

Penggunaan Media Sosial untuk Meningkatkan Kesadaran dan Partisipasi Masyarakat dalam Pencapaian SDGs Di Indonesia

Dian Mafulla

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Darul Falah Mojokerto, Indonesia

Email: dianmafulla@stiedarulfalahmojokerto.ac.id

Candra Saksama

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi AR-Rofiiyah, Probolinggo, Indonesia

Email: saksamacandra@gmail.com

Sudiah Hestianah

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Darul Falah Mojokerto, Indonesia

Email: sudiahhestianah@stiedarulfalahmojokerto.ac.id

Adam Nur Muhammad

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Darul Falah Mojokerto, Indonesia

Email: adamnurmuhhammad@stiedarulfalahmojokerto.ac.id

ABSTRAK

Pemanfaatan media sosial telah menjadi strategi penting dalam meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam mencapai *Sustainable Development Goals (SDGs)*. Identifikasi target audiens yang relevan, pembuatan konten informatif dan interaktif, serta kolaborasi dengan influencer menjadi faktor kunci dalam kampanye SDGs melalui media sosial. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan studi literatur sebagai teknik pengumpulan data. Analisis dilakukan terhadap berbagai referensi terkait penggunaan media sosial untuk SDGs. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial efektif dalam meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat terhadap SDGs. Kolaborasi dengan influencer dan pengembangan konten interaktif menjadi strategi yang berhasil dalam mencapai tujuan kampanye. Selain itu, pemanfaatan teknologi dan analisis data juga berperan penting dalam meningkatkan efektivitas kampanye SDGs melalui media sosial. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam pemahaman tentang pentingnya pemanfaatan media sosial dalam mencapai SDGs. Implikasi praktisnya adalah pengembangan strategi kampanye yang lebih efektif dan kreatif untuk meningkatkan partisipasi masyarakat. Dengan demikian, penggunaan media sosial dapat menjadi alat yang powerful dalam mencapai SDGs dengan melibatkan masyarakat secara aktif. Kolaborasi, konten yang relevan, dan evaluasi kinerja menjadi kunci keberhasilan dalam kampanye SDGs melalui media sosial.

Kata Kunci: Strategi pemasaran, omset, penjualan

ABSTRACT

Indomaret is a real form of rapid economic development in the activities of companies engaged in trade. Indomaret is widespread with very diverse marketing strategies. Starting from selecting locations, setting prices,

promotions, to offering facilities and services that make customers feel comfortable. This is also done at Indomaret Kalen in order to increase daily sales turnover. At Indomaret Kalen, various types of efforts are made to increase sales turnover, marketing strategies are carried out as best as possible to provide maximum results. However, sometimes Indomaret Kalen experiences problems in implementing this marketing strategy, including declining product quality and prices that are less affordable according to customer assumptions. To overcome these obstacles, Indomaret Kalen evaluates and analyzes market trends, creates product innovations, strengthens customer service, and creates product bundling promotions so that the sales process does not face major losses and risks.

Keywords: *Marketing strategy, turnover, sales*

PENDAHULUAN

Pencapaian *Sustainable Development Goals (SDGs)* merupakan tantangan global yang memerlukan partisipasi aktif dari seluruh lapisan masyarakat. Dalam era digital yang semakin berkembang, pemanfaatan media sosial telah menjadi salah satu sarana efektif untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan. Dengan jangkauan yang luas dan kemampuan untuk menyampaikan pesan secara cepat dan interaktif, media sosial memiliki potensi besar untuk menjadi alat yang powerful dalam kampanye SDGs (Thoriq & Sari, 2024).

Pencapaian *Sustainable Development Goals (SDGs)* di Indonesia saat ini menunjukkan beberapa perkembangan yang signifikan. Menurut Sustainable Development Report 2024, capaian SDGs Indonesia mencapai 63% dari total target yang dapat dievaluasi. Hal ini menunjukkan bahwa Indonesia telah mencapai beberapa tujuan, tetapi masih memiliki beberapa tujuan yang perlu diperbaiki (Bappenas, 2024).

