

## PERAN MEDIA DIGITAL DALAM PROGRAM PEMBANGUNAN BERKELANJUTAN

Tiara Nurhafidah<sup>1</sup>, Adi Abdillah<sup>2</sup>, Willy Kristantio Desmonda<sup>3</sup>, Eko Purwanto<sup>4</sup>, Umar Farisal<sup>5</sup>

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Tangerang

### ARTICLE INFO

#### Article history:

Received Desember 2024

Revised Desember 2024

Accepted Desember 2024

Available online Desember 2024

[tiaranf305@gmail.com](mailto:tiaranf305@gmail.com)



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.  
Copyright © 2023 by Author. Published by Triwikrama

**Abstract.** *This research aims to analyze the role of digital media in supporting sustainable development, influencing consumer behavior, and innovation in sustainability education. Using a qualitative approach through the literature study method, this research collected data from various sources, such as academic articles, scientific journals, and related reports. The results show that digital media, especially social media platforms and digital marketing, play an important role in raising awareness of the Sustainable Development Goals (SDGs) and mobilizing people to behave more environmentally friendly. Social media also has a major influence on the consumer behavior of the millennial generation, especially in online shopping habits that are more efficient and convenient.*

*In addition, digital media innovations such as digital storytelling, interactive technologies, and virtual reality have positively impacted sustainability education, despite challenges related to data privacy and the digital divide. This research provides important insights into the potential of digital media in accelerating the achievement of sustainability goals, but also underscores the need for efforts to overcome existing barriers.*

**Keywords:** *Role of Digital Media, Sustainable Development, Social Media, Sustainability Education, Digital Media Innovation*

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran media digital dalam mendukung pembangunan berkelanjutan, mempengaruhi perilaku konsumen, dan inovasi dalam pendidikan keberlanjutan. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif melalui metode studi literatur, penelitian ini mengumpulkan data dari berbagai sumber, seperti artikel akademik, jurnal ilmiah, dan laporan terkait. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media digital, terutama platform media sosial dan pemasaran digital, berperan penting dalam meningkatkan kesadaran akan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs) dan memobilisasi masyarakat untuk berperilaku lebih ramah lingkungan. Media sosial juga memiliki pengaruh besar terhadap perilaku konsumen generasi milenial, terutama dalam kebiasaan belanja online yang lebih efisien dan nyaman. Selain itu, inovasi media digital seperti penceritaan digital, teknologi interaktif, dan penggunaan realitas virtual telah memberikan dampak positif dalam pendidikan keberlanjutan, meskipun masih terdapat tantangan terkait privasi data dan kesenjangan digital. Penelitian ini memberikan wawasan penting mengenai potensi media digital dalam mempercepat pencapaian tujuan keberlanjutan, namun juga menggarisbawahi perlunya upaya untuk mengatasi hambatan yang ada.

**Kata Kunci:** Peran Media Digital, Pembangunan Berkelanjutan, Media Sosial, Pendidikan Keberlanjutan, Inovasi Media Digital



## PENDAHULUAN

Pembangunan berkelanjutan merupakan konsep multifaset yang menekankan perlunya menyeimbangkan prioritas ekonomi, sosial, dan lingkungan untuk memastikan kesejahteraan generasi mendatang. Pendekatan ini berakar pada prinsip-prinsip yang ditetapkan oleh Komisi Brundtland, yang mengadvokasi untuk memenuhi kebutuhan saat ini tanpa mengorbankan kemampuan generasi masa depan untuk memenuhi kebutuhan mereka sendiri. Integrasi dimensi ini sangat penting untuk menciptakan masyarakat dan ekosistem yang tangguh. Pembangunan berkelanjutan mempromosikan "ekonomi hijau," yang berfokus pada pertumbuhan ekonomi yang mengurangi risiko lingkungan dan meningkatkan kesetaraan sosial (Sureyya, 2024). Ini mendorong transisi ke sumber energi rendah karbon dan praktik pertanian berkelanjutan, yang dapat merangsang pertumbuhan ekonomi sambil melindungi sumber daya alam (Bhaskar, 2024). Konsep ini memprioritaskan keadilan sosial dan penghapusan kemiskinan, mengakui bahwa pembangunan berkelanjutan harus meningkatkan kualitas hidup bagi semua, terutama komunitas yang terpinggirkan (Vitaliy, 2024). Kebijakan yang bertujuan untuk meningkatkan pendidikan, kesehatan, dan kesetaraan gender sangat penting untuk mendorong pertumbuhan inklusif dan kohesi sosial (Bhaskar, 2024).

