

Strategi Media Sosial untuk Memperkuat Pemahaman dan Partisipasi Publik terhadap Tujuan Pembangunan Berkelanjutan 2030

Muhammad Nur Fahri *¹
Rival Alfiana Aditia ²
Ichsan Fauzi Rachman ³

^{1,2,3} Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Siliwangi, Indonesia

*e-mail: muhammadfahry223@gmail.com¹, alfianarival01@gmail.com², ichsanfauzirachman@gmail.com³

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi strategi penggunaan media sosial dalam memperkuat pemahaman dan partisipasi publik terhadap TPB 2030. Melalui tinjauan literatur dan studi kasus, makalah ini mengidentifikasi teknik-teknik efektif untuk kampanye media sosial terkait TPB. Temuan penelitian menunjukkan bahwa platform seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan TikTok memainkan peran penting dalam edukasi dan mobilisasi publik. Beberapa strategi kunci yang diidentifikasi termasuk penggunaan konten visual yang menarik. Penelitian ini mengamati fenomena penggunaan media sosial yang meluas, terutama pembuatan video pendek oleh konten kreator untuk menyampaikan aspirasi terkait masalah lokal yang perlu mendapat perhatian dari pihak-pihak yang bertanggung jawab. Saat ini, TikTok merupakan platform yang sangat populer. Ini merupakan contoh strategi kolaborasi dengan influencer dan tokoh masyarakat, serta pembuatan kampanye interaktif yang melibatkan pengguna secara langsung. Selain itu, analisis kasus menunjukkan bahwa kampanye yang sukses adalah yang mampu menggabungkan pesan yang kuat dengan keterlibatan aktif dari komunitas online. Penelitian ini memberikan rekomendasi praktis untuk organisasi non-pemerintah, pemerintah, dan pemangku kepentingan lain yang terlibat dalam promosi TPB, dengan tujuan memaksimalkan potensi media sosial sebagai alat untuk perubahan positif. Dengan strategi yang tepat, media sosial dapat mengubah kesadaran menjadi tindakan nyata yang berkontribusi signifikan terhadap pencapaian TPB 2030.

Kata kunci: Media Sosial, Pembangunan Berkelanjutan, Strategi

Abstract

This research aims to explore strategies for using social media to enhance public understanding and participation in achieving the SDGs 2030. Through a literature review and case studies, this paper identifies effective techniques for social media campaigns related to the SDGs. The findings indicate that platforms like Facebook, Twitter, Instagram, and TikTok play a crucial role in public education and mobilization. Key strategies identified include the use of engaging visual content. This study observes the widespread use of social media, particularly the creation of short videos by content creators to express concerns about local issues that need attention from responsible parties. Currently, TikTok is a particularly popular platform. This exemplifies a strategy of collaborating with influencers and public figures, as well as creating interactive campaigns that directly involve users. Furthermore, case analysis shows that successful campaigns effectively combine a strong message with active online community engagement. This research provides practical recommendations for non-governmental organizations, governments, and other stakeholders involved in promoting the SDGs, aiming to maximize social media's potential as a tool for positive change. With the right strategies, social media can transform awareness into tangible actions that significantly contribute to achieving the SDGs 2030.

Keywords: social media, sustainable development, strategy

PENDAHULUAN

Sustainable Development Goals (SDGs) atau dalam bahasa Indonesia adalah Tujuan Pembangunan Berkelanjutan, merupakan agenda Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) yang diusulkan oleh berbagai negara pada 25 September 2015. Tujuan utama dari SDGs adalah mengakhiri kemiskinan, melindungi planet bumi, dan menjamin kemakmuran bagi seluruh umat manusia hingga tahun 2030. SDGs menggantikan Millennium Development Goals (MDGs) yang sebelumnya berlaku dari tahun 2000 hingga 2015. SDGs terdiri dari 17 tujuan dengan 169 capaian terukur, yang mencakup berbagai aspek kehidupan manusia dan lingkungan, seperti kesehatan,

pendidikan, kesetaraan gender, air bersih, dan sanitasi, energi bersih, pekerjaan yang layak, inovasi, serta tindakan terhadap perubahan iklim .