Pemerintah Indonesia telah berupaya meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam upaya pencapaian SDGs. Contohnya, *Indonesia's SDGs Action Awards (SAA) 2024* digelar untuk mengapresiasi beragam aksi yang berkontribusi untuk pencapaian target SDGs. Dalam beberapa referensi, Indonesia telah menunjukkan kemajuan dalam mencapai SDGs, tetapi masih memiliki beberapa tantangan yang perlu diatasi. Oleh karena itu, perlu terus meningkatkan keterlibatan masyarakat dan strategi yang efektif untuk mencapai tujuan SDGs 2030 dan visi Indonesia Emas 2045 (Bappenas, 2024).

Potensi media sosial sebagai alat yang efektif dalam mencapai *Sustainable Development Goals (SDGs)* terlihat dalam beberapa aspek. Media sosial memungkinkan penyebaran informasi yang cepat dan luas, sehingga dapat membantu meningkatkan kesadaran masyarakat tentang SDGs. Dengan menggunakan platform seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan TikTok, informasi tentang SDGs dapat disebarkan secara efektif dan mencapai target audiens yang luas (Fahri, 2024).

Media sosial memungkinkan keterlibatan masyarakat secara langsung dalam kampanye-kampanye yang terkait dengan SDGs. Contohnya, pengguna dapat membuat video pendek yang menyorotkan isu-isu lokal yang memerlukan perhatian, seperti yang dilakukan oleh konten kreator di TikTok. Penelitian menunjukkan bahwa strategi-strategi yang efektif dalam menggunakan media sosial untuk SDGs meliputi penggunaan konten visual yang menarik, keterlibatan aktif komunitas online, serta kolaborasi dengan influencer dan tokoh publik (Fahri, 2024).

Media sosial membantu dalam mencapai tujuan SDGs dengan memungkinkan masyarakat untuk terhubung secara langsung, akses informasi dengan cepat, dan pendidikan publik. Dengan demikian, media sosial memainkan peran penting dalam transformasi sosial di era digital. Teknologi digital dapat dimanfaatkan untuk mendukung SDGs serta mengidentifikasi tantangan dan strategi yang efektif untuk mengintegrasikannya dalam agenda pembangunan global. Implementasi teknologi digital dalam upaya pencapaian SDGs telah mendapatkan perhatian khusus dalam forum politik tingkat tinggi (Alim et al., 2024).

Melalui konten yang menarik, informatif, dan relevan, media sosial mampu membangun kesadaran masyarakat tentang isu-isu penting yang terkait dengan SDGs. Dengan adanya fitur-fitur seperti gambar, infografis, video, dan quotes, pesan-pesan mengenai tujuan pembangunan berkelanjutan dapat disampaikan secara lebih menarik dan mudah dipahami oleh masyarakat luas. Selain itu, kolaborasi dengan influencer dan tokoh publik juga dapat memperkuat kampanye SDGs melalui media sosial dengan mencapai target audiens yang lebih luas dan beragam (Sul-sel, 2021).

Dalam konteks penggunaan media sosial untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam pencapaian SDGs, terdapat beberapa kekurangan yang perlu diperhatikan: 1) Kesenjangan Informasi dan Isolasi Digital: Terdapat potensi terjadinya kesenjangan informasi dan isolasi digital di kalangan pengguna media berbasis internet, yang dapat mempengaruhi efektivitas kampanye SDGs melalui media sosial. 2) Kurangnya Pengembangan Konten yang Relevan: Adanya kebutuhan untuk terus mengembangkan konten yang relevan dan interaktif agar dapat menarik perhatian target audiens dan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam tujuan pembangunan berkelanjutan. 3) Keterbatasan Evaluasi dan Pengukuran Kinerja: Diperlukan pengembangan metrik evaluasi yang lebih komprehensif untuk mengukur kinerja kampanye SDGs di media sosial secara lebih akurat dan mendalam. 4) Kurangnya Kolaborasi dengan Pihak Eksternal: Pentingnya kolaborasi dengan influencer, tokoh publik, dan pihak eksternal lainnya untuk memperluas jangkauan kampanye dan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang SDGs (Thoriq & Sari, 2024).

