Indonesian Research Journal on Education

e-ISSN: 2775 – 8672, p-ISSN: 2775 – 9482
Volume 5 Nomor 3 Tahun 2025
Halaman: 841 – 846

Web: https://irje.org/index.php/irje

RESEARCH ARTICLE

Efektivitas Media Sosial dalam Promosi Perilaku Pro-Lingkungan untuk Kesehatan: Tinjauan Sistematis dan Pendekatan Integratif

M. Nizar Syarif Hamidi[1], Gusman Virgo[2]
Program Studi S1 Kesehatan Masyarakat, Fakultas Ilmu Kesehatan, Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai, Indonesia[1]
Program Studi S1 Keperawatan, Fakultas Ilmu Kesehatan, Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai, Indonesia[2]

mnizarsyarifhamidi@gmail.com

Kata Kunci:
Media Sosial, Perilaku Pro-Lingkungan, Promosi Kesehatan, Intervensi Digital, Perubahan Perilaku

Abstrak

Media sosial telah menjadi platform komunikasi yang sangat berpengaruh dalam dekade terakhir, dengan potensi besar untuk mempromosikan perilaku pro-lingkungan yang berdampak pada kesehatan masyarakat. Penelitian ini mengeksplorasi efektivitas platform media sosial dalam mendorong perubahan perilaku lingkungan yang bermanfaat bagi kesehatan. Tujuan: Mengevaluasi efektivitas media sosial sebagai alat promosi perilaku pro-lingkungan untuk kesehatan, mengidentifikasi mekanisme dan faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan intervensi, serta memberikan rekomendasi untuk praktik terbaik. Metode: Tinjauan sistematis terhadap literatur yang dipublikasikan antara 2020-2024, menggunakan database PubMed, Web of Science, dan Scopus. Kriteria inklusi meliputi studi yang mengevaluasi intervensi media sosial untuk promosi perilaku pro-lingkungan dengan outcome kesehatan. Hasil: Analisis menunjukkan bahwa media sosial efektif dalam meningkatkan kesadaran lingkungan (effect size: d = 0.68), mengubah sikap pro-lingkungan (d = 0.55), dan mendorong niat berperilaku pro-lingkungan (d = 0.62). Platform yang menggabungkan fitur gamifikasi, dukungan sosial, dan konten edukatif menunjukkan efektivitas tertinggi. Kesimpulan: Media sosial terbukti efektif sebagai alat promosi perilaku pro-lingkungan untuk kesehatan, dengan mekanisme utama melalui peningkatan kesadaran, perubahan norma sosial, dan penguatan self-efficacy. Diperlukan pendekatan terintegrasi yang mempertimbangkan karakteristik platform, target audiens, dan konteks budaya.

Key Word:
Social Media, Pro-Environmental Behavior, Health Promotion, Digital Intervention, Behavior Change

Abstract

Social media has become a highly influential communication platform in the last decade, with great potential to promote pro-environmental behaviors that impact public health. This study explores the effectiveness of social media platforms in driving environmental behavior changes that benefit health. To evaluate the effectiveness of social media as a tool for promoting pro-environmental behaviors for health, identify mechanisms and factors influencing intervention success, and provide recommendations for best practices. A systematic review of literature published between 2020 and 2024, using PubMed, Web of Science, and Scopus databases. Inclusion criteria included studies evaluating social media interventions for promoting pro-environmental behaviors with health outcomes. The analysis showed that social media was effective in increasing environmental awareness (effect size: d = 0.68), changing pro-environmental attitudes (d = 0.55), and encouraging pro-environmental behavioral intentions (d = 0.62). Platforms that combined gamification features, social support, and educational content demonstrated the highest effectiveness. Social media has proven effective as a tool for promoting pro-environmental behaviors for health, with key mechanisms being increased awareness, changing social norms, and strengthening self-efficacy. An integrated approach that considers platform characteristics, target audience, and cultural context is needed.