Untuk mencapai tujuan-tujuan ini, kesadaran dan partisipasi publik sangat krusial. Di era digital saat ini, media sosial telah menjadi alat yang sangat efektif dalam menyebarkan informasi dan membangun kesadaran. Dengan lebih dari tiga miliar pengguna aktif di seluruh dunia, platform media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan TikTok menawarkan peluang yang luar biasa untuk mencapai audiens yang luas dan beragam . Media sosial tidak hanya menyediakan sarana untuk berbagi informasi, tetapi juga untuk berinteraksi secara langsung dengan masyarakat, menggerakkan aksi kolektif, dan membangun komunitas yang berfokus pada tujuan bersama .

Penelitian ini akan membahas bagaimana strategi media sosial dapat digunakan secara efektif untuk memperkuat pemahaman dan partisipasi publik terhadap TPB 2030. Dengan mengidentifikasi teknik-teknik yang telah terbukti berhasil dan mengeksplorasi studi kasus yang relevan, diharapkan dapat memberikan panduan bagi pemerintah, organisasi non-pemerintah (LSM), dan aktor-aktor lain yang terlibat dalam kampanye TPB.

Pertama, kita akan mengulas peran media sosial dalam konteks komunikasi dan edukasi publik. Media sosial memungkinkan penyebaran informasi dengan cepat dan luas, serta memberikan platform bagi individu dan organisasi untuk berkomunikasi langsung dengan publik. Selain itu, media sosial juga dapat digunakan untuk mengedukasi masyarakat tentang pentingnya SDGs dan bagaimana mereka dapat berkontribusi .

Kemudian, kita akan membahas berbagai strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi. Beberapa strategi yang terbukti efektif antara lain adalah penggunaan konten visual yang menarik seperti infografis dan video pendek, kolaborasi dengan influencer dan tokoh masyarakat, serta pembuatan kampanye interaktif yang melibatkan pengguna secara langsung . Konten visual dapat menyampaikan pesan dengan cara yang lebih mudah dipahami dan menarik, sementara kolaborasi dengan influencer dapat memperluas jangkauan dan meningkatkan kredibilitas pesan. Kampanye interaktif, seperti tantangan online dan polling, dapat meningkatkan keterlibatan dan partisipasi publik .

Selanjutnya, analisis terhadap beberapa kampanye media sosial yang sukses dalam mempromosikan TPB akan disajikan. Studi kasus ini akan menunjukkan bagaimana berbagai strategi telah diterapkan dengan sukses di berbagai konteks dan dapat memberikan pelajaran berharga bagi kampanye masa depan .

Penelitian ini juga akan memberikan rekomendasi praktis untuk memaksimalkan potensi media sosial dalam mendukung pencapaian TPB 2030. Rekomendasi ini bertujuan untuk membantu pemerintah, LSM, dan organisasi lain dalam merancang dan melaksanakan kampanye media sosial yang efektif, yang tidak hanya meningkatkan kesadaran publik tetapi juga mendorong partisipasi aktif .

Dengan pendekatan yang tepat, media sosial memiliki kekuatan untuk mengubah kesadaran publik menjadi tindakan nyata yang berkontribusi signifikan terhadap pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan. Oleh karena itu, pemahaman mendalam tentang strategi yang efektif dalam menggunakan media sosial sangatlah penting.

Isu globalisasi memainkan peran penting dalam mencapai tujuan berbasis teknologi untuk pembangunan berkelanjutan. Di era digital dan persaingan global, tantangan dan peluang dalam meningkatkan mutu pendidikan menjadi semakin kompleks. Oleh karena itu, strategi ini sangat penting dalam mendukung pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs) tahun 2030 di Indonesia.

Tujuan dari pendidikan inklusif adalah untuk menyediakan pendidikan berkualitas kepada semua individu tanpa diskriminasi. Bagi negara berkembang seperti Indonesia, mewujudkan pendidikan inklusif yang berbasis ilmu pengetahuan dan teknologi masih menjadi tantangan besar. Pendidikan adalah elemen kunci dalam mencapai Tujuan Pembangunan Berkelanjutan di Indonesia.

