



---

## Peran Media Sosial dalam Membentuk dan Menggerakkan Gerakan Sosial Bank Sampah Salatiga Oleh Akun Instagram @bsi.salatiga

*The Role of Social Media in Forming and Driving the Salatiga Garbage Bank Social Movement By Instagram Account @bsi.salatiga*

**Boby Noviandi Purba<sup>1</sup>, Ester Krisnawati<sup>2</sup>, Seto Herwandito<sup>3</sup>**  
Universitas Kristen Satya Wacana, Salatiga, Indonesia<sup>1,2,3</sup>

\*Email : [Bobynoviandi@gmail.com](mailto:Bobynoviandi@gmail.com)

\*Correspondence: *Boby Noviandi Purba*

---

DOI:

10.59141/comserva.v3i4.886

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana peran media sosial dalam membentuk dan menggerakkan gerakan sosial Bank Sampah di Salatiga melalui media sosial khususnya Instagram pada akun @bsi.salatiga, dan untuk melihat sejauh mana akun @bsi.salatiga sebagai media sosial memiliki kekuatan dalam membentuk dan menggerakkan gerakan sosial di dunia maya. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Dalam penelitian ini menggunakan teori Medium. Teori Medium dianggap penting karena media sosial sebagai saluran dalam menggerakkan gerakan sosial konten-konten berbentuk gambar serta video untuk mensosialisasi serta mengedukasi masyarakat, khususnya di Salatiga terhadap pengelolaan sampah. Informan dalam penelitian ini adalah para pihak yang bekerja di Bank Sampah Induk Salatiga. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara terstruktur, observasi, dan studi dokumentasi. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa akun media sosial Instagram @bsi.salatiga berperan penting dalam membentuk dan menggerakkan gerakan sosial, dengan banyaknya masyarakat, khususnya di Salatiga yang sadar dan teredukasi terhadap pengelolaan sampah, serta menjadi penggerak di lingkungan mereka sendiri. Akun media sosial Instagram @bsi.salatiga juga digunakan sebagai media komunikasi di dunia maya, serta media publikasi setiap kegiatan sosial yang dilakukan para pihak Bank Sampah Induk Salatiga, sehingga menarik masyarakat, khususnya Salatiga untuk bergabung dalam gerakan sosial Bank Sampah Induk Salatiga melalui media sosial Instagram.

**Kata kunci:** *Media Sosial, Instagram, Teori Medium, Gerakan Sosial*

### **ABSTRACT**

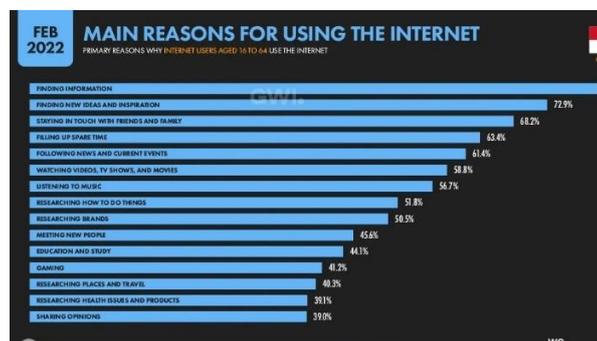
*This study aims to see how the role of social media in shaping and driving the Bank Sampah social movement in Salatiga through social media, especially Instagram on the @bsi.salatiga account, and to see to what extent the @bsi.salatiga account as social media has the power to shape and move social movements in cyberspace. The approach used in this study is a qualitative approach with descriptive methods. In this study using the Medium theory. Medium theory is considered important because social media is a channel in*

*driving social movements of content in the form of images and videos to socialize and educate the public, especially in Salatiga, about waste management. Informants in this study are parties who work at the Bank Sampah Induk Salaatiga. Data collection techniques used are structured interviews, observation, and documentation studies. The results of this study indicate that the social media account Instagram @bsi.salatiga plays an important role in forming and mobilizing social movements, with many people, especially in Salatiga, who are aware and educated about waste management, and become movers in their own environment. The Instagram social media account @bsi.salatiga is also used as a communication medium in cyberspace, as well as a media publication for every social activity carried out by the Bank Sampah Induk Salatiga, thereby attracting the public, especially Salatiga to join the Salatiga Main Garbage Bank social movement through social media Instagram.*

**Keywords:** Social Media, Instagram, Medium Theory, Social Movement

## PENDAHULUAN

Teknologi dibuat untuk mempermudah aktivitas manusia (Nurudin, 2017), salah satunya yaitu dapat mengakses informasi dengan cepat melalui internet. Internet adalah jaringan modern sebagai dampak pengembangan dari teknologi satelit (Nurudin, 2017). jumlah pemakaian internet di Indonesia pada awal tahun 2022 mencapai 204, 7 juta pengguna, atau 73, 7 persen. Penggunaan internet ini meningkat di antara 2021 dan 2022 sebesar 2,1 juta atau 1 persen. Tidak hanya itu juga, DataReportal juga menyebutkan bahwa jumlah jumlah perangkat seluler yang terkoneksi di Indonesia mencapai 370,1 juta pada awala tahun 2022. Angka tersebut mendapat peningkatan sebesar 13 juta atau 3,6 persen pada periode yang sama di tahun sebelumnya. Perangkat seluler yang terhubung tidak hanya telepon genggam, tetapi juga tablet. Angka tersebut lebih tinggi dari jumlah penduduk di Indonesia, yang kini mencapai 277, 7 juta pada awal tahun 2022. Dari data yang disebutkan, dapat disimpulkan bahwa komunikasi melalui media sosial dengan jaringan internet sudah menjadi kebiasaan sehari- hari pada masyarakat Indonesia (Jemadu, n.d.).