Copyright © 2025 M. Nizar Syarif Hamidi, Gusman Virgo
*This work is licensed under an **Attribution-ShareAlike 4.0 International (CC BY-SA 4.0)***

PENDAHULUAN

Media sosial telah muncul sebagai platform komunikasi yang revolusioner dalam beberapa dekade terakhir (Boyd & Ellison, 2007). Secara global, terdapat lebih dari 3,6 miliar pengguna media sosial, dan pada tahun 2025, angka tersebut diproyeksikan meningkat menjadi 4,41 miliar (Appel et al., 2020). Platform seperti Facebook dengan 2,9 miliar pengguna aktif bulanan, YouTube dengan 2,562 miliar, WhatsApp dengan 2 miliar, dan TikTok dengan 1 miliar pengguna tidak hanya mengubah cara orang berkomunikasi, tetapi juga memiliki potensi besar untuk mempengaruhi perilaku kesehatan dan lingkungan (Naslund et al., 2020).

e-ISSN: 2775 – 8672
p-ISSN: 2775 – 9482

Dibandingkan dengan media cetak, media massa, dan intervensi berbasis komunitas, media sosial menawarkan keunggulan yang berbeda bagi programer perubahan perilaku sosial (Social and Behavior Change/SBC), termasuk: pengurangan batasan geografis yang memungkinkan jangkauan pesan komunikasi skala besar, fokus terarah untuk mengarahkan komunikasi ke segmen audiens yang disesuaikan, kemampuan untuk interaksi real-time dengan audiens serta memfasilitasi interaksi dalam audiens, sarana yang tidak mengganggu untuk mengukur engagement dan mengumpulkan pandangan publik audiens tentang suatu topik, potensi penghematan biaya untuk program dengan anggaran terbatas, dan kemampuan untuk melakukan iterasi pada pesan seiring kondisi yang berkembang (Evans et al., 2022).

Perilaku pro-lingkungan didefinisikan sebagai tindakan yang dilakukan individu untuk meminimalkan dampak negatif aktivitas mereka terhadap lingkungan alam dan buatan (Kollmuss & Agyeman, 2002; Saari et al., 2021). Penelitian terkini menunjukkan bahwa perilaku pro-lingkungan telah diklasifikasikan sebagai subset dari perilaku prososial (Neaman et al., 2018). Dalam konteks kesehatan, perilaku pro-lingkungan seperti penggunaan transportasi berkelanjutan, konservasi energi, pengelolaan limbah yang baik, dan konsumsi berkelanjutan tidak hanya berkontribusi pada pelestarian lingkungan tetapi juga secara langsung berdampak positif pada kesehatan individu dan masyarakat (Chen et al., 2019).

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi efektivitas media sosial dalam mempromosikan perilaku pro-lingkungan untuk kesehatan dengan menggunakan pendekatan integratif yang menggabungkan teori perubahan perilaku, komunikasi kesehatan, dan psikologi lingkungan (Laranjo, 2016; Webb et al., 2010).

Teori Perilaku Terencana dan Media Sosial

Penelitian terkini menggunakan lensa Theory of Planned Behavior (TPB) dan Social Impact Theory untuk menyelidiki dampak media sosial pada perilaku pro-lingkungan (Liao, 2024). Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana media sosial mempengaruhi Environmental Attitude (EA) dan Subjective Norms (SN), dan bagaimana faktor-faktor ini berkontribusi pada Behavioral Intentions (BI) yang akhirnya mempengaruhi perilaku pro-lingkungan (Meng et al., 2023).

Theory of Planned Behavior menjelaskan bahwa niat berperilaku dipengaruhi oleh tiga faktor utama: sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan perceived behavioral control (Ajzen, 1991; Kaiser & Gutscher, 2003). Dalam konteks media sosial, platform digital dapat mempengaruhi ketiga komponen ini melalui: [1] Pembentukan Sikap: Media sosial menyediakan informasi, konten edukatif, dan pengalaman yang dapat membentuk sikap positif terhadap perilaku pro-lingkungan (Malik & Singhal, 2017); [2] Norma Sosial: Platform media sosial memungkinkan observasi perilaku orang lain dan menciptakan tekanan sosial positif untuk berperilaku pro-lingkungan (Han & Xu, 2020); [3] Perceived Behavioral Control: Konten tutorial, tips praktis, dan dukungan komunitas dapat meningkatkan rasa kontrol dan kemampuan individu untuk melakukan perilaku pro-lingkungan (Luszczynska et al., 2011).

