadi obyek penelitian akan memutuskan untuk memilih produk yang sesuai dengan konsep ramah lingkungan. Problem recognition dipengaruhi sangat signifikan oleh

sustainability orientation. Hasil yang didapat ternyata sejalan dengan pendapat yang telah diungkapkan oleh Polonsky et al (2014), Yen (2016), Jiao et al (2018), serta penelitian yang dihasilkan oleh Ma et al (2014). Mereka telah menyimpulkan bahwa permasalahan lingkungan ternyata harus dimulai dengan penetapan sikap oleh para individu bahwa jika para individu yang akan memilih barang atau produk harus yang ramah lingkungan. Penetapan sikap oleh individu dalam memilih barang atau produk ini ternyata sangat dipengaruhi orientasi keberlanjutan terhadap lingkungan hidup.

PENUTUP

Setelah melakukan analisis ferivikatif dan melakukan pengujian hipotesis selanjutnya temuan dalam penelitian ini disimpulkan sebagai berikut:

1. Penyebaran berita mengenai bahaya kantong plastik di media sosial seperti facebook, twitter, instagram, whatsapp, serta line ternyata berpengaruh signifikan terhadap peningkatan eco-literacy. Hal ini dapat disimpulkan bahwa media sosial ternyata bisa mempengaruhi masyarakat secara luas agar paham serta mengerti terhadap kondisi lingkungan yang melingkupi kehidupannya.
2. Penyebaran berita melalui media elektronik seperti Radio, TV, government website, atau media elektronik lainnya tidak terbukti berpengaruh terhadap peningkatan eco literacy pada sampel masyarakat yang mengisi kuesioner. Hal tersebut menunjukkan bahwa penyebaran berita melalui media elektronik seperti Radio, TV, government website, atau media elektronik lainnya ternyata tidak cukup kuat untuk mempengaruhi masyarakat dalam peningkatan pengetahuan terhadap permasalahan lingkungan yang ada pada sekelilingnya.
3. Orientasi Kelestarian ternyata tidak dipengaruhi oleh penyebaran berita di Social media seperti facebook, twitter, instagram, whatsapp, serta line. Hal ini dapat diartikan bahwa sikap masyarakat dalam masalah keberlanjutan pada bidang lingkungan ternyata ternyata belum dipacu dari adanya penyebaran

- berita yang tersebar melalui media sosial seperti facebook, twitter, instagram, whatsapp, serta line.
4. Orientasi Kelestarian tidak dipengaruhi oleh news sharing di Electronic Media yaitu penyebaran melalui Radio, TV, government website, atau media elektronik lainnya. Hal ini menjelaskan bahwa sikap masyarakat dalam masalah Kelestarian pada bidang lingkungan ternyata ternyata belum dipacu dari adanya penyebaran berita yang tersebar melalui berbagai media elektronik seperti Radio, TV, government website, atau media elektronik lainnya.
 5. Pemahaman bahaya limbah plastik dipengaruhi sangat signifikan oleh pengetahuan lingkungan. Secara luas kesimpulan ini menjabarkan bahwa pengetahuan terhadap lingkungan pada masyarakat ternyata mempengaruhi secara signifikan terhadap pola pikir masyarakat dalam memilih suatu produk yang ramah lingkungan artinya dengan kondisi melek lingkungan yang ada pada masyarakat ternyata dapat memicu terhadap pola konsumsi masyarakat khususnya dalam pemilihan produk yang ramah terhadap lingkungan.
 6. Pemahaman bahaya limbah plastik dipengaruhi sangat signifikan oleh Orientasi Kelestarian. Hasil ini dapat diartikan bahwa Orientasi Kelestarian pada masyarakat ternyata mempengaruhi secara signifikan terhadap pola pikir masyarakat dalam memilih suatu produk yang ramah lingkungan artinya dengan kondisi pola pikir kelestarian lingkungan yang ada pada masyarakat ternyata dapat memicu terhadap pola konsumsi masyarakat khususnya dalam pemilihan produk yang ramah terhadap lingkungan.

Implikasi

Temuan yang disajikan dalam penelitian ini diharapkan dapat berimplikasi serta memberikan kontribusi bagi pemerintah Republik Indonesia atau pemerhati lingkungan serta lembaga swadaya masyarakat khususnya yang bergerak di bidang lingkungan supaya membuat program edukasi kepada masyarakat atau kampanye secara masif mengenai bahaya