Pada kenyataannya, belum ada informasi yang menyebutkan adanya dampak negatif dari penggunaan media sosial dalam meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam pencapaian SDGs. Namun, perlu diingat bahwa penggunaan media sosial juga dapat menimbulkan tantangan seperti penyebaran informasi yang tidak valid, polarisasi opini, dan potensi adanya filter bubbles yang dapat membatasi paparan informasi yang beragam bagi pengguna (Artisa, 2023).

Penggunaan media sosial telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari masyarakat modern, sehingga memanfaatkannya untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi dalam pencapaian *Sustainable Development Goals (SDGs)* merupakan langkah yang relevan dan efektif. Media sosial memiliki potensi untuk menjangkau audiens yang luas, memfasilitasi interaksi dua arah, dan menyebarkan informasi dengan cepat, sehingga dapat digunakan sebagai alat untuk edukasi, kampanye, dan mobilisasi masyarakat dalam mendukung tujuan pembangunan berkelanjutan (Thoriq & Sari, 2024).

Tujuan dari penggunaan media sosial dalam konteks SDGs adalah untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang isu-isu pembangunan berkelanjutan dan mendorong partisipasi aktif dalam upaya mencapai tujuan-tujuan tersebut. Hipotesis yang mendasari penggunaan media sosial untuk SDGs adalah bahwa

strategi yang tepat dalam penggunaan konten yang menarik, kolaborasi dengan influencer, evaluasi kinerja kampanye, dan penggunaan strategi kreatif akan berkontribusi pada peningkatan kesadaran, partisipasi, dan efektivitas dalam mencapai Sustainable Development Goals. Dengan demikian, penggunaan media sosial diharapkan dapat menjadi sarana yang efektif dalam mendukung agenda pembangunan berkelanjutan secara global (Yanis et al., 2023).

Dengan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penggunaan media sosial dalam meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam pencapaian SDGs. Melalui pendekatan kualitatif deskriptif dan studi literatur, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang mendalam tentang strategi efektif dalam memanfaatkan media sosial untuk mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan (Yanis et al., 2023).

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan studi literatur sebagai metode utama pengumpulan data. Metode penelitian ini berfokus pada menganalisis literatur terkait penggunaan media sosial untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam pencapaian SDGs. Melalui pendekatan kualitatif deskriptif, penelitian ini bertujuan memberikan wawasan mendalam tentang strategi yang efektif dalam memanfaatkan media sosial untuk mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan (Rifaldi, 2020).

Desain penelitian melibatkan pendekatan kualitatif deskriptif dengan fokus pada studi literatur terkait dampak media sosial terhadap kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam SDGs. Dengan menganalisis berbagai sumber seperti jurnal, buku, dan dokumen relevan, desain penelitian bertujuan untuk menjelajahi strategi, tantangan, dan peluang yang terkait dengan penggunaan media sosial untuk SDGs (Handika, 2018).

Populasi untuk penelitian ini mencakup berbagai sumber literatur terkait penggunaan media sosial untuk kesadaran dan partisipasi dalam SDGs. Sampel dipilih berdasarkan relevansinya dan kontribusinya terhadap pemahaman topik. Penelitian ini mencakup beragam sumber untuk memastikan analisis yang komprehensif tentang materi yang dibahas (Handika, 2018).

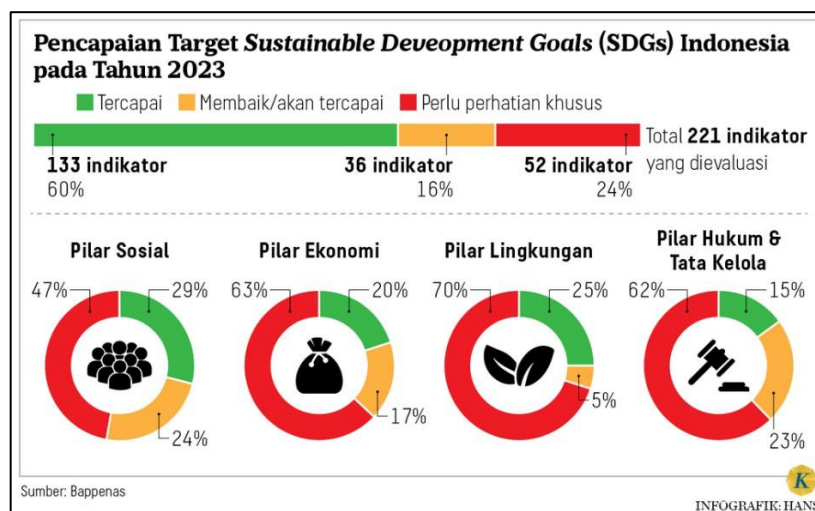
Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini terutama terdiri dari sumber literatur seperti jurnal akademis, buku, dan dokumen relevan yang memberikan