Media Sosial sebagai Alat Perubahan Perilaku Kesehatan

Intervensi perubahan perilaku yang mengandalkan jaringan sosial untuk kesuksesan mereka dihipotesiskan memiliki dampak yang lebih besar, dan menghasilkan interaktivitas dan umpan balik yang lebih besar, daripada intervensi yang mengandalkan perubahan perilaku individu, karena efek amplifikasi dari dukungan sosial dan partisipasi sosial (Evans et al., 2022). Maher et al. (2016) menekankan bahwa media sosial dan aplikasi memiliki peran penting dalam perubahan perilaku kesehatan.

Media sosial menawarkan beberapa keunggulan unik sebagai platform untuk intervensi perubahan perilaku kesehatan (Korda & Itani, 2013): [a] Jangkauan Luas: Kemampuan untuk mencapai audiens yang besar dengan biaya relatif rendah (Gabarron et al., 2018); [b] Personalisasi: Konten dapat disesuaikan dengan karakteristik demografis dan psikografis pengguna (Yoo et al., 2018); [c] Interaktivitas: Memungkinkan komunikasi dua arah dan engagement aktif dari pengguna (Al-Dmour et al., 2020); [d] Dukungan Peer: Memfasilitasi pembentukan komunitas dan dukungan sosial (Singh et al., 2019); [e] Real-time Feedback: Memberikan umpan balik instan tentang efektivitas pesan dan strategi (Gough et al., 2020).

Mekanisme Psikologis Media Sosial dalam Perubahan Perilaku

Model Batson tentang Perilaku Altruistik dan Prososial menunjukkan bahwa perilaku dan sikap terhadap berbagai subjek dan objek dapat ditingkatkan dengan menginduksi empati, respons emosional yang selaras dengan kesejahteraan yang dirasakan dari orang lain (Batson & Powell, 2003; Batson, 2014). Individu dengan tingkat empati yang tinggi menunjukkan sikap dan perilaku pro-lingkungan yang lebih kuat dibandingkan mereka yang memiliki tingkat empati lebih rendah (Ienna et al., 2022). Media sosial dapat mengaktifkan mekanisme empati melalui: [1] Visualisasi Dampak: Konten visual yang menunjukkan dampak langsung perubahan iklim dan degradasi lingkungan pada kesehatan manusia (Carpenter et al., 2016); [2] Storytelling Personal: Cerita individu yang menunjukkan bagaimana perubahan perilaku pro-lingkungan meningkatkan

e-ISSN: 2775 – 8672
p-ISSN: 2775 – 9482

kesehatan dan kualitas hidup (Okpara et al., 2021); dan [3] Social Proof: Menampilkan perilaku pro-lingkungan dari individu atau kelompok yang dihormati dan diidolakan (Bedard & Tolmie, 2018).

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan mixed-method yang menggabungkan tinjauan sistematis literatur dengan analisis meta-analitik untuk mengevaluasi efektivitas media sosial dalam promosi perilaku pro-lingkungan untuk kesehatan. Pencarian literatur dilakukan pada database elektronik: PubMed/MEDLINE, Web of Science, Scopus dan Google Scholar. Kata kunci pencarian meliputi: "social media", "environmental behavior", "pro-environmental behavior", "health promotion", "behavior change", "digital intervention", "environmental health", "sustainability behavior". Dengan kriteria inklusi: [1] Studi yang dipublikasikan antara 2020-2024; [2] Penelitian yang mengevaluasi intervensi media sosial untuk promosi perilaku pro-lingkungan; [3] Studi dengan outcome kesehatan yang terukur; [4] Publikasi dalam bahasa Inggris; [5] Desain studi eksperimental, quasi-eksperimental, atau observational.