kantong plastik dengan memanfaatkan media sosial seperti facebook, twitter, instagram, whatsapp, serta line.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Candy Mei Fung Tang and Desmond Lam, 2017, The role of extraversion and agreeableness traits on Gen Y's attitudes and willingness to pay for green hotels, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 29 Issue: 1, pp.607-623
- [2] Chang Soo Sung and Joo Y. Park, 2018, Sustainability Orientation and Entrepreneurship Orientation: Is There a Tradeoff Relationship between Them?, www.mdpi.com/journal/sustainability, *Sustainability* **2018**, 10, 379; doi:10.3390/su10020379
- [3] Colin C.J. Cheng, 2018, Sustainability Orientation, Green Supplier Involvement, and Green Innovation Performance: Evidence from Diversifying Green Entrants, *Journal of Business Ethics*, <https://doi.org/10.1007/s10551-018-3946-7>, pp. 1-22
- [4] David Orr, 1996, Ecological Literacy, State University of New York (SUNY) Press ISBN13: 978-0-7914-0873-5, New York, USA.
- [5] Elihu Katz, Jay G. Blumler, Michael Gurevitch, 1973, Uses And Gratifications Research, *Public Opinion Quarterly*, Volume 37, Issue 4, WINTER 1973, Pages 509-523, <https://doi.org/10.1086/268109>
- [6] Herta Herzog, 1944, "What We Know about Daytime Serial Listeners", *Radio Research*, 1942-3, Lazarsfeld and Stanton (eds.)
- [7] Jenna R. Jambeck, Roland Geyer, Chris Wilcox, Theodore R. Sieglar, Miriam Perryman, Anthony Andrady, Ramani Narayan, Kara Lavender Law, 2015, Plastic waste inputs from land into the ocean, *Science* 13 Feb 2015: Vol. 347, Issue 6223, pp. 768-771, DOI: 10.1126/science.1260352.
- [8] Junjie Zhou, Meiyun Zuo, Yan Yu, and Wen Chai, 2014, How

- fundamental and supplemental interactions affect users' knowledge sharing in virtual communities? A social cognitive perspective, *Internet Research, Vol. 24 Issue: 5*, pp.566-586.
- [9] Long Ma, Chei Sian Lee, Dion Hoe-Lian Goh, 2014, Understanding news sharing in social media: An explanation from the diffusion of innovations theory, *Online Information Review, Vol. 38 Issue: 5*, pp.598-615.
- [10] Michael Polonsky, William Kilbourne, Andrea Vocino, 2014, Relationship between the dominant social paradigm, materialism and environmental behaviours in four Asian economies, *European Journal of Marketing, Vol. 48 Issue: 3/4*, pp.522-551
- [11] Richard L. West and Lynn H. Turner, 2007, *Introducing Communication Theory: Analysis and Application*, Mc Graw-Hill.
- [12] Siqing Shan, Mengni Liu, and Xiaobo Xu, 2017, Analysis of the key influencing factors of haze information dissemination behavior and motivation in WeChat, *Information Discovery and Delivery, Vol. 45 Issue: 1*, pp.21-29,
- [13] Subin Sudhir, Anandakuttan B. Unnithan, 2018, Marketplace rumor sharing among young consumers: the role of anxiety and arousal, *Young Consumers*, <https://doi.org/10.1108/YC-05-2018-00809>.
- [14] Suraya Hamid, Mohamad Taha Ijab, Hidayah Sulaiman, Rina Md. Anwar, Azah Anir Norman, 2017, Social media for environmental sustainability awareness in higher education, *International Journal of Sustainability in Higher Education, Vol. 18 Issue: 4*, pp.474-491.
- [15] Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- [16] Varinder Taprial and Priya Kanwar, 2012, *Understanding Social Media*, Publisher Bookboon, ISBN-13: 9788776819927, London, United Kingdom.
- [17] Yung-Shen Yen, 2016, Factors enhancing the posting of negative behavior in social media and its impact on venting negative emotions, *Management Decision, Vol. 54 Issue: 10*, pp.2462-2484.
- [18] Yongbing Jiao, Myriam Ertz, Myung-Soo Jo, and Emine Sarigollu, 2018, Social value, content value, and brand equity in social media brand communities: A comparison of Chinese and US consumers, *International Marketing Review, Vol. 35 Issue: 1*, pp.18-41.
- [19] Yale University, Columbia University collaboration with the World Economic Forum, 2018 *Environmental Performance Index, Global metrics for the environment: Ranking country performance on high-priority environmental issues.*

Link Berita:

- [1] Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan Republik Indonesia, *Data Lingkungan dan Laju Pertumbuhan Sampah di Indonesia 2018*. [Diakses pada 15 Januari 2020]
- [2] <https://bulelengkab.go.id/detail/artikel/dampak-plastik-terhadap-lingkungan-88> [Diakses pada 15 Januari 2020]
- [3] <https://lingkunganhidup.co/sampah-plastik-indonesia-dunia/> [Diakses pada 15 Januari 2020]
- [4] <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20190721140139-33-86420/sebegini-parah-ternyata-masalah-sampah-plastik-di-indonesia> [Diakses pada 15 Januari 2020]
- [5] https://news.detik.com/dw/d-4787001/partikel-sisa-sampah-plastik-mulai-ditemukan-dalam-telur-ayam-di-indonesia?_ga=2.226510622.244269544.1581056369-242575600.1524540971 [Diakses pada 16 Januari 2020]