wawasan tentang penggunaan media sosial untuk SDGs. Instrumen-instrumen ini menjadi sumber data utama untuk penelitian, membantu dalam pengumpulan informasi tentang strategi, dampak, dan praktik terbaik terkait media sosial dan SDGs (Sugiyono, 2014).

Prosedur penelitian melibatkan melakukan analisis mendalam terhadap sumber literatur yang dipilih untuk mengekstrak informasi relevan tentang peran media sosial dalam meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam SDGs. Prosedur-prosedur ini mencakup meninjau dan mensintesis temuan dari berbagai sumber untuk mengidentifikasi tema, tren, dan wawasan kunci terkait dengan tujuan penelitian. Melalui pendekatan sistematis dalam analisis data, penelitian ini bertujuan memberikan wawasan berharga tentang pemanfaatan media sosial yang efektif untuk tujuan pembangunan berkelanjutan (Nursanjaya, 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pencapaian *Sustainable Development Goals (SDGs)* di Indonesia tahun 2023 melalui pemanfaatan media sosial telah menunjukkan kemajuan yang signifikan, dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 1. Pencapaian SDGs Indonesia 2023

Dari gambar diatas terdapat beberapa contoh pencapaian SDGs di Indonesia tahun 2023: Pertama, Pencapaian Kesadaran dan Partisipasi yaitu kesadaran masyarakat: Media sosial telah meningkatkan kesadaran masyarakat tentang SDGs melalui konten yang menarik dan interaktif seperti gambar, infografis, vlog, dan quotes. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial dapat meningkatkan

kesadaran masyarakat tentang SDGs dengan cara yang efektif. Selanjutnya, Partisipasi Masyarakat: Media sosial juga telah meningkatkan partisipasi masyarakat dalam proses politik dan keterlibatan warga di semua tingkat. Contohnya, media sosial telah digunakan untuk memobilisasi aksi dan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang isu-isu yang terkait dengan SDGs (Suharso, 2023).

Kedua, pencapaian pengembangan sosial yaitu pendidikan publik: Media sosial telah meningkatkan akses informasi dan pendidikan publik tentang SDGs. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial dapat meningkatkan akses informasi dan pendidikan publik dengan cara yang efektif. Selanjutnya adalah hak masyarakat: Media sosial telah meningkatkan hak masyarakat atas informasi dan akses terhadap data pemerintah. Contohnya, media sosial telah digunakan untuk memastikan masyarakat menikmati kebebasan berbicara, berasosiasi, melakukan protes damai, dan akses terhadap media dan informasi independen (Suharso, 2023).

Ketiga, pencapaian pengembangan ekonomi yaitu pembangunan ekonomi berkelanjutan: Media sosial telah meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya pembangunan ekonomi berkelanjutan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya pembangunan ekonomi berkelanjutan dengan cara yang efektif. Serta pengembangan kapasitas dalam hal ini media sosial telah meningkatkan pengembangan kapasitas organisasi dan individu untuk menggunakan media sosial secara efektif dalam meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat. Contohnya, media sosial telah digunakan untuk mengembangkan kapasitas organisasi dan individu dalam menggunakan media sosial untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat (Suharso, 2023).

Keempat, Pencapaian Pengembangan Lingkungan yaitu pengembangan lingkungan berkelanjutan: Media sosial telah meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya pengembangan lingkungan berkelanjutan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya pengembangan lingkungan berkelanjutan dengan cara yang efektif. Pengembangan kapasitas: Media sosial telah meningkatkan pengembangan kapasitas organisasi dan individu untuk menggunakan media sosial secara efektif dalam meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat. Contohnya, media

sosial telah digunakan untuk mengembangkan kapasitas organisasi dan individu dalam menggunakan media sosial untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat (Suharso, 2023).