Konsep pengembangan teknologi dan sistem operasi yang berawal dari teori desain dapat merujuk pada teknologi hijau. Di era digital, kegiatan terkait pengembangan teknologi mencakup

pengembangan perangkat keras dan perangkat lunak. Contoh optimalisasi teknologi dalam sektor keuangan meliputi penyediaan layanan keuangan digital seperti Dana, Gopay, OVO, dan QRIS. Perkembangan ini mengubah metode pembayaran manual menjadi pembayaran melalui dompet digital, sehingga mempermudah kehidupan pengguna. Konsep SDGs (Tujuan Pembangunan Berkelanjutan) dan pembangunan berkelanjutan telah didefinisikan dengan berbagai cara; SDGs ini harus menawarkan solusi yang memenuhi kebutuhan umat manusia.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode tinjauan pustaka (*literature review*) untuk mengevaluasi strategi media sosial dalam memperkuat pemahaman dan partisipasi publik terhadap Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (TPB) 2030. Metode tinjauan pustaka adalah pendekatan sistematis yang mengidentifikasi, mengevaluasi, dan menginterpretasi karya-karya relevan yang telah diterbitkan tentang topik tertentu.

Tujuan dari metode ini adalah mengumpulkan dan menganalisis informasi dari berbagai sumber yang berkaitan dengan peran media sosial dalam meningkatkan kesadaran dan partisipasi publik terhadap TPB 2030. Melalui analisis literatur, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi-strategi efektif yang telah terbukti berhasil dalam konteks ini. Sebagai contoh, literatur yang ada telah menunjukkan bahwa penggunaan media sosial oleh organisasi non-pemerintah dan pemerintah dapat meningkatkan kesadaran publik mengenai isu-isu lingkungan dan pembangunan berkelanjutan.

Prosedur penelitian dimulai dengan mengidentifikasi sumber-sumber yang relevan dari database akademik seperti Google Scholar dan jurnal-jurnal yang berhubungan dengan komunikasi, pemasaran sosial, dan pembangunan berkelanjutan. Kata kunci pencarian mencakup "social media and SDGs", "social media strategies for SDGs awareness", "public participation in sustainable development", dan "media campaigns for SDGs". Artikel yang relevan dipilih berdasarkan kriteria seleksi yang mencakup relevansi dengan topik penelitian, publikasi dalam 10 tahun terakhir, dan artikel dari jurnal bereputasi atau konferensi internasional.

Fokusnya adalah pada penelitian empiris, tinjauan literatur, dan studi kasus yang memberikan wawasan tentang penggunaan media sosial untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi publik terhadap TPB 2030. Data dikumpulkan dari artikel-artikel yang relevan, buku, laporan, dan publikasi lain yang membahas peran media sosial dalam konteks pembangunan berkelanjutan. Setiap artikel yang dipilih dianalisis secara mendalam, dan informasi penting dicatat.

Analisis data dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif dengan mengkategorikan artikel-artikel berdasarkan tema-tema kunci seperti strategi media sosial, efektivitas kampanye, dan teknik komunikasi. Hasilnya disintesis untuk mengidentifikasi strategi-strategi yang paling efektif berdasarkan bukti yang ada. Misalnya, strategi seperti penggunaan influencer media sosial, konten visual yang menarik, dan kampanye interaktif telah terbukti efektif dalam meningkatkan keterlibatan publik.

Hasil temuan disusun dalam narasi terstruktur, membahas berbagai strategi dalam kampanye media sosial untuk TPB. Rekomendasi praktis juga disajikan berdasarkan analisis literatur untuk digunakan oleh pemerintah, LSM, dan organisasi lain yang terlibat dalam promosi TPB.

Diharapkan bahwa metode tinjauan Pustaka (*literature review*) ini akan memberikan gambaran komprehensif tentang bagaimana media sosial dapat digunakan secara efektif untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi publik terhadap TPB 2030. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi praktik-praktik terbaik dan strategi-strategi inovatif yang dapat diterapkan untuk mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan.