(Gambar 1: Main Reason for Using Internet, February 2022)

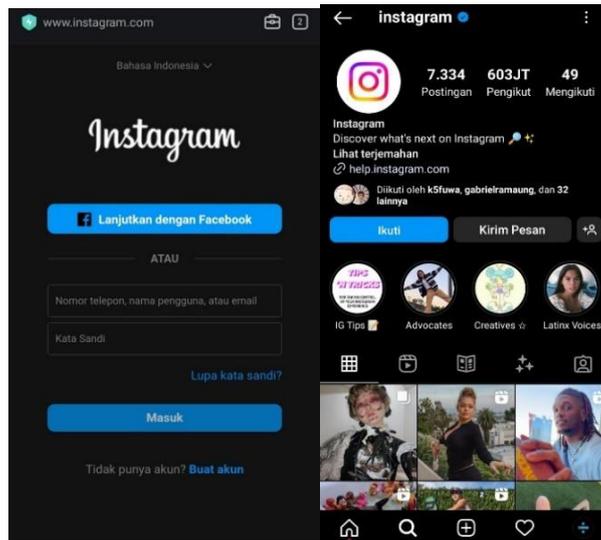
Terdapat beberapa alasan terhadap pengguna internet di Indonesia per february 2022, yaitu menggunakan internet sebagai informasi (80,1 persen), menggunakan internet sebagai sarana dalam menemukan ide baru maupun inspirasi (72,9 persen), menggunakan internet untuk berinteraksi dengan teman dan keluarga (68,2 persen), menggunakan internet untuk mengisi waktu luang (63,4 persen), menggunakan internet untuk mengikuti kejadian atau berita terkini (61,4 persen), menggunakan internet untuk menonton tv, video ataupun film (58,8 persen), dan sebagainya (Kemp, 2022).

Richard Hunter menyatakan kehadiran media baru telah menjadikan informasi sebagai sesuatu yang mudah dicari dan terbuka (Nasrullah, 2016). Media Sosial diperkenalkan melalui media baru. Media sosial telah menjadi media yang penting sebab kehadirannya dapat membuat penyampaian pesan menjadi lebih mudah dan cepat (Putriani & Aras, 2022). Media sosial pada saat ini sering digunakan untuk berkomunikasi melalui internet. Media sosial mempunyai fungsi positif, yaitu memudahkan dari inovasi maupun kemajuan yang diberikan, sehingga dapat memberikan informasi yang terjadi dalam masyarakat. Informasi yang diberikan melalui media sosial mempunyai sifat korelasi yang dapat menjelaskan, mengomentari makna dari peristiwa dan informasi yang diberikan, serta melakukan sosialisasi dan membentuk consensus (Dewantara & Widhyharto, 2015). Dalam menggunakan media sosial dapat memobilisasi untuk mengkampanyekan tujuan masyarakat, baik bidang politik, agama maupun pembangunan pekerjaan (Alyusi, 2019). Hiburan juga dapat ditemukan di media sosial, untuk meredakan ketegangan dan sebagai sarana relaksasi. Jumlah pengguna media sosial di Indonesia yaitu mencapai 191,4 juta atau 68,9 persen pada awal tahun 2022. Jumlah ini mengalami peningkatan sebesar 21 juta atau 12,6 persen dari tahun 2021 (Kemp, 2022).



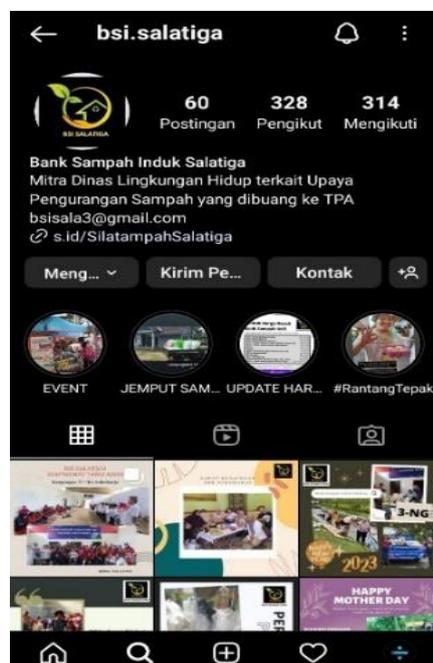
**Gambar 2 Instagram : Advertising Audience Overview, February 2022**

Popularitas pengguna aplikasi Instagram di Indonesia terus mengalami kenaikan setiap tahunnya. Pengguna Instagram di Indonesia mencapai 99,15 juta per Februari 2022, dengan presentase pengguna Instagram berjenis kelamin perempuan sebesar 52,3 persen dan berjenis kelamin laki-laki sebesar 47,7 persen (Kemp, 2022).