Kelima, Pencapaian Nasional yaitu Indonesia telah menempati peringkat 75 dunia dalam pencapaian SDGs, meningkat dari peringkat 102 empat tahun lalu. Skor Indonesia juga meningkat dari 64,2 pada 2019 menjadi 70,2 pada 2023. Laporan Pelaksanaan SDGs Tahun 2023 ini memuat analisis pada 17 Tujuan SDGs yang meliputi kondisi terkini, tantangan, dan kebijakan mendatang. Selain itu, untuk memperlihatkan capaian pelaksanaan TPB/SDGs secara lebih komprehensif, laporan juga dilengkapi dengan analisis berbasis wilayah, demografi, sosial dan ekonomi untuk melihat isu secara lebih mendalam khususnya pada masyarakat rentan yang memerlukan perhatian khusus (Suharso, 2023).

Penggunaan media sosial dapat efektif meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam pencapaian *Sustainable Development Goals (SDGs)*. Dengan strategi penggunaan media sosial yang tepat, seperti konten yang menarik, interaktif, dan berisi informasi yang relevan, serta melibatkan target audiens yang sesuai seperti kaum muda yang aktif di media sosial, kampanye SDGs dapat mencapai tujuannya dengan lebih baik. Kolaborasi dengan influencer dan tokoh publik juga terbukti efektif dalam meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat. Evaluasi dan pengukuran kinerja kampanye melalui metrik yang relevan seperti jumlah pengguna, interaksi, dan partisipasi juga penting untuk memastikan keberhasilan kampanye. Dengan pengembangan strategi kreatif dan menyeluruh serta penggunaan teknologi seperti analisis data, media sosial dapat menjadi alat yang kuat dalam mencapai SDGs (Junis, 2024).

Pentingnya peran media sosial dalam meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam pencapaian *Sustainable Development Goals (SDGs)*. Dengan adanya kemajuan teknologi dan penetrasi media sosial yang luas, kampanye SDGs dapat mencapai target audiensnya dengan lebih efektif dan efisien. Strategi penggunaan konten yang menarik, interaktif, dan informatif telah terbukti berhasil dalam membangun kesadaran dan memotivasi partisipasi masyarakat (Junis, 2024).

Kolaborasi dengan influencer dan tokoh publik juga menjadi faktor kunci dalam memperluas jangkauan kampanye dan meningkatkan keterlibatan

masyarakat. Evaluasi kinerja kampanye melalui metrik yang relevan memberikan pemahaman yang lebih baik tentang dampak dan efektivitas dari upaya yang dilakukan. Selain itu, pengembangan strategi yang kreatif dan menyeluruh serta pemanfaatan teknologi seperti analisis data menjadi langkah penting dalam memperkuat kampanye SDGs melalui media sosial (Thoriq & Sari, 2024).

Meskipun terdapat keberhasilan dalam penggunaan media sosial untuk SDGs, diskusi juga mencatat adanya tantangan seperti penyebaran informasi yang tidak valid, polarisasi opini, dan potensi filter bubbles yang dapat membatasi paparan informasi yang beragam bagi pengguna. Oleh karena itu, perlu adanya upaya untuk mengatasi tantangan tersebut melalui strategi yang lebih cermat dan pemantauan yang terus-menerus terhadap dampak dari kampanye yang dilakukan. Dengan demikian, diskusi ini menegaskan bahwa penggunaan media sosial dapat menjadi alat yang powerful dalam mencapai SDGs, namun juga memerlukan pendekatan yang hati-hati dan terencana untuk memaksimalkan potensinya (Junis, 2024).

