

---

## PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MENDORONG KESADARAN LINGKUNGAN: ANALISIS AKUN PANDAWARA PROGRAM BERSIH-BERSIH SAMPAH

Nofia Natasari

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Teknologi, Universitas Pertiwi

E-mail: [nofia.natasari@pertiwi.ac.id](mailto:nofia.natasari@pertiwi.ac.id)

---

**Submit:** 8 September 2023, **Revisi:** 9 Oktober 2023, **Approve:** 20 Oktober 2023

### *Abstract*

*Social media, especially Instagram, has become a powerful tool in driving environmental awareness in the 21st century. In this context, the author conducted an analysis of the Pandawara Instagram account to understand how social media can be used to encourage environmental awareness. The Pandawara account has a clear mission: to spread the message about the importance of keeping the environment clean and healthy and to mobilise real action in an effort to clean up rubbish in various places. The results of the analysis show several important findings. Pandawara utilises strong visuals content in the form of photographs that show the negative impact of waste on the environment. These images have great potential to stir feelings and inspire action. The active involvement of followers in the form of comments, likes, and sharing content is an indication of the success of the Pandawara campaign in raising environmental awareness. The more people involved in discussion and action, the greater the impact on keeping the environment clean. The Pandawara Instagram account has succeeded in utilising social media effectively to encourage environmental awareness and mobilise positive action. They have provided concrete evidence that Instagram can be a powerful tool for driving positive change on global environmental issues.*

**Keywords:** *social media, Instagram, Pandawara, trash, content.*

### **Abstrak**

Media sosial, terutama Instagram, telah menjadi alat yang kuat dalam menggerakkan kesadaran lingkungan di abad ke-21 ini. Dalam konteks ini, penulis melakukan analisis terhadap akun Instagram Pandawara untuk memahami bagaimana media sosial ini dapat dimanfaatkan untuk mendorong kesadaran lingkungan. Akun Pandawara memiliki misi yang jelas: menyebarkan pesan mengenai pentingnya menjaga lingkungan bersih dan sehat, serta memobilisasi tindakan nyata dalam upaya membersihkan sampah di berbagai tempat. Hasil analisis menunjukkan beberapa temuan penting. Pandawara memanfaatkan konten visual yang kuat dalam bentuk foto-foto yang memperlihatkan dampak negatif sampah pada lingkungan. Gambar-gambar ini memiliki potensi besar untuk menggugah perasaan dan menginspirasi tindakan. Keterlibatan aktif pengikut dalam bentuk komentar, likes, dan berbagi konten adalah indikasi keberhasilan kampanye Pandawara dalam menggerakkan kesadaran lingkungan. Semakin banyak orang yang terlibat dalam diskusi dan tindakan, semakin besar dampaknya dalam menjaga lingkungan bersih. Akun Instagram Pandawara telah berhasil memanfaatkan media sosial ini dengan efektif untuk mendorong kesadaran lingkungan

dan memobilisasi tindakan positif. Mereka telah memberikan bukti konkret bahwa Instagram dapat menjadi alat yang kuat dalam menggerakkan perubahan positif dalam isu-isu lingkungan global.

---

**Kata Kunci:** Media Sosial, Instagram, Pandawara, Sampah, Konten.

**Pengutipan:** Natasari, Novia. Pemanfaatan Media Sosial Instagram dalam Mendorong Kesadaran Lingkungan: Analisis Akun Pandawara Program Bersih-Bersih Sampah. *Jurnal Kommunity Online*, 4 (2), 2023, 227-236. doi: 10.15408/jko.v4i2.35217

---

## PENDAHULUAN

Dalam era digital yang semakin berkembang, peran media sosial sebagai alat komunikasi dan penyampaian pesan telah menjadi sangat signifikan. Salah satu media sosial yang paling populer dan memengaruhi adalah Instagram. Instagram menawarkan platform visual yang kuat, yang memungkinkan individu, organisasi, dan kelompok untuk berbagi cerita, menginspirasi tindakan, dan memobilisasi dukungan untuk berbagai isu sosial, termasuk kesadaran lingkungan.