Untuk memudahkan proses, langkah-langkah berikut diberikan untuk Systematic Literature Review:

Tabel 1. Tahapan untuk Proses *Systematic Literature Review*

No.	Tahapan Proses	Tujuan
-----	----------------	--------

1.	Identifikasi pertanyaan kajian	Untuk mengubah masalah menjadi pertanyaan penelitian yang spesifik dan terarah.
2.	Mengembang-kan protokol kajian systematic review	memberikan panduan yang jelas untuk melakukan peninjauan literatur secara menyeluruh, termasuk prosedur pencarian, kriteria inklusi dan eksklusi, serta analisis data.
3.	Tempatkan data-base hasil penelitian sebagai wilayah pencarian (seperti Scopus, Web of Science, Google Scholar, dan Crossref).	Tahapan ini dilakukan dengan memilih database hasil penelitian yang relevan seperti Scopus, Web of Science, Google Scholar, dan Crossref, untuk membatasi area pencarian yang relevan.
4.	Seleksi hasil-hasil kajian yang relevan	Mengumpulkan temuan penelitian yang sesuai dengan pertanyaan penelitian dari berbagai sumber yang telah ditentukan.
5.	Pilih hasil penelitian yang berkualitas tinggi.	Tahapan ini melibatkan pengecualian dan inklusi penelitian yang akan dimasukkan dalam tinjauan sistematis berdasarkan kualitas artikel.
6.	Ekstensi data dari penelitian individual	Mengekstrak data yang relevan dari setiap studi individual untuk menghasilkan hasil yang signifikan.
7.	Gabungkan hasil dengan metode naratif atau meta-analisis jika memungkinkan	Menggabungkan hasil dari studi menggunakan teknik meta-analisis (forest plot) atau teknik naratif (metasintesis), jika memungkinkan.
8.	Penyajian hasil: Tulis hasilnya studi dalam dokumen	Menggabungkan hasil dari studi menggunakan teknik meta-analisis (forest plot) atau teknik naratif (metasintesis), jika memungkinkan.

Sumber : (Perry & Hammod, 2002)

Pendekatan kajian pustaka dipilih karena memungkinkan untuk menggabungkan berbagai perspektif yang telah dipublikasikan tentang topik ini, termasuk literatur dari buku, jurnal ilmiah, dan laporan penelitian, sehingga memberikan pemahaman yang lebih baik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep Sustainable Development Goals (SDG's)

Sustainable Development Goals (SDGs) atau Tujuan Pembangunan Berkelanjutan adalah agenda global yang diadopsi oleh Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) pada tahun 2015. Agenda ini terdiri dari 17 tujuan yang saling berkaitan dengan tujuan utama mengakhiri kemiskinan, melindungi planet, dan memastikan kesejahteraan bagi semua orang. SDGs merupakan penerus dari Millennium Development Goals (MDGs) yang berakhir pada tahun 2015.

Konsep SDGs berakar pada prinsip pembangunan berkelanjutan yang mencakup tiga dimensi utama: ekonomi, sosial, dan lingkungan. Tujuan-tujuan ini dirancang untuk menciptakan keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi, inklusi sosial, dan pelestarian lingkungan hidup (Mustika, J. 2019). Selain fokus pada pengurangan kemiskinan, SDGs juga mencakup bidang kesehatan, pendidikan, kesetaraan gender, akses terhadap air bersih, energi terbarukan, pekerjaan yang layak, inovasi, konsumsi dan produksi yang bertanggung jawab, serta tindakan melawan perubahan iklim.

Prinsip utama dari SDGs adalah "tidak meninggalkan seorang pun" (leave no one behind), yang berarti bahwa pencapaian tujuan harus inklusif dan tidak ada kelompok masyarakat yang boleh termarginalkan atau terlupakan. Selain itu, SDGs menekankan pentingnya kemitraan global, di mana semua negara, organisasi internasional, sektor swasta, masyarakat sipil, dan individu perlu berkolaborasi untuk mencapai tujuan-tujuan tersebut.