Analisis Dampak dan Tantangan dalam penggunaan media sosial untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam pencapaian SDGs, terdapat analisis dampak dan tantangan yang perlu dipertimbangkan (Thoriq & Sari, 2024):

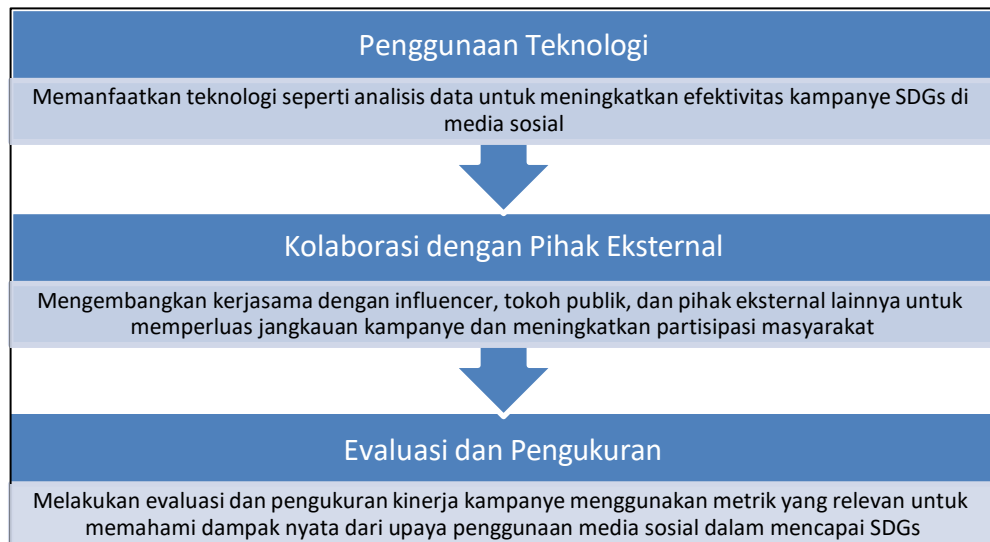
Tabel 1. Analisis Dampak, Tantangan dan Peluang

Analisis Dampak	Tantangan dan Peluang
Kesadaran Masyarakat Penggunaan media sosial dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang isu-isu pembangunan berkelanjutan dan tujuan SDGs yang perlu dicapai. Partisipasi Masyarakat Media sosial dapat memfasilitasi partisipasi aktif masyarakat dalam berbagai inisiatif dan kampanye yang mendukung pencapaian SDGs.	Filter Bubbles dan Isolasi Digital Tantangan dalam mengatasi filter bubbles dan isolasi digital yang dapat membatasi jangkauan pesan-pesan tentang SDGs di media sosial. Konten yang Tidak Relevan Tantangan dalam menyajikan konten yang relevan dan menarik bagi audiens sehingga dapat mempengaruhi efektivitas kampanye SDGs. Evaluasi Kinerja

Pencapaian Tujuan SDGs Dengan meningkatnya kesadaran dan partisipasi masyarakat, diharapkan dapat memberikan kontribusi positif dalam mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan.	Tantangan dalam mengukur kinerja kampanye secara akurat dan menyeluruh untuk memahami dampak nyata dari penggunaan media sosial dalam mencapai SDGs. Kolaborasi dan Keterlibatan Tantangan dalam membangun kolaborasi yang kuat dengan pihak eksternal dan meningkatkan keterlibatan masyarakat secara berkelanjutan.
---	---

Dengan memahami analisis dampak dan tantangan tersebut, dapat dirancang strategi yang lebih efektif dan solusi yang tepat untuk mengoptimalkan penggunaan media sosial dalam mendukung pencapaian Sustainable Development Goals (Thoriq & Sari, 2024).

Implementasi strategi efektif yaitu dengan melaksanakan strategi yang telah dirancang dengan efektif untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam pencapaian SDGs. Pengembangan Strategi Kreatif: Terus mengembangkan strategi kreatif dan inovatif dalam penggunaan media sosial untuk mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan. Pengembangan Kapasitas: Meningkatkan kapasitas organisasi dan individu dalam memanfaatkan media sosial secara efektif untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat. Pengembangan Konten Relevan: Terus mengembangkan konten yang relevan, informatif, dan interaktif untuk menarik perhatian masyarakat dan memperkuat pesan-pesan terkait SDGs (Thoriq & Sari, 2024). Langkah Implementasi dapat dijelaskan pada gambar berikut:



Gambar 2. Langkah-langkah Implementasi

Dengan mengimplementasikan strategi-strategi ini dan terus mengembangkan pendekatan yang kreatif, diharapkan penggunaan media sosial dapat menjadi alat yang efektif dalam mendukung pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan dan meningkatkan kesadaran serta partisipasi masyarakat.