**Gambar 3 dan 4 Tampilan Masuk dan Beranda Instagram**

Aplikasi Instagram tidak hanya digunakan untuk berbagi foto maupun video tentang kegiatan para penggunanya saja, tetapi dapat dimanfaatkan oleh oleh pengguna perseorangan maupun kelompok untuk menyampaikan gagasan maupun ide kepada masyarakat. Salah satu pengguna yang memanfaatkan aplikasi ini yaitu akun @bsi.salatiga. Akun ini membantu dalam gerakan sosial dalam pengurangan sampah yang dibuang ke TPA. Bank Sampah Induk Salatiga merupakan bagian Mitra Dinas Lingkungan Hidup Salatiga.



**Gambar 5 Tampilan Akun Instagram @bsi.salatiga**

Berangkat dari keprihatinan mengenai sampah yang semakin banyak setiap harinya, akun ini mengajak masyarakat pada kota Salatiga bergerak dalam mengatasi dan mengurangi hal tersebut, yang dimana melakukan aksi nyata, dikarenakan sampah sudah menjadi masalah dunia maupun di Indonesia setiap tahunnya. Indonesia menghasilkan 67,8 juta ton sampah pada tahun 2020, dan penyumbang sampah terbesar berasal dari rumah tangga sebesar 37,3 persen. (Prihatini Z, 2022).

Pada tahun 2020, jumlah sampah yang terdapat pada TPA sebesar 30.550 ton. Pemerintah pusat melalui Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) menerbitkan Peta Jalan Pengurangan Sampah oleh Produsen yang terdapat dalam Peraturan Menteri LHK No. P.75/MenLHK/Setjen/Kum.1/10/2019. Peraturan tersebut secara garis besarnya untuk mendorong produsen dalam mengurangi sampah dengan target 30% dibandingkan prediksi timbunan sampah tahun 2029 (dinas lingkungan hidup, 2020).

Hasil penelitian terdahulu yang mengungkapkan bahwa media sosial Instagram dapat berperan dalam membentuk dan menggerakkan gerakan sosial. Salah satunya adalah penelitian yang dilakukan oleh Lauren Kurnia Tjokro dari Universitas Kristen Satya Wacana (Tjokro et al., 2018) yang menguji peran media sosial dalam membentuk dan menggerakkan gerakan sosial anti mengemis di Solo pada akun media Instagram @ketimbang.ngemis.soloo 2015. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial Instagram dapat berpengaruh dalam membentuk dan menggerakkan gerakan sosial, serta dapat berperan sebagai media komunikasi antar komunitas dengan khalayak, dan sebagai publikasi komunitas (Dewantara & Widhyarto, 2015).

Pada penelitian ini memfokuskan beberapa elemen yang dipakai dalam membentuk dan menggerakkan sosial didalam media sosial, yaitu teori medium dan gerakan sosial baru.

Media baru memiliki beberapa bagian yang menjadi pembeda dari media lama. Media baru dapat tersebar dari sumber kepada banyak khalayak, dan terdapat komunikasi timbal balik atau dua arah, dikarenakan media melibatkan pengalaman kepada khalayak dalam ruang dan waktu. Holmes menyatakan media baru juga memfasilitasi setiap masyarakat, sehingga dapat dikatakan bahwa media adalah instrument demokratisasi dan kewarganegaraan yang universal, sehingga khalayak tetap bisa mempertahankan individualitas mereka, tanpa meninggalkan keragaman identitas masing – masing (Nasrullah, 2016) (ARNAZ, 2022). Wolton menyatakan media baru memakai cara permintaan, yang diawali dengan meminta informasi, selanjutnya penyuguhan, dan khalayak mengonsumsinya (Nengah & Ariyani, 2018).

Innis, McLuhan, Meyeowitz, Holmes, dan Moores mengatakan bahwa media adalah pembawa pesan, sedangkan medium membawa konten sekaligus konteks komunikasi (Nasrullah, 2016) . Innis, McLuhan, Meyeowitz, Holmes, dan Moores juga mengatakan bahwa media lebih pada makna teknologi sementara medium memiliki pemahaman lebih luas dari sekadar makna teknologi itu (Nasrullah, 2014) . Innis mengatakan bahwa medium memiliki pengaruh yang cukup penting bagi perubahan peradaban dan cara pengetahuan dikomunikasikan lepas ruang dan waktu (Nasrullah, 2016). McLuhan mengatakan “*medium is a message*” bahwa medium tidak hanya memediasi pesan, tetapi medium adalah pesan itu sendiri yang akan mengubah pola komunikasi manusia (Nasrullah, 2