Efektivitas media digital dalam menyebarkan informasi dipengaruhi oleh beberapa faktor kunci, termasuk konten pesan, efektivitasnya, kemajuan teknologi, keterlibatan audiens, dan pertimbangan sosiolinguistik. Memahami elemen-elemen ini sangat penting untuk mengoptimalkan strategi komunikasi di era digital. Kualitas dan relevansi pesan secara signifikan berdampak pada penyebarannya. Penelitian menunjukkan bahwa konten yang menarik lebih berpengaruh daripada popularitas pengirim (Zheng et al., 2018). Pesan yang memenuhi kebutuhan dan preferensi audiens lebih cenderung dibagikan, meningkatkan jangkauan dan munculnya teknologi media baru telah mengubah penyebaran informasi, memungkinkan untuk kedekatan dan interaktivitas (Yichen, 2024).

Literasi digital sangat penting bagi pengguna untuk menavigasi dan memanfaatkan teknologi ini secara efektif, sehingga meningkatkan proses diseminasi (J, W, 2022). Melibatkan audiens melalui platform interaktif menumbuhkan model komunikasi dua arah, yang sangat penting untuk pertukaran informasi yang efektif. Memahami karakteristik dan preferensi audiens target dapat mengoptimalkan pengiriman pesan dan meningkatkan keterlibatan (Steven, E., 2020).

Adaptasi budaya dan linguistik sangat penting untuk komunikasi yang efektif, terutama di lingkungan yang beragam. Menyesuaikan pesan agar sesuai dengan konteks budaya dapat meningkatkan pemahaman dan keterlibatan (Chen, 2023). Sementara faktor-faktor ini meningkatkan efektivitas media digital, tantangan seperti kesenjangan digital dan informasi yang salah dapat menghambat keberhasilan penyebaran informasi. Mengatasi masalah ini sangat penting untuk memaksimalkan potensi komunikasi digital.

Media digital memainkan peran penting dalam mempromosikan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs) dengan meningkatkan kesadaran, mendorong keterlibatan masyarakat, dan memfasilitasi berbagi pengetahuan. Berbagai platform digital, termasuk media sosial dan video partisipatif, telah diidentifikasi sebagai alat yang efektif untuk memobilisasi pemangku



kepentingan dan menyebarkan informasi terkait keberlanjutan. Bagian berikut menguraikan strategi utama untuk memanfaatkan media digital dalam mendukung SDGs.

Platform media sosial berfungsi sebagai saluran yang kuat untuk meningkatkan kesadaran tentang SDGs, memungkinkan pengguna untuk berbagi informasi dan memobilisasi komunitas. Strategi yang efektif mencakup kampanye bertarget yang beresonansi dengan demografi tertentu, meningkatkan keterlibatan pengguna dan partisipasi dalam inisiatif keberlanjutan (Arafat, 2024). Video partisipatif (PV) dan penceritaan digital (DST) memberdayakan pendidik dan komunitas untuk membuat konten yang mengintegrasikan SDGs ke dalam kurikulum, sehingga mempromosikan praktik berkelanjutan. Metodologi ini mendorong kolaborasi dan kreativitas, memungkinkan penyebaran pesan keberlanjutan yang lebih luas melalui saluran media sosial (Irfan, 2024).

Pendekatan pemasaran digital yang inovatif dapat secara signifikan meningkatkan pengetahuan dan keterlibatan mengenai SDGs dalam lembaga akademik. Sementara media digital menawarkan peluang besar untuk mempromosikan SDGs, tantangan seperti kesenjangan digital dan akses yang tidak setara terhadap teknologi tetap menjadi hambatan signifikan yang harus diatasi untuk memastikan partisipasi inklusif dalam inisiatif keberlanjutan (Chen, 2023). Kampanye khusus yang memanfaatkan beragam platform digital dapat secara efektif merangsang partisipasi dalam upaya keberlanjutan di antara siswa dan fakultas (Arafat, 2024).