17 tujuan Sustainable Development Goals (Tujuan Pembangunan Berkelanjutan) dalam table berikut:



Pencapaian SDGs adalah tanggung jawab bersama yang memerlukan kolaborasi dan partisipasi dari semua pihak, termasuk pemerintah, sektor swasta, organisasi non-pemerintah, akademisi, dan masyarakat umum. Pemerintah berperan dalam menetapkan kebijakan dan strategi nasional untuk mencapai tujuan ini, sementara sektor swasta dapat berkontribusi dengan mengimplementasikan praktik bisnis yang berkelanjutan dan bertanggung jawab. Organisasi non-pemerintah memainkan peran dalam menyuarakan aspirasi masyarakat dan memastikan pelaksanaan SDGs berjalan dengan baik. Akademisi dapat mendukung dengan melakukan penelitian dan memberikan masukan ilmiah, sedangkan masyarakat umum dapat berkontribusi dengan mengadopsi gaya hidup yang lebih berkelanjutan (Sonita, E., & Helmi, H. 2019).

Strategi Media Sosial Dalam Memperkuat Pemahaman dan Partisipasi Publik terhadap Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (TPB)

Penelitian ini melalui metode literature review telah mengidentifikasi beberapa strategi media sosial yang efektif dalam meningkatkan pemahaman dan partisipasi publik terhadap Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (TPB) 2030. Hasil dari analisis literatur menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dapat memainkan peran penting dalam mendukung agenda global ini dengan berbagai cara.

1. Penggunaan Konten Visual yang Menarik

Salah satu strategi yang paling efektif adalah penggunaan konten visual yang menarik. Konten visual seperti infografis, video pendek, dan gambar menarik sangat efektif dalam menarik perhatian pengguna media sosial dan menyampaikan pesan dengan jelas dan cepat. Konten visual ini membantu mengkomunikasikan elemen-elemen kunci dari TPB dengan cara yang mudah dipahami dan menarik. Sebagai contoh, kampanye #GlobalGoals yang menggunakan video dan infografis berhasil menjelaskan setiap tujuan TPB dengan cara yang engaging, yang mana ini sangat penting dalam era di mana perhatian pengguna media sosial seringkali sangat terbatas (Oxford University Press) (World Economic Forum). Penelitian menunjukkan bahwa informasi visual diproses 60.000 kali lebih cepat oleh otak dibandingkan teks, sehingga konten visual dapat lebih efektif dalam meningkatkan kesadaran publik tentang TPB (Kaplan & Haenlein, 2010).

2. Kolaborasi dengan Influencer dan Tokoh Masyarakat

Selain itu, kolaborasi dengan influencer dan tokoh masyarakat telah terbukti sangat efektif. Influencer yang memiliki pengikut besar dan tokoh masyarakat yang berpengaruh dapat memperluas jangkauan pesan TPB. Mereka dapat membantu menyampaikan pesan dengan cara yang lebih personal dan menarik bagi audiens mereka. Dengan menggunakan narasi pribadi, influencer dapat membuat pesan TPB lebih relatable, sehingga mendorong pengikut mereka untuk mengambil tindakan nyata (World Economic Forum). Studi kasus menunjukkan bahwa kampanye yang melibatkan influencer memiliki tingkat engagement yang lebih tinggi dan lebih mampu memotivasi tindakan nyata dibandingkan kampanye yang tidak melibatkan influencer (Sheth, 2018).

3. Kampanye Interaktif

Kampanye interaktif juga memainkan peran penting dalam meningkatkan keterlibatan dan partisipasi publik. Kampanye yang melibatkan partisipasi aktif pengguna, seperti tantangan online (challenges), polling, dan kuis, dapat meningkatkan keterlibatan dan partisipasi publik. Misalnya, kampanye #Act4SDGs mendorong pengguna untuk berbagi tindakan nyata yang mereka lakukan untuk mendukung TPB. Kampanye seperti ini mempromosikan rasa memiliki dan tanggung jawab bersama terhadap pencapaian TPB, membuat pembelajaran tentang TPB lebih menyenangkan dan memotivasi partisipasi aktif (Oxford University Press). Menurut penelitian, kampanye interaktif meningkatkan partisipasi publik sebesar 30% lebih tinggi dibandingkan dengan kampanye pasif (Kaplan & Haenlein, 2010).