Kesadaran lingkungan adalah salah satu isu yang semakin mendesak di abad ke-21 ini. Perubahan iklim, polusi, dan berbagai dampak negatif lainnya telah menggerakkan banyak orang untuk beraksi demi melindungi planet kita. Di tengah tuntutan ini, media sosial Instagram telah memainkan peran penting dalam menggerakkan kesadaran lingkungan. Salah satu akun yang menonjol dalam upaya ini adalah akun Pandawara.

Pandemi global COVID-19 telah meningkatkan penggunaan masker sekali pakai, hand sanitizer, dan berbagai barang konsumsi yang dibuang begitu saja. Akibatnya, tumpukan sampah plastik dan limbah medis menjadi semakin besar di berbagai belahan dunia. Kasus ini menjadi contoh nyata bagaimana dampak lingkungan dari krisis kesehatan yang kita hadapi. Namun, di tengah tantangan ini, akun Instagram Pandawara tampil sebagai pelopor perubahan positif. Mereka secara aktif menggunakan platform ini untuk menyebarkan kesadaran mengenai masalah sampah dan merangsang aksi bersama. Di antara postingan-postingan mereka yang menggugah adalah foto-foto pemandangan yang indah yang telah tercemar oleh sampah.

Lebih dari sekadar menyebarkan pesan, Pandawara Program Bersih-Bersih Sampah juga aktif melibatkan komunitas mereka. Mereka mengorganisir acara bersih-bersih sampah lokal yang diikuti oleh sukarelawan dari berbagai lapisan masyarakat. Melalui Instagram, mereka membagikan cerita-cerita inspiratif tentang bagaimana partisipasi masyarakat telah membawa perubahan nyata dalam membersihkan lingkungan mereka.

Akun Instagram Pandawara juga aktif berkolaborasi dengan influencer lingkungan dan aktivis sosial. Dengan memanfaatkan kekuatan kolaborasi, mereka mampu mencapai audiens yang lebih luas dan menginspirasi lebih banyak orang untuk berpartisipasi dalam upaya bersama menjaga lingkungan.

Dalam semua langkah dan upaya ini, Pandawara telah menunjukkan bagaimana Instagram bisa menjadi alat yang kuat dalam menggerakkan kesadaran lingkungan dan tindakan positif. Mereka menggabungkan narasi visual yang kuat dengan advokasi yang berdaya, dan mengumpulkan komunitas yang peduli dengan lingkungan. Kasus sampah yang dihadapi saat ini adalah pengingat kuat bahwa kita harus terus mendorong kesadaran dan aksi dalam menjaga lingkungan kita bersih dan sehat. Instagram dan akun seperti Pandawara menjadi katalisator penting dalam perubahan ini.

## **METODE**

Metode kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini melibatkan analisis mendalam terhadap konten yang disajikan pada akun Instagram. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memahami secara holistik bagaimana Pandawara memanfaatkan media sosial Instagram untuk mendorong kesadaran lingkungan. Dalam analisis ini, penulis memeriksa konten visual seperti foto dan video yang diunggah oleh akun tersebut, mengidentifikasi pesan-pesan kunci yang disampaikan, serta mencari tanda-tanda dampak yang mungkin telah dihasilkan oleh upaya mereka dalam menginspirasi tindakan positif dalam menjaga lingkungan. Selain itu, peneliti juga menganalisis interaksi yang terjadi dalam bentuk komentar, likes, dan berbagi konten untuk mengukur tingkat keterlibatan komunitas pengikut Pandawara dalam Gerakan Bersih-Bersih Sampah yang mereka promosikan melalui Instagram. Metode kualitatif ini membantu mengungkapkan kompleksitas dan kedalaman pesan-pesan lingkungan yang disampaikan oleh Pandawara, serta memberikan wawasan yang mendalam tentang bagaimana media sosial Instagram dapat dimanfaatkan sebagai alat efektif untuk memobilisasi dukungan dan menggerakkan kesadaran lingkungan.

Untuk mendalami kontribusi mereka dalam Gerakan Lingkungan, pengamatan akun media sosial Pandawara Group dapat menjadi sumber data yang berharga dalam metode penelitian kualitatif. Pengamatan akun media sosial merupakan teknik yang melibatkan pemantauan aktif terhadap aktivitas yang diunggah oleh akun media sosial tertentu. Dalam hal ini, Pandawara Group adalah subjek pengamatan yang memiliki fokus pada Gerakan

lingkungan. Teknik ini memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan data berupa postingan dan berbagai interaksi yang terjadi di akun media sosial tersebut.