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur untuk menggali peran media digital dalam mendukung pembangunan berkelanjutan, mempengaruhi perilaku konsumen, dan inovasi dalam pendidikan keberlanjutan. Data dikumpulkan dari berbagai sumber literatur, seperti artikel akademik, jurnal ilmiah, laporan penelitian, dan publikasi terkait lainnya, yang membahas media digital dalam konteks Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs). Analisis dilakukan dengan metode analisis tematik untuk mengidentifikasi dan mengelompokkan tema-tema utama yang muncul dari literatur, seperti peran media digital dalam meningkatkan kesadaran keberlanjutan, pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumen milenial, serta inovasi teknologi dalam pendidikan keberlanjutan. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih dalam mengenai potensi media digital dalam mempromosikan keberlanjutan, meskipun dihadapkan pada tantangan seperti kesenjangan digital dan rendahnya literasi digital di beberapa kalangan masyarakat. Studi ini diharapkan memberikan wawasan komprehensif mengenai kontribusi media digital dalam pembangunan berkelanjutan serta mengidentifikasi peluang pengembangan strategi komunikasi digital yang lebih efektif. (Firmansyah & Dede, 2022)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Peran Media Digital dalam Mendukung Pembangunan Berkelanjutan dan Mempromosikan Praktik Ramah Lingkungan

Media digital memainkan peran penting dalam mendukung program pembangunan berkelanjutan dengan meningkatkan komunikasi, mendorong keterlibatan masyarakat, dan mempromosikan praktik berkelanjutan. Media ini berfungsi sebagai platform untuk

menyebarkan informasi, meningkatkan kesadaran, dan mendorong perubahan perilaku menuju keberlanjutan. Dalam konteks ini, platform media sosial memegang peranan penting dengan meningkatkan kesadaran dan memobilisasi masyarakat terkait tujuan pembangunan berkelanjutan (SDGs), memfasilitasi kolaborasi antar pemangku kepentingan, dan memengaruhi opini publik tentang isu keberlanjutan (Singh & Singh, 2024).

## 2. Pengaruh Media Digital terhadap Perilaku Konsumen Generasi Milenial dalam E-commerce

Media digital, terutama media sosial, memiliki pengaruh besar terhadap perilaku konsumen, terutama generasi milenial. Media ini menyediakan platform untuk berbagi ulasan dan pengalaman produk, yang secara langsung mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Generasi milenial cenderung lebih memilih berbelanja online daripada mengunjungi toko fisik, mengingat kemudahan akses, kenyamanan, dan berbagai pilihan produk yang ditawarkan oleh platform e-commerce. Berbagai opsi pembayaran yang aman, serta kebijakan pengembalian barang yang fleksibel, semakin memperkuat preferensi mereka terhadap belanja online. Hal ini menunjukkan bahwa kenyamanan dan efisiensi yang ditawarkan oleh platform digital semakin menjadi faktor utama dalam mempengaruhi perilaku pembelian generasi milenial (Deswita et al., 2024)

Pengaruh teknologi digital terhadap perilaku konsumen generasi milenial yang pertama adalah terkait dengan perubahan kebiasaan berbelanja. Secara konsisten, generasi milenial cenderung lebih suka melakukan pembelian secara online melalui platform e-commerce dibandingkan dengan melakukan kunjungan langsung ke toko fisik. Kemudahan akses dan kenyamanan yang ditawarkan oleh belanja online, seperti pilihan produk yang beragam, proses transaksi yang cepat dan kemampuan untuk membandingkan harga dengan mudah, menjadi faktor utama yang mempengaruhi preferensi ini. Selain itu, dengan adanya berbagai pilihan pembayaran yang aman dan praktis, serta penerapan kebijakan pengembalian barang yang ramah bagi pengguna, generasi milenial semakin merasa bahwa kebutuhan belanja mereka terpenuhi melalui pengalaman berbelanja online. Kemudahan aksesibilitas yang ditawarkan oleh belanja online juga telah mengubah cara generasi milenial berinteraksi dengan merek dan produk. Mereka dapat dengan mudah menjelajahi produk, membaca ulasan dari pengguna lain, dan mendapatkan rekomendasi yang disesuaikan berdasarkan preferensi mereka. Dengan demikian, preferensi pembelian generasi milenial adalah semakin dipengaruhi oleh kenyamanan dan kemudahan yang ditawarkan oleh platform e-commerce, sehingga memungkinkan mereka untuk berbelanja dengan lebih efisien tanpa harus mengalami kendala geografis atau waktu (Jusuf, 2023).