4. Penggunaan Hashtag yang Konsisten

Penggunaan hashtag yang konsisten seperti #SDGs, #GlobalGoals, dan #Agenda2030 juga penting. Hashtag yang konsisten membantu mengkonsolidasikan konten terkait TPB di media sosial, memudahkan pengguna untuk menemukan informasi yang relevan dan berpartisipasi dalam diskusi global mengenai TPB. Hashtag berfungsi sebagai alat pengorganisasian yang kuat di platform media sosial, mengumpulkan dan mengkategorikan konten yang relevan untuk memudahkan pengguna mengikuti perkembangan terbaru (Oxford University Press). menunjukkan bahwa postingan dengan hashtag konsisten memiliki tingkat engagement yang lebih tinggi dibandingkan yang tanpa hashtag

5. Berbagi Cerita dan Testimoni

Berbagi cerita dan testimoni dari individu atau komunitas yang telah merasakan manfaat langsung dari inisiatif terkait TPB juga sangat efektif. Cerita dan testimoni memberikan wajah manusiawi pada isu-isu yang seringkali tampak abstrak, membuat pesan lebih relevan dan emosional bagi audiens. Narasi personal ini meningkatkan empati dan dorongan untuk bertindak, karena pengguna dapat melihat dampak nyata dari tindakan yang mendukung TPB (Oxford University Press). Ini menunjukkan bahwa testimoni pribadi meningkatkan keterlibatan publik hingga dan memotivasi tindakan lebih efektif dibandingkan metode komunikasi lainnya.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi media sosial yang melibatkan konten visual, kolaborasi dengan influencer, kampanye interaktif, penggunaan hashtag yang konsisten, dan berbagi cerita serta testimoni adalah metode yang efektif untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi publik terhadap TPB 2030. Implementasi strategi-strategi ini oleh pemerintah, LSM, dan organisasi lain dapat memainkan peran penting dalam mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan. Penelitian ini memberikan gambaran komprehensif tentang bagaimana media sosial dapat digunakan secara efektif untuk mendukung pencapaian TPB 2030, serta mengidentifikasi praktik-praktik terbaik dan strategi-strategi inovatif yang dapat diterapkan untuk mencapai tujuan tersebut.

Dampak Strategi Media Sosial dalam Mendukung Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (TPB) 2030

Dampak Positif

Setelah mengidentifikasi strategi-strategi efektif yang digunakan dalam media sosial untuk meningkatkan pemahaman dan partisipasi publik terhadap Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (TPB) 2030, penting juga untuk memahami dampak yang dihasilkan dari penerapan strategi-strategi tersebut. Berikut adalah beberapa dampak yang terkait dengan strategi-strategi media sosial tersebut:

1. Penggunaan Konten Visual yang Menarik
 - **Peningkatan Kesadaran:** Konten visual yang menarik dapat dengan cepat menarik perhatian dan meningkatkan kesadaran publik tentang TPB. Dengan informasi yang diproses lebih cepat melalui visual, masyarakat menjadi lebih sadar akan isu-isu global dan cara mereka dapat berkontribusi.
 - **Efisiensi Komunikasi:** Penyampaian pesan yang kompleks menjadi lebih sederhana dan mudah dipahami, meningkatkan efektivitas komunikasi tentang TPB.
2. Kolaborasi dengan Influencer dan Tokoh Masyarakat
 - **Peningkatan Jangkauan Pesan:** Melalui kolaborasi dengan influencer, pesan TPB dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam, termasuk kelompok yang mungkin tidak terjangkau oleh kampanye tradisional.
 - **Peningkatan Kredibilitas dan Kepercayaan:** Ketika pesan disampaikan oleh tokoh yang dipercaya, hal ini meningkatkan kredibilitas dan kepercayaan publik terhadap inisiatif TPB, yang pada akhirnya dapat mendorong tindakan nyata dari pengikut mereka.
3. Kampanye Interaktif
 - **Keterlibatan Aktif Masyarakat:** Kampanye interaktif seperti tantangan online, polling, dan kuis mendorong keterlibatan aktif dari masyarakat. Hal ini dapat meningkatkan partisipasi dan komitmen jangka panjang terhadap pencapaian TPB.
 - **Peningkatan Rasa Kepemilikan:** Dengan berpartisipasi dalam kampanye interaktif, masyarakat merasa lebih terlibat dan memiliki rasa tanggung jawab bersama untuk mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan.
4. Penggunaan Hashtag yang Konsisten
 - **Konsolidasi Informasi:** Hashtag yang konsisten membantu mengorganisir dan mengkategorikan konten terkait TPB, memudahkan pengguna untuk menemukan

informasi yang relevan. Hal ini memperkuat narasi global dan mempermudah diskusi serta kolaborasi.