## **HASIL DAN DISKUSI**

### **Media Sosial**

Media sosial adalah jenis media online di mana pengguna dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan membuat konten. Ini termasuk blog, jejaring sosial atau sosial network, wiki, forum, dan dunia virtual. Wiki, jejaring sosial, dan blog mungkin adalah jenis media sosial yang paling banyak digunakan di seluruh dunia. Media sosial online adalah jenis media yang bertujuan untuk memungkinkan interaksi sosial yang interaktif dan berbasis internet. Teknologi internet mengubah cara penyebaran informasi dari monologue (satu orang ke banyak orang) ke dialogue (banyak orang ke banyak orang). Jenis serta komposisi media sosial online di dunia virtual sangat beragam, antara lain jejaring sosial (Facebook, Instagram, Friendster, LinkedIn, dan sebagainya), microblogging platform (Twitter, Plurk, Koprol, dan lain-lain), jejaring berbagi foto serta video (Flickr, Youtube, dan sebagainya), Podcast, Chat rooms, Message board, Forum, Mailing list, serta masih banyak lainnya (Alyusi, 2016). Sebagian besar platform media sosial digunakan untuk mencari informasi. Media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual (Nasrullah, 2015). Media sosial adalah istilah yang mengacu pada penggunaan teknologi berbasis web dan seluler untuk mengubah percakapan menjadi interaksi interaktif (Milyane dkk., 2023). Sebagian besar orang menggunakan berbagai media sosial untuk tetap berhubungan. Keluwesan media sosial dikaitkan dengan kemudahan penggunaan. Dalam batas kebebasan berkomunikasi, semua orang dapat menggunakan media sosial untuk mencari, mendapatkan, dan memanfaatkan berbagai informasi. Media sosial memiliki kemampuan untuk membangun dan memperluas hubungan antar individu dan kelompok di internet yang tidak dibatasi oleh status sosial. Perkembangan media sosial saat ini semakin memudahkan masyarakat untuk mendapatkan informasi yang mereka butuhkan (Setiadi, 2016).

### **Instagram**

Instagram adalah salah satu platform media sosial yang paling populer saat ini. Dimulai dengan satu juta pengguna bulanan, aplikasi berbagi foto dengan 100 juta foto yang diunggah pada bulan 2011 dan 10 juta pengguna pada bulan september tahun yang sama. Pada bulan april

2012, perusahaan mengumumkan partisipasi 30 juta pengguna. Pada bulan yang sama, facebook mencatat pertumbuhan instagram dan membeli aplikasi sebesar US\$ 1 miliar, akuisisi terbesar ketiga sampai saat ini. Dari awal, pengguna instagram meroket. Ini mencapai 80 juta pengguna bulanan setelah akuisisi dan hampir dua kali lipat bahwa untuk 150 juta pengguna bulanan pada akhir 2013. Sebelum facebook, twitter juga sempat menyatakan minatnya untuk membeli isntagram pada tahun 2011. Pada mei tahun 2013, instagram memperkenalkan penandaan foto dan “foto anda” tab baru pada profil pengguna dengan koleksi gambar atau foto yang ditandai ke akun pengguna tersebut. Foto tagging juga diperluas ke merek, langkah yang ramah bisnis yang dilaporkan menyebabkan peningkatan penjualan. Pada bulan 2013, instagram membuat lebih mudah untuk berbagi posting dengan menambahkan link untuk menanamkan foto dan video. Orang dapat menunjukkan konten instagram seperti yang dimaksud kan untuk terlihat, dengan hanya menyalin dan menyisipkan link embed ke sebuah artikel atau website dengan fungsi baru ini (Dian Prajarini, 2020).