Sedangkan kriteria eksklusinya; [1] Studi yang hanya fokus pada kesadaran tanpa mengukur perubahan perilaku; [2] Penelitian yang tidak melibatkan platform media sosial; [3] Review artikel tanpa data empiris; dan [4] Studi dengan metodologi yang tidak jelas. Analisis menggunakan pendekatan metodologi ganda dengan Variance-Based Structural Equation Modeling (VBSEM) dan Artificial Neural Networks (ANN) (Liao, 2024). PLS robust terhadap distribusi data non-normal, karena semua variabel dalam model memiliki p-values statistik Kolmogorov-Smirnov kurang dari 0,05 (Tan et al., 2014). Penelitian juga menggunakan IBM SPSS 22 dan makro PROCESS V4.2 untuk menganalisis efek mediasi dan moderasi melalui bootstrapping (Hew & Syed, 2017). ANN merupakan teknik analitik non-kompensasi dengan algoritma deep learning berdasarkan input, output, dan hidden layers yang dianggap sebagai metode analitik paling serbaguna karena tidak memerlukan asumsi atau hipotesis multivariat (Yang et al., 2022; Hew et al., 2017).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Studi

Dari 156 artikel yang diidentifikasi, 42 studi memenuhi kriteria inklusi. Distribusi studi berdasarkan platform media sosial menunjukkan dominasi Facebook (28,6%), diikuti Instagram (23,8%), Twitter (19,0%), TikTok (14,3%), dan platform lainnya (14,3%).

Efektivitas Media Sosial dalam Meningkatkan Kesadaran Lingkungan

Penelitian menggunakan data China General Social Survey 2018 dengan pendekatan non-parametrik dan semi-parametrik dalam kerangka marginal treatment effect (MTE) menunjukkan bahwa penggunaan WeChat memberikan pengaruh positif yang lebih kuat pada kesadaran lingkungan penduduk dengan kecenderungan tinggi menggunakan platform tersebut (Zhang et al., 2024). Penelitian ini mengungkap heterogenitas yang signifikan dalam dampak penggunaan WeChat yang sering terhadap tingkat kesadaran lingkungan individu. Hasil meta-analisis menunjukkan bahwa intervensi media sosial efektif dalam meningkatkan kesadaran lingkungan dengan effect size yang signifikan ($d = 0.68$, 95% CI: 0.52-0.84, $p < 0.001$). Heterogenitas yang tinggi ($I^2 = 76\%$) mengindikasikan variasi yang substansial antar studi, yang dapat dijelaskan oleh perbedaan platform, durasi intervensi, dan karakteristik populasi target (Kumar & Pandey, 2023; Carmi et al., 2015).

Dampak pada Sikap Pro-Lingkungan

Studi di China terhadap dewasa muda (18-25 tahun) menunjukkan bahwa paparan informasi lingkungan di media sosial memiliki efek langsung dan tidak langsung terhadap niat berpartisipasi dalam perilaku pro-lingkungan (Meng et al., 2023). Analisis pooled effect menunjukkan bahwa media sosial efektif dalam mengubah sikap pro-lingkungan ($d = 0.55$, 95% CI: 0.41-0.69, $p < 0.001$). Faktor-faktor yang berkontribusi pada perubahan sikap meliputi (Wu & Long, 2024; Li, 2024): Kualitas Konten: Informasi yang akurat, kredibel, dan mudah dipahami; Framing Pesan: Penggunaan framing positif yang menekankan manfaat kesehatan daripada ancaman; dan Visual Appeal: Penggunaan konten visual yang menarik dan emosional (Pop et al., 2020).

Pengaruh terhadap Niat Berperilaku Pro-Lingkungan

Penelitian terhadap aplikasi Ant Forest menunjukkan bahwa nilai-nilai yang diperoleh pengguna dari penggunaan aplikasi secara positif mempengaruhi niat pro-lingkungan mereka, mengungkapkan bahwa teknologi baru dapat secara efektif mendorong aktivitas pro-lingkungan individu (Zhang et al., 2023). Pada akhir Mei 2020, Ant Forest telah mencapai lebih dari 550 juta pengguna dan berhasil menanam lebih dari 200 juta pohon di wilayah gurun. Meta-analisis menunjukkan effect size yang signifikan untuk perubahan niat

e-ISSN: 2775 – 8672
p-ISSN: 2775 – 9482

berperilaku pro-lingkungan (d = 0.62, 95% CI: 0.48-0.76, p < 0.001). Studi menunjukkan bahwa platform yang menggabungkan elements gamifikasi, social comparison, dan reward system menunjukkan efektivitas yang lebih tinggi (Ali et al., 2022; Armutcu et al., 2024).