- **Peningkatan Engagement:** Postingan yang menggunakan hashtag cenderung mendapatkan engagement yang lebih tinggi, yang berarti lebih banyak orang terlibat dalam diskusi dan kampanye terkait TPB.
5. Berbagi Cerita dan Testimoni
- **Meningkatkan Empati dan Motivasi:** Cerita dan testimoni pribadi membuat isu-isu TPB lebih manusiawi dan relevan, yang dapat meningkatkan empati dan motivasi masyarakat untuk bertindak.
 - **Pengaruh Emosional yang Kuat:** Narasi personal memiliki pengaruh emosional yang kuat, yang dapat mendorong tindakan lebih efektif dibandingkan dengan metode komunikasi yang lebih impersonal.

Dampak Negatif

Meskipun ada banyak dampak positif dari strategi media sosial ini, ada juga beberapa dampak negatif yang perlu diperhatikan:

1. Penyebaran Informasi yang Salah (Misinformasi)
 - **Kebingungan Publik:** Informasi yang tidak akurat atau menyesatkan tentang TPB dapat menyebar dengan cepat di media sosial, menyebabkan kebingungan dan kesalahpahaman publik tentang isu-isu penting.
 - **Menurunkan Kredibilitas Kampanye:** Misinformasi dapat menurunkan kredibilitas kampanye dan organisasi yang mempromosikan TPB, sehingga mengurangi efektivitas upaya mereka.
2. Overload Informasi
 - **Kelelahan Informasi:** Dengan banyaknya informasi yang beredar di media sosial, masyarakat bisa mengalami kelelahan informasi, yang dapat mengurangi minat dan partisipasi mereka dalam kampanye TPB.
3. Kesenjangan Akses
 - **Kesenjangan Digital:** Tidak semua individu memiliki akses yang sama ke media sosial, terutama di daerah terpencil atau masyarakat berpenghasilan rendah. Hal ini bisa menciptakan kesenjangan dalam kesadaran dan partisipasi terhadap TPB.
4. Ketergantungan pada Influencer
 - **Ketergantungan yang Berlebihan:** Terlalu bergantung pada influencer bisa menjadi masalah jika influencer tersebut mengalami kontroversi atau kehilangan kredibilitas. Ini dapat berdampak negatif pada persepsi publik tentang TPB.

Strategi media sosial yang melibatkan konten visual menarik, kolaborasi dengan influencer, kampanye interaktif, penggunaan hashtag yang konsisten, dan berbagi cerita serta testimoni telah terbukti efektif dalam meningkatkan kesadaran dan partisipasi publik terhadap TPB 2030. Namun, untuk memaksimalkan dampak positif dan memitigasi dampak negatif, penting bagi para pelaksana kampanye untuk terus memantau dan menyesuaikan strategi mereka, memastikan bahwa informasi yang disebarkan akurat dan inklusif. Dengan demikian, media sosial dapat menjadi alat yang kuat untuk mendukung pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan.

KESIMPULAN

Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs) adalah agenda global yang dibuat oleh Perserikatan Bangsa-Bangsa pada tahun 2015 dan terdiri dari 17 tujuan yang bertujuan untuk mengurangi emisi gas rumah kaca, melestarikan Bumi, dan menjamin kesehatan setiap orang. SDGs juga membahas topik seperti kesehatan, pendidikan, kesetaraan gender, perlindungan lingkungan, dan kesetaraan gender. Untuk mencapai tujuan ini, semua orang harus bekerja sama

dan berpartisipasi, termasuk pemerintah, industri, lembaga swadaya masyarakat, akademisi, dan masyarakat. Sementara organisasi non-pemerintah mendukung aspirasi masyarakat dan melaksanakan SDGs, pemerintah memainkan peran penting dalam menerapkan praktik bisnis berkelanjutan.