Sumber: Napoleon Cat

**Gambar 1. Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia**

Instagram menjadi salah satu media sosial yang populer di Indonesia. Pasalnya, platform ini lebih menekankan kepada aspek visual ketimbang teks. Instagram juga cukup mudah digunakan ketimbang media sosial lainnya. Selain itu, platform tersebut punya berbagai fitur yang menyenangkan bagi para penggunanya. Seiring hal tersebut, Instagram punya banyak pengguna di dalam negeri. Berdasarkan data Napoleon Cat, ada 97,38 juta pengguna Instagram di Indonesia per Oktober 2022. Jumlah tersebut meningkat 7% dibandingkan setahun sebelumnya yang sebanyak 91,01 juta pengguna. Walau demikian, pengguna Instagram di Indonesia menurun 3,89% dari bulan sebelumnya yang sebanyak 101,3 juta akun.

Berbeda dengan Napoleon Cat, We Are Social mencatat jumlah pengguna Instagram di Indonesia mencapai 93,6 juta orang pada Oktober 2022. Jumlah itu merupakan yang terbesar keempat di dunia. India berada di urutan teratas dengan 248,65 juta pengguna Instagram. Setelahnya ada Amerika Serikat dan Brasil dengan jumlah pengguna Instagram masing-masing sebanyak 147,45 juta akun dan Brasil 117,3 juta akun (Indonesia Miliki 97,38 Juta Pengguna Instagram pada Oktober, 2022).

### **Kesadaran Lingkungan**

Kesadaran lingkungan adalah pemahaman dan perasaan individu atau masyarakat secara luas tentang pentingnya menjaga dan melestarikan lingkungan alam kita. Ini mencakup kesadaran akan kerentanan lingkungan terhadap perubahan iklim, polusi, kerusakan ekosistem, dan banyak tantangan lingkungan lainnya yang kita hadapi saat ini. Kesadaran lingkungan melibatkan pemahaman akan dampak negatif aktivitas manusia terhadap alam dan upaya-upaya yang harus dilakukan untuk mengurangi dampak tersebut (Yuniarto, 2013).

Berdasarkan Surah Al A'raf [7] Ayat 56 tentang Peduli Lingkungan “*Dan janganlah kamu membuat kerusakan di muka bumi, sesudah (Allah) memperbaikinya dan berdoalah kepada-Nya dengan rasa takut (tidak akan diterima) dan harapan (akan dikabulkan). Sesungguhnya rahmat Allah amat dekat kepada orang-orang yang berbuat baik.*” Larangan berbuat kerusakan dimuka bumi - Perintah agar manusia menjadi umat yang muhsinin yakni umat yang berbuat kebaikan-kebaikan bukan sebaliknya, Allah mengazab umat yang berbuat kerusakan dimuka bumi.

Kesadaran lingkungan bukan hanya tentang pemahaman, tetapi juga tentang perasaan tanggung jawab terhadap generasi mendatang dan semua makhluk hidup di planet ini. Ini adalah langkah pertama menuju tindakan nyata dalam menjaga lingkungan agar tetap sehat dan lestari. Kesadaran lingkungan adalah pondasi dari perubahan positif dalam upaya pelestarian alam kita (Saputra, 2017). Kesadaran ini mendorong individu dan kelompok untuk mengambil tindakan yang bertanggung jawab terhadap lingkungan, seperti mengurangi penggunaan plastik sekali pakai, mendukung energi terbarukan, daur ulang, dan berpartisipasi dalam program bersih-bersih sampah. Hal ini juga menciptakan permintaan terhadap perubahan kebijakan yang lebih ramah lingkungan dan memberikan dukungan kepada organisasi yang berkomitmen untuk melindungi alam (Nurulloh, 2019).

## **Pandawa**

Pandawara Group adalah salah satu kelompok yang bergerak dalam advokasi lingkungan melalui media sosial. Pandawara Group merupakan lima sekawan yang terdiri dari Rafli Pasya (22), Agung Permana (22), Gilang Rahma (22), Muchamad Iksan (21), dan Rifki Sa'dullah (22). Mereka adalah sahabat yang berasal dari SMA yang sama, kegiatan aksi bersih-bersih sampah telah mereka tekuni sejak bulan Agustus 2022 (*Pandawara Group: Aksi Anak Muda Bersihkan Sampah yang Viral di TikTok | Narasi TV, 2023*). Mereka menggunakan platform seperti Instagram, Tiktok, dan Youtube untuk menyebarkan pesan-pesan lingkungan, menggalang dukungan, serta mengorganisir kegiatan terkait pelestarian lingkungan.