Penggunaan media sosial untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam pencapaian *Sustainable Development Goals (SDGs)* sangat signifikan. Beberapa implikasi yang dapat diidentifikasi adalah: Satu, peningkatan Kesadaran Masyarakat: Dengan memanfaatkan media sosial secara efektif, kesadaran masyarakat terhadap isu-isu pembangunan berkelanjutan dapat ditingkatkan secara luas dan cepat. Hal ini dapat membantu mengedukasi masyarakat tentang pentingnya tujuan SDGs dan mendorong tindakan positif (Sulsel, 2021).

Dua, Partisipasi Masyarakat yang Lebih Aktif: Media sosial memberikan platform yang memungkinkan partisipasi aktif dari masyarakat dalam berbagai kampanye dan inisiatif terkait SDGs. Dengan melibatkan masyarakat secara langsung melalui media sosial, tingkat keterlibatan dan kontribusi dapat ditingkatkan (Pristiandaru, 2023).

Tiga, Pengaruh Positif terhadap Pencapaian SDGs: Dengan strategi yang tepat dalam penggunaan media sosial, kampanye SDGs dapat mencapai targetnya dengan lebih efektif dan efisien. Hal ini dapat berkontribusi pada pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan secara keseluruhan (Pristiandaru, 2023).

Empat, Peningkatan Keterlibatan Pihak-pihak Terkait: Kolaborasi dengan influencer, tokoh publik, dan pihak-pihak terkait lainnya melalui media sosial dapat memperluas jangkauan kampanye dan meningkatkan keterlibatan dari berbagai pihak dalam upaya mencapai SDGs (Pristiandaru, 2023).

Lima, Tantangan dan Peluang Baru: Penggunaan media sosial juga membawa tantangan baru seperti penyebaran informasi yang tidak valid dan polarisasi opini. Namun, hal ini juga membuka peluang untuk mengatasi tantangan tersebut melalui strategi yang lebih inovatif dan terarah (Widyasanti, 2020).

Dengan memahami implikasi dari penggunaan media sosial untuk SDGs, pihak-pihak terkait dapat merancang strategi yang lebih efektif dan berkelanjutan dalam memanfaatkan potensi media sosial untuk mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan secara global (Widyasanti, 2020).

KESIMPULAN

Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa media sosial memiliki peran yang signifikan dalam memajukan agenda pembangunan berkelanjutan. Melalui konten yang menarik dan interaktif seperti gambar, infografis, vlog, dan quotes, media sosial mampu meningkatkan kesadaran masyarakat tentang SDGs secara efektif. Selain itu, media sosial juga memungkinkan akses informasi dan pendidikan publik yang lebih luas, serta memberikan hak masyarakat atas informasi dan akses terhadap data pemerintah.

Penggunaan media sosial juga telah terbukti dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya pembangunan ekonomi berkelanjutan dan lingkungan berkelanjutan. Dengan strategi penggunaan media sosial yang tepat, seperti pengembangan konten relevan, identifikasi target audiens yang sesuai, dan pengembangan kapasitas organisasi dan individu, partisipasi masyarakat dalam mencapai SDGs dapat ditingkatkan secara signifikan.

Indonesia sendiri telah menunjukkan kemajuan dalam pencapaian SDGs, dengan peningkatan peringkat dan skor dalam beberapa tahun terakhir. Hal ini menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial telah memberikan kontribusi positif dalam upaya mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan di tanah air. Dengan demikian, penggunaan media sosial menjadi salah satu instrumen penting dalam memperkuat kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam mencapai SDGs.