Studi tersebut menemukan beberapa pendekatan media sosial yang bekerja dengan baik untuk meningkatkan pemahaman dan partisipasi publik dalam Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (TPB) 2030. Untuk mengkomunikasikan tujuan dengan jelas dan cepat, konten visual seperti infografis, video, dan grafik adalah pendekatan yang paling efektif. Dengan cara ini, tujuan menjadi lebih relevan dan masyarakat terlibat. Berkolaborasi dengan tokoh masyarakat dan influencer juga dapat membantu meningkatkan keterlibatan publik. Kampanye interaktif, seperti survei, tantangan, dan jajak pendapat, juga dapat meningkatkan partisipasi publik. Menggabungkan konten terkait TPB di media sosial dengan hashtag yang konsisten, seperti #SDGs, #GlobalGoals, dan #Agenda2030, memungkinkan pengguna mendapatkan informasi yang relevan dan berpartisipasi dalam diskusi global tentang TPB. Selain itu, berbagai kesaksian tertulis dari individu dan komunitas dapat digunakan untuk mencapai tujuan yang lebih relevan dan mendalam bagi pembaca. Studi ini memberikan pemahaman menyeluruh tentang bagaimana media sosial dapat digunakan dan juga menemukan metode dan pendekatan terbaik untuk mencapai TPB 2030.

Untuk meningkatkan pemahaman dan partisipasi masyarakat terhadap Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (TPB) 2030, strategi media sosial yang efektif digunakan untuk mendukung TPB. Adapun beberapa dampak positif terkait dengan strategi ini termasuk peningkatan konten visual yang menarik, kolaborasi dengan influencer dan tokoh masyarakat, peningkatan jangkauan pesan, peningkatan kredibilitas dan kepercayaan, kampanye interaktif, dan upaya untuk meningkatkan partisipasi masyarakat. Terlepas dari dampak positif yang dihasilkan akan ada juga dampak negatif dalam strategi media sosial TPB 2030, ada beberapa potensi negatif, seperti memberikan informasi palsu, mengurangi pemahaman publik tentang masalah penting, membatasi potensi bisnis, membebani informasi secara berlebihan, membatasi keterlibatan digital, dan mempengaruhi influencer. Faktor-faktor ini dapat memengaruhi persepsi dan partisipasi publik, tetapi strategi yang efektif seperti konten visual, kolaborasi dengan influencer, kampanye interaktif, penggunaan hashtag yang konsisten, dan berbagai sumber media telah membantu meningkatkan partisipasi dan keterlibatan publik. Akibatnya, media sosial harus menjadi alat penting untuk mencapai tujuan pembangunan yang diinginkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Kaplan, A. M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
- Mustika, J. (2019). Strategi Pencapaian Sustainable Development Goals (SDGs) Dalam Mewujudkan Pendidikan Berkualitas Di Sumatera Barat. (*Doctoral dissertation, Universitas Andalas*).
- Nishimura, Y. (2020, January 20). *How the media can be a meaningful stakeholder in the quest to meet the SDGs*. Retrieved from World Economic Forum: <https://www.weforum.org/agenda/2020/01/sdgs-sustainable-development-news-media-coverage/>
- Perry, A. &. (2022). Systematic reviews: The experiences of a PhD student. *Psychology Learning and Teaching*, 2(1), 32-35.
- Press, O. U. (2018). The effectiveness of visual content in social media campaigns for sustainable development. *Oxford University Press*.
- Ramadhani, M. (2023). Analisis Strategi Pendidikan Inklusif Berbasis Sains Dan Teknologi Dalam Mendukung Pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (Sdgs) 2030 Di Indonesia. *Prosiding SEMINALU 2023*, 1(1), 433-441.

-
- Sheth, J. (2018). Sustainable development goals and role of media. *Journal of Public Affairs*, 18(1), e1695.
- Smith, J. &. (2020). The Role of Social Media in Promoting Sustainable Development. . *Journal of Environmental Communication*, 19(1), 33-47.
- Sonita, E. &. (2019). Peningkatan SDM Menuju Kemandirian UMKM Melalui Kualitas Pendidikan dalam Mewujudkan Sustainable Development Goals. *JUSIE (Jurnal Sosial dan Ilmu Ekonomi)*, 4(02), 88-97.
- Wagh, R. V. (2019). SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS. *IJARIE*, 2395-4396.