**Gambar 2. Pandawara dengan Latar Pantai Terkotor No.2 di Indonesia, Bandar Lampung**

Teknologi komunikasi memiliki peran penting dalam mempromosikan kesadaran lingkungan dan keterlibatan masyarakat dalam program bersih-bersih sampah. Berikut adalah beberapa cara bagaimana teknologi komunikasi dapat dimanfaatkan untuk tujuan berbagi informasi tentang program bersih-bersih sampah dan kampanye kesadaran lingkungan. Masyarakat dapat berpartisipasi dalam kampanye dengan berbagi informasi, foto, dan video tentang kegiatan mereka dalam membersihkan lingkungan. Sosial media juga dapat digunakan untuk mengorganisir acara bersih-bersih sampah secara online, mengumpulkan sukarelawan, dan mengoordinasikan kegiatan. Pemanfaatan Instagram sebagai platform media sosial memiliki potensi besar untuk mendorong kesadaran lingkungan dan keterlibatan masyarakat dalam program bersih-bersih sampah (Kurmia, 2005).

Berikut adalah beberapa cara konkret yang dilakukan oleh Pandawara dalam pemanfaatan media sosial Instagram. Pertama membuat konten visual menarik, dimana Instagram adalah platform berbasis gambar dan video. Oleh karena itu, penting untuk memproduksi konten visual yang menarik. Posting foto dan video seputar kegiatan bersih-

bersih sampah, keindahan alam yang perlu dilestarikan, serta dampak negatif sampah. Selain memanfaatkan fitur feed Instagram, Pandawa juga memanfaatkan Instagram Story untuk berbagi momen-momen dalam program bersih-bersih sampah. Selain itu Pandawa menjalin keterlibatan dengan Pengikut, dimana hal ini balas komentar dan pesan langsung dari pengikut. Dengan strategi yang tepat dan kreativitas dalam penggunaan Instagram, kita dapat memanfaatkan teknologi komunikasi ini untuk membangun kesadaran lingkungan yang lebih besar dan mendorong keterlibatan aktif masyarakat dalam program bersih-bersih sampah.

Dalam analisis peneliti tentang pemanfaatan media sosial Instagram oleh akun Pandawara dalam mendorong kesadaran lingkungan, peneliti menemukan beberapa temuan yang menarik. Pemanfaatan Visual yang kuat, salah satu temuan utama adalah penggunaan visual yang kuat dalam akun Instagram Pandawara. Mereka secara konsisten mengunggah foto-foto pemandangan yang indah yang telah tercemar oleh sampah, menunjukkan dampak nyata dari perilaku yang tidak bertanggung jawab terhadap lingkungan.



**Gambar 3. Dokumentasi Akun Pandawara**

Gambar-gambar ini menggugah perasaan dan membuat pengikut merasa terhubung secara emosional dengan isu lingkungan. Penggunaan gambar-gambar ini adalah langkah yang sangat efektif dalam menarik perhatian pengikut dan menyampaikan pesan tanpa kata-kata. Ini menunjukkan bahwa media sosial yang berbasis gambar seperti Instagram memiliki potensi besar untuk membuat kesadaran lingkungan lebih kuat.

Pandawara aktif mengorganisir acara bersih-bersih sampah lokal dan melibatkan komunitas dalam upaya tersebut. Mereka membagikan cerita-cerita inspiratif tentang bagaimana partisipasi masyarakat telah membawa perubahan nyata dalam menjaga kebersihan lingkungan mereka. Ini adalah contoh nyata bagaimana media sosial dapat digunakan sebagai alat untuk menggerakkan aksi nyata di dunia nyata. Pandawara tidak hanya berbicara, tetapi juga bertindak, dan hal ini adalah inspirasi bagi pengikut mereka untuk berkontribusi lebih



aktif. Keterlibatan aktif pengikut adalah indikasi keberhasilan kampanye mereka. Semakin banyak orang yang terlibat dalam diskusi dan tindakan, semakin besar dampaknya dalam menjaga lingkungan.