## 3. Inovasi Media Digital dalam Pendidikan Keberlanjutan dan Tantangan yang Dihadapi

Inovasi media digital, seperti penceritaan digital dan penggunaan teknologi interaktif, berperan penting dalam meningkatkan pendidikan keberlanjutan. Pendekatan ini tidak hanya memperkaya kurikulum tradisional, tetapi juga mempromosikan pemahaman yang lebih mendalam tentang isu-isu lingkungan dan membangun rasa tanggung jawab global pada siswa. Proyek berbasis skenario seperti BIG GAME mengintegrasikan kesadaran

lingkungan ke dalam pendidikan melalui pendekatan kolaboratif. Selain itu, teknologi seperti realitas virtual dan augmented reality memberikan pengalaman belajar yang lebih imersif terkait masalah ekologi. Meskipun inovasi ini membawa manfaat besar dalam pendidikan keberlanjutan, tantangan terkait privasi data dan keamanan siber perlu diatasi untuk memastikan lingkungan belajar yang aman dan efektif (Hajj-Hassan et al., 2024)(Ismail & Aldous, 2024).

## KESIMPULAN

1. Peran Media Digital dalam Mendukung Pembangunan Berkelanjutan. Media digital memainkan peran yang sangat penting dalam mendukung program pembangunan berkelanjutan. Melalui platform media sosial dan kanal digital lainnya, media ini dapat mempercepat komunikasi, meningkatkan kesadaran publik, dan memobilisasi masyarakat untuk mendukung Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs). Selain itu, media digital memungkinkan pemasaran yang dapat memengaruhi perilaku konsumen untuk mengadopsi pola konsumsi yang lebih ramah lingkungan. Namun, tantangan seperti kesenjangan digital dan rendahnya literasi digital di beberapa kalangan masyarakat dapat menghambat efektivitas media digital dalam mencapai keberlanjutan.
2. Pengaruh Media Digital terhadap Perilaku Konsumen Generasi Milenial. Media digital, khususnya media sosial dan e-commerce, sangat mempengaruhi perilaku konsumen, terutama generasi milenial. Melalui platform online, mereka lebih memilih untuk berbelanja karena kemudahan, kenyamanan, dan berbagai pilihan yang ditawarkan. Media sosial juga berperan dalam membentuk keputusan pembelian mereka dengan berbagi pengalaman dan ulasan produk dari konsumen lain. Hal ini menunjukkan bahwa generasi milenial semakin dipengaruhi oleh media digital dalam preferensi mereka terhadap produk yang lebih ramah lingkungan dan berkelanjutan.
3. Inovasi Media Digital dalam Pendidikan Keberlanjutan dan Tantangan yang Dihadapi. Inovasi media digital, seperti penceritaan digital dan teknologi interaktif, berperan penting dalam meningkatkan pendidikan keberlanjutan. Teknologi seperti realitas virtual dan augmented reality memberikan pengalaman langsung mengenai isu-isu ekologi dan masalah lingkungan yang lebih mendalam. Meskipun demikian, tantangan terkait privasi data dan keamanan siber perlu diatasi untuk memastikan bahwa pengalaman belajar tetap aman dan efektif. Dengan mengatasi tantangan ini, media digital dapat semakin memperkaya pembelajaran tentang keberlanjutan dan kewarganegaraan global.

## DAFTAR PUSTAKA

- , Arafat, D. (2024). *Innovative digital marketing for promoting SDG 2030 knowledge in Jordanian universities in the Middle East. Discover sustainability.*
- , Irfan, D., P. (2024). *Sustainable development goals through participatory video and digital storytelling.*
- Bhaskar, M. (2024). *Meaning and concept of sustainable development for the protection of environment and the role of India. World Journal Of Advanced Research and Reviews.*