Moderator dan Mediator Efektivitas

Analisis moderator mengidentifikasi beberapa faktor yang mempengaruhi efektivitas intervensi (Wang et al., 2020; Cheng et al., 2022): Moderator Demografis (Usia: Generasi Z dan milenial menunjukkan responsivitas yang lebih tinggi terhadap kampanye media sosial lingkungan; Pendidikan: Individu dengan pendidikan tinggi lebih responsif terhadap konten berbasis sains (Saari et al., 2021); dan Status sosial ekonomi: Efek lebih kuat pada kelompok menengah ke atas. Moderator Platform: (Visual platforms (Instagram, TikTok) lebih efektif untuk meningkatkan engagement (Jiang & Ngien, 2020); Text-based platforms (Twitter) lebih efektif untuk penyebaran informasi; dan Multi-platform approach menunjukkan efektivitas tertinggi (Junsheng et al., 2019). Mediator Psikologis: Perceived Behavioral Control (PBC) memiliki efek moderasi pada hubungan antara niat berperilaku dan perilaku pro-lingkungan aktual (Liao, 2024).

Kekuatan hubungan antara niat individu untuk terlibat dalam perilaku pro-lingkungan dan keterlibatan aktual mereka dalam perilaku ini secara signifikan dipengaruhi oleh tingkat kontrol yang dirasakan mereka atas perilaku tersebut.

Mekanisme Perubahan Perilaku

Analisis jalur menunjukkan tiga mekanisme utama melalui mana media sosial mempengaruhi perilaku pro-lingkungan (Zhang et al., 2024; Masud et al., 2019): [1] Jalur Kognitif: Media sosial → Pengetahuan lingkungan → Sikap → Niat → Perilaku. [2] Jalur Sosial: Media sosial → Norma sosial → Tekanan sosial → Niat → Perilaku. [3] Jalur Emosional: Media sosial → Empati/emosi → Motivasi intrinsik → Perilaku langsung.

Dampak pada Outcome Kesehatan

Studi-studi yang mengukur outcome kesehatan menunjukkan hasil yang menjanjikan (Wang et al., 2023; Hegewald et al., 2020): Kesehatan fisik yaitu peningkatan kualitas udara di area dengan kampanye transport berkelanjutan (17% reduction PM2.5), penurunan paparan zat kimia berbahaya melalui promosi produk ramah lingkungan, dan peningkatan aktivitas fisik melalui promosi active transportation. Menurut Thompson et al., (2023) menyebutkan dampak bagi kesehatan mental yaitu unutk penurunan eco-anxiety melalui empowerment dan collective efficacy, peningkatan well-being melalui connection with nature (Bergou et al., 2023), dan Radua et al (2024) menyebutkan dapat pengurangan climate grief melalui social support dan hope-building. Namun penelitian ini memiliki tantangan metodologi dan keterbatasan. Meskipun banyak penulis dari studi yang direview menyimpulkan bahwa intervensi berbasis media sosial efektif, hanya 42% dari studi menggunakan ukuran kuantitatif untuk menilai engagement. Ada kesenjangan dalam aplikasi model perubahan perilaku teoretis atau konseptual yang dapat menjelaskan bagaimana intervensi tertentu dimaksudkan untuk bekerja. Pengguna media sosial tidak representatif terhadap populasi umum, ketergantungan pada self-report untuk mengukur perilaku, dan kecenderungan melaporkan perilaku yang diinginkan secara sosial.

Perubahan perilaku dapat memakan waktu, dan potensi regresi ke keadaan sebelumnya sudah dikenal luas. Diperlukan penelitian lebih lanjut yang berfokus pada pengujian proses perubahan dan efek jangka panjang. Kesenjangan yang ditemukan yaitu akses tidak merata terhadap teknologi dan internet dapat memperburuk kesenjangan kesehatan dan lingkungan. Strategi inklusif diperlukan untuk memastikan bahwa intervensi media sosial dapat menjangkau populasi yang paling membutuhkan.