## KESIMPULAN

Hasil analisis menunjukkan bahwa akun Instagram Pandawara telah memanfaatkan platform ini dengan sangat efektif dalam mendorong kesadaran lingkungan dan memobilisasi tindakan positif. Mereka menggunakan visual yang kuat, pesan-pesan edukatif, kolaborasi, dan keterlibatan aktif pengikut untuk mencapai tujuan mereka dalam menjaga lingkungan tetap bersih. Ini adalah contoh nyata bagaimana media sosial, khususnya Instagram, dapat digunakan sebagai alat yang kuat dalam menggerakkan perubahan positif dalam isu-isu lingkungan global. Langkah selanjutnya adalah terus memperkuat upaya ini dan memperluas pengaruh positif yang telah mereka hasilkan.

## REFERENSI

- Dian Prajarini, S. T. (2020). *Media Sosial Periklanan-Instagram*. Deepublish. [https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=Os0eEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=perkembangan+instagram&ots=F7jcyM8aeK&sig=\\_16oeXervhlzy5H9ZEEyVqNCbh0](https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=Os0eEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=perkembangan+instagram&ots=F7jcyM8aeK&sig=_16oeXervhlzy5H9ZEEyVqNCbh0)
- Indonesia Miliki 97,38 Juta Pengguna Instagram pada Oktober 2022*. (t.t.). Diambil 15 Desember 2022, dari <https://dataindonesia.id/digital/detail/indonesia-miliki-9738-juta-pengguna-instagram-pada-oktober-2022>
- Kurmia, N. (2005). Perkembangan teknologi komunikasi dan media baru: Implikasi terhadap teori komunikasi. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 6(2), 291–296.
- Media sosial—Google Books*. (2023). Diambil 10 Oktober 2023, dari [https://www.google.co.id/books/edition/Media\\_sosial/z\\_nJDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=media+sosial&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Media_sosial/z_nJDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=media+sosial&printsec=frontcover)
- Membangun Kesadaran Warga Negara Dalam Pelestarian Lingkungan—Google Books*. (t.t.). Diambil 10 Oktober 2023, dari [https://www.google.co.id/books/edition/Membangun\\_Kesadaran\\_Warga\\_Negara\\_Dalam\\_PPY-IDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Kesadaran+Lingkungan&pg=PA160&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Membangun_Kesadaran_Warga_Negara_Dalam_PPY-IDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Kesadaran+Lingkungan&pg=PA160&printsec=frontcover)
- Milyane, T. M., Darmaningrum, K., Natasari, N., Setiawan, G. A., Sembiring, D., Irwanto, I., Kraugusteeliana, K., Fitriyah, N., Sutisnawati, A., Sagena, U., Nurhayati, S., Indriana, I. H., & Putri, M. S. (2023). *LITERASI MEDIA DIGITAL*. CV WIDINA MEDIA UTAMA. <https://repository.penerbitwidina.com/publications/564600/>

- Nasrullah, R. (2015). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Bandung: *Simbiosis Rekatama Media*, 2016, 2017.
- Nurulloh, E. S. (2019). Pendidikan Islam Dan Pengembangan Kesadaran Lingkungan. *Jurnal Penelitian Pendidikan Islam*, 7(2), 237.
- Pandawara Group: Aksi Anak Muda Bersihkan Sampah yang Viral di TikTok | Narasi TV*. (t.t.). Diambil 10 Oktober 2023, dari <https://narasi.tv/read/narasi-daily/siapa-pandawara-group>
- Qur'an surah Al-A'raf (7): 56 – 58 serta isi kandungan Q.S Al-A'raf (7) : 56 - 58*. (t.t.). Diambil 10 Oktober 2023, dari <http://qalbu-islam.blogspot.com/2016/04/quran-surah-al-araf-56-58-serta-isi-kandungan-Quran-surah-al-araf.html>
- Saputra, M. (2017). Pembinaan kesadaran lingkungan melalui habituasi berbasis media sosial guna menumbuhkan kebajikan moral terhadap pelestarian lingkungan. *Jurnal Moral Kemasyarakatan*, 2(1), 14–29.
- Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan media sosial untuk efektifitas komunikasi. *Cakrawala-Jurnal Humaniora*, 16(2).