- Chen, J. (2023). Social Media Addiction and Consequences in Adolescents First. *Lecture Notes in Education Psychology and Public Media*, 7(1), 291–296. <https://doi.org/10.54254/2753-7048/7/20220823>
- Deswita, D., Farisal, U., Purwanto, E., Naila, S. S., Putri, K. A. W., Putri, K. W., Kamila, L. S., Mumtaz, N. F., & Pratiwi, E. E. (2024). Digital Media Consumption Trends and Changing Consumer Mindsets: A Case Study of Online Shopping Behavior. *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi Digital*, 1(4), 8. <https://doi.org/10.47134/jbk.v1i4.2839>
- Firmansyah, D., & Dede. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, 1(2), 85–114.
- Hajj-Hassan, M., Chaker, R., & Cederqvist, A.-M. (2024). Environmental Education: A Systematic Review on the Use of Digital Tools for Fostering Sustainability Awareness. *Sustainability*, 16(9), 3733. <https://doi.org/10.3390/su16093733>
- Ismail, G. A., & Aldous, S. M. (2024). *Digital Innovation in Green Learning* (pp. 307–336). <https://doi.org/10.4018/979-8-3693-2987-0.ch016>
- J, W, K. (2022). *Digital Literacy, Creativity, Knowledge Sharing and Dissemination in the 21st Century*.
- Jusuf, D. I. (2023). Digital Technology and Changes in Consumer Behavior: Case Study of the Millennial Generation. *Jurnal Ekonomi*, 12(04), 1338–1343. <https://ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/Ekonomi/article/view/3162%0Ahttps://ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/Ekonomi/article/download/3162/2504>
- Singh, P., & Singh, S. (2024). UNDERSTANDING SOCIAL MEDIA APPLICATION FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS. *International Journal of Research - GRANTHAALAYAH*, 12(7). <https://doi.org/10.29121/granthaalayah.v12.i7.2024.5691>
- Steven, E., L. (2020). *Strategies for Effective Information Dissemination in a 'High-tech' Age. Environmental Conservation*.
- Sureyya, Y. (2024). *A Sustainable World. Advances in environmental engineering and green technologies book series*.
- Vitaliy, K. (2024). *State policy of sustainable development on the basis of the "green economy"*.
- Yichen, C. (2024). *Research on the Characteristics and Influencing Factors of Economic Information Dissemination in the New Media Era. Frontiers in business, economics and management*,
- Zheng, Z., Yang, H., Fu, Y., Fu, D., Podobnik, B., & Stanley, H. E. (2018). Factors influencing message dissemination through social media. *Physical Review E*, 97(6). <https://doi.org/10.1103/PhysRevE.97.062306>
- , Arafat, D. (2024). *Innovative digital marketing for promoting SDG 2030 knowledge in Jordanian universities in the Middle East. Discover sustainability*.
- , Irfan, D., P. (2024). *Sustainable development goals through participatory video and digital storytelling*.
- Bhaskar, M. (2024). *Meaning and concept of sustainable development for the protection of environment and the role of India. World Journal Of Advanced Research and Reviews*.
- Chen, J. (2023). Social Media Addiction and Consequences in Adolescents First. *Lecture Notes in Education Psychology and Public Media*, 7(1), 291–296. <https://doi.org/10.54254/2753-7048/7/20220823>



- Deswita, D., Farisal, U., Purwanto, E., Naila, S. S., Putri, K. A. W., Putri, K. W., Kamila, L. S., Mumtaz, N. F., & Pratiwi, E. E. (2024). Digital Media Consumption Trends and Changing Consumer Mindsets: A Case Study of Online Shopping Behavior. *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi Digital*, 1(4), 8. <https://doi.org/10.47134/jbkd.v1i4.2839>
- Firmansyah, D., & Dede. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, 1(2), 85–114.
- Hajj-Hassan, M., Chaker, R., & Cederqvist, A.-M. (2024). Environmental Education: A Systematic Review on the Use of Digital Tools for Fostering Sustainability Awareness. *Sustainability*, 16(9), 3733. <https://doi.org/10.3390/su16093733>
- Ismail, G. A., & Aldous, S. M. (2024). *Digital Innovation in Green Learning* (pp. 307–336). <https://doi.org/10.4018/979-8-3693-2987-0.ch016>
- J, W, K. (2022). *Digital Literacy, Creativity, Knowledge Sharing and Dissemination in the 21st Century*.
- Jusuf, D. I. (2023). Digital Technology and Changes in Consumer Behavior: Case Study of the Millennial Generation. *Jurnal Ekonomi*, 12(04), 1338–1343. <https://ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/Ekonomi/article/view/3162%0Ahttps://ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/Ekonomi/article/download/3162/2504>
- Singh, P., & Singh, S. (2024). UNDERSTANDING SOCIAL MEDIA APPLICATION FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS. *International Journal of Research - GRANTHAALAYAH*, 12(7). <https://doi.org/10.29121/granthaalayah.v12.i7.2024.5691>
- Steven, E., L. (2020). *Strategies for Effective Information Dissemination in a 'High-tech' Age. Environmental Conservation*.
- Sureyya, Y. (2024). *A Sustainable World. Advances in environmental engineering and green technologies book series*.
- Vitaliy, K. (2024). *State policy of sustainable development on the basis of the "green economy"*.
- Yichen, C. (2024). *Research on the Characteristics and Influencing Factors of Economic Information Dissemination in the New Media Era. Frontiers in business, economics and management*,.
- Zheng, Z., Yang, H., Fu, Y., Fu, D., Podobnik, B., & Stanley, H. E. (2018). Factors influencing message dissemination through social media. *Physical Review E*, 97(6). <https://doi.org/10.1103/PhysRevE.97.062306>