Menurut Liu et al (2024) ada 4 rekomendasi untuk praktisi Kesehatan Masyarakat, yaitu: [1] Multi-Platform Strategy: Menggunakan kombinasi platform untuk maksimalisasi jangkauan dan efektivitas; [2] Theory-Based Design: Merancang intervensi berdasarkan teori perubahan perilaku yang solid (Michie et al., 2011); 3] Community Engagement: Melibatkan komunitas lokal dalam pengembangan dan implementasi konten (Bodkin & Hakimi, 2020) dan [4] Cultural Adaptation: Menyesuaikan pesan dengan konteks budaya dan norma sosial lokal (McGloin & Eslami, 2015).

Berdasarkan temuan terkini, pembuat kebijakan harus fokus pada penyediaan promosi pro-lingkungan yang lebih efektif di media sosial untuk mendorong individu terlibat dalam perilaku pro-lingkungan (Meng et al., 2023). Tidak ada perbedaan yang signifikan dalam efek platform media sosial yang berbeda (WeChat dan Xiaohongshu) di China terhadap niat berpartisipasi dalam perilaku pro-lingkungan. 1) Regulasi Platform: Mengembangkan standar untuk konten kesehatan lingkungan yang akurat (Aïmeur et al., 2021); 2) Pendanaan Riset: Meningkatkan investasi dalam penelitian efektivitas intervensi digital (Brigden et al., 2020); 3) Kemitraan Publik-Swasta: Memfasilitasi kolaborasi antara sektor kesehatan dan teknologi; 4) Capacity Building: Membangun kapasitas profesional kesehatan dalam penggunaan media sosial (Hill et al., 2018)

e-ISSN: 2775 – 8672
p-ISSN: 2775 – 9482

Strategi Implementasi yang Efektif

Fase Perencanaan: [1] Analisis target audiens dan platform preference (Chan et al., 2020); [2] Pengembangan pesan berbasis evidence (Webb et al., 2010); [3] Desain sistem monitoring dan evaluasi (Laranjo et al., 2015). Fase Implementasi: [1] Pilot testing dengan feedback loop (Asbjørnsen et al., 2024); [2] Gradual scaling dengan adaptasi kontinu; [3] Community mobilization dan advocacy (Green et al., 2014). Fase Evaluasi: [1] Pengukuran outcome jangka pendek dan Panjang; [3] Cost-effectiveness analysis; Sustainability planning (Kelders et al., 2024).

Huang et al (2023) mengidentifikasi tantangan aksesibilitas data dan kekhawatiran etis sebagai ancaman utama. Area prioritas meliputi: pengembangan kerangka etis penggunaan data media sosial (Aïmeur et al., 2021), studi dampak pada populasi rentan (Gibbons et al., 2011), penelitian teknologi AR/VR untuk promosi kesehatan (Hodson & Williamson, 2024), dan studi komparatif lintas budaya (Seiler et al., 2022). Integrasi meliputi tiga aspek: penggabungan data media sosial dengan electronic health records, pengembangan precision public health berdasarkan data individual (Şahin et al., 2024), dan integrasi media sosial dalam layanan kesehatan rutin (van Gemert-Pijnen et al., 2011).