REFERENSI

- Alim, S., Berkelanjutan, T. P., Goals, S. D., Bangsa-bangsa, P., Politik, F., Tinggi, T., Berkelanjutan, P., Forum, H. P., Development, S., Pbb, S. J., Guterres, A., Jacobson, R., Mechanism, T. F., Technology, S., & Nations, U. (2024). *Pemanfaatan Teknologi Digital dalam Pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs)*: 9, 2023–2024. <https://sdgs.ub.ac.id/pemanfaatan-teknologi-digital-dalam-pencapaian-tujuan-pembangunan-berkelanjutan-sdgs-tantangan-dan-prospek/>
- Artisa, Ri. A. (2023). Strategi Peningkatan Partisipasi Masyarakat Dalam Perencanaan *Sustainable Development Goals (SDGs)* Desa. Studi Kasus: Desa Ciburial, Kecamatan Cimenyan, Kabupaten Bandung, Jawa Barat. *Inovasi Pembangunan : Jurnal Kelitbangan*, 11(01), 61. <https://doi.org/10.35450/jip.v11i01.349>
- Bappenas. (2024). *Indonesia Usung Tujuan Berkelanjutan (TPB / SDGs) Di World EXPO 2025 OSAKA*. 2–7. <https://sdgs.bappenas.go.id/indonesia-usung-pembangunan-berkelanjutan-di-world-expo-2025-osaka/>
- Fahri, M. N. (2024). Strategi Media Sosial untuk Memperkuat Pemahaman dan Partisipasi Publik terhadap Tujuan Pembangunan Berkelanjutan 2030. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(3), 139–148. <https://doi.org/https://doi.org/10.62017/jimea.v1i3.1305>
- Handika, M. R. (2018). Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 15(2), 192–203.
- Junis, M. A. (2024). Transformasi Sosial di Era Digital : Peran Media Sosial dalam Meningkatkan Kesadaran terhadap Tujuan Pembangunan Berkelanjutan 2030. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(3), 31–39. <https://doi.org/https://doi.org/10.62017/jimea>
- Nursanjaya. (2021). Understanding Qualitative Research Prosedures: A Practical Guide to Make It Easier for Students. *Negotium: Journal of Business Administration Science*, 04(01), 126-141 (In Indonesia).
- Pristiandaru, D. L. (2023). *Media Online Paling Dipercaya Pembaca soal Publikasi SDGs Perusahaan atau Merek Khoirul Umam : Pertaruhan Anies Menu ... Menkominfo Tegaskan " Endorse " Situs Judi Golkar Tunggu Hasil*. <https://lestari.kompas.com/read/2023/07/10/130000786/media-online-paling-dipercaya-pembaca-soal-publikasi-sdgs-perusahaan-atau>
- Rifaldi, W. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Pemasaran Minuman Di Banjarbaru (Studi Pada Akun Instagram @ tempatbiasa . kopi). *Ilmu Komunikasi*, 8.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Suharso, M. (2023). Rapor Pembangunan Berkelanjutan Indonesia. *Kompas.Id*. <https://images.app.goo.gl/Z8wxagwPZn1bmQKQ8>

- Sul-sel, D. D. (2021). *Duta Damai Sul-Sel Media Sosial Millenials dalam Agenda SDGs*. <https://dutadamaisulawesiselatan.id/2020/01/28/media-sosial-millenials-dalam-agenda-sdgs/>
- Thoriq, R. A., & Sari, V. R. (2024). Menuju Masa Depan Yang Berkelanjutan : Mengoptimalkan Media Sosial Untuk Meningkatkan Kesadaran SDGs 2030. *Inspirasi Dunia: Jurnal Riset Pendidikan Dan Bahasa*, 3(2), 162–175. <https://doi.org/https://doi.org/10.58192/insdun.v3i2.2109>
- Widyasanti, A. (2020). Perkuat Peran Media dalam Upaya Mencapai Tujuan SDGs, Bappenas Luncurkan SDGs Media Compact. *Bappneas*.
- Yanis, F., Prasetyo, S., Lukiyana, L., Ahmad, M., Saidah, A., Trijayanto, D., & Kamaruddin, M. J. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Dalam Pencapaian SDG's Di Desa Sederhana Muara Gembong. In *Midang* (Vol. 1, Issue 3, p. 128). <https://doi.org/10.24198/midang.v1i3.50545>