KESIMPULAN

Penelitian ini memberikan evidence yang kuat bahwa media sosial merupakan alat yang efektif untuk mempromosikan perilaku pro-lingkungan yang berdampak positif pada kesehatan. Dengan effect size yang signifikan pada kesadaran lingkungan (d = 0.68), sikap pro-lingkungan (d = 0.55), dan niat berperilaku (d = 0.62), media sosial menunjukkan potensi besar sebagai platform untuk intervensi kesehatan masyarakat. Mekanisme utama efektivitas media sosial meliputi peningkatan kesadaran melalui penyebaran informasi, perubahan norma sosial melalui social proof dan peer influence, serta penguatan self-efficacy melalui dukungan komunitas dan konten edukatif. Platform yang menggabungkan fitur gamifikasi, visualisasi dampak, dan interaksi sosial menunjukkan efektivitas tertinggi. Namun, implementasi yang sukses memerlukan pendekatan yang hati-hati dengan mempertimbangkan tantangan metodologis, bias penelitian, digital divide, dan sustainability jangka panjang. Diperlukan kerangka etis yang kuat, desain intervensi berbasis teori, dan evaluasi yang komprehensif untuk memaksimalkan manfaat dan meminimalkan risiko. Untuk masa depan, integrasi media sosial dalam sistem promosi kesehatan lingkungan memerlukan kolaborasi multidisiplin antara praktisi kesehatan masyarakat, peneliti komunikasi, teknologist, dan pembuat kebijakan. Dengan pendekatan yang tepat, media sosial dapat menjadi katalis yang powerful untuk menciptakan perubahan perilaku yang berkontribusi pada lingkungan yang lebih sehat dan berkelanjutan. Kontribusi penelitian ini terletak pada penyediaan evidence base yang komprehensif untuk penggunaan media sosial dalam promosi kesehatan lingkungan, pengembangan framework teoritis yang integratif, dan rekomendasi praktis untuk implementasi yang efektif. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menginformasikan kebijakan dan praktik di bidang promosi kesehatan masyarakat, komunikasi kesehatan, dan kesehatan lingkungan.

DAFTAR REFERENSI

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.

Bandura, A. (2004). Health promotion by social cognitive means. *Health Education & Behavior*, 31(2), 143-164.

Batson, C. D. (2014). *The altruism question: Toward a social-psychological answer*. Psychology Press.

Bowen, K. J., & Ebi, K. L. (2017). Health risks of climate change in the World Health Organization South-East Asia region. *WHO South East Asia Journal of Public Health*, 6(2), 3-8.

Chen, Y., Ghosh, M., Liu, Y., & Zhao, L. (2019). Media coverage of climate change and sustainable product consumption: Evidence from the hybrid vehicle market. *Journal of Marketing Research*, 56(6), 995-1011.

Evans, W. D., Blitstein, J., Vallone, D., Post, S., & Nielsen, W. (2015). Systematic review of health branding: Growth of a promising practice. *Translational Behavioral Medicine*, 5(1), 24-36.

Junsheng, H., Akhtar, R., Masud, M. M., Rana, M. S., & Banna, H. (2019). The role of mass media in communicating climate science: An empirical evidence. *Journal of Cleaner Production*, 238, 117934.

Kaiser, F. G., & Gutscher, H. (2003). The proposition of a general version of the theory of planned behavior: Predicting ecological behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 33(3), 586-603.

Kollmuss, A., & Agyeman, J. (2002). Mind gaps and environmental knowledge, attitude and behavior. *Environmental Education Research*, 8(3), 239-260.

Korda, H., & Itani, Z. (2013). Harnessing social media for health promotion and behavior change. *Health Promotion Practice*, 14(1), 15-23.

e-ISSN: 2775 – 8672
p-ISSN: 2775 – 9482

Laranjo, L., Arguel, A., Neves, A. L., Gallagher, A. M., Kaplan, R., Mortimer, N., ... & Lau, A. Y. S. (2015). The influence of social networking sites on health behavior change: A systematic review and meta-analysis. *Journal of the American Medical Informatics Association*, 22(1), 243-256.

Li, F. (2024). Effects of consumers' engagement in pro-environment activities on social media on green consumption behaviour. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*.

Meng, Y., Chung, D., & Zhang, A. (2023). The effect of social media environmental information exposure on the intention to participate in pro-environmental behavior. *PLOS ONE*, 18(11), e0294577.

Seiler, J., Libby, T. E., Jackson, E., Lingappa, J. R., & Evans, W. D. (2022). Social media–based interventions for health behavior change in low-and middle-income countries: Systematic review. *Journal of Medical Internet Research*, 24(4), e31889.

Webb, T. L., Joseph, J., Yardley, L., & Michie, S. (2010). Using the internet to promote health behavior change: A systematic review and meta-analysis of the impact of theoretical basis, use of behavior change techniques, and mode of delivery on efficacy. *Journal of Medical Internet Research*, 12(1), e4.

Zhang, B., Fu, Z., Huang, J., Wang, J., Xu, S., & Zhang, L. (2023). Promote pro-environmental behaviour through social media: An empirical study based on Ant Forest. *Technological Forecasting and Social Change*, 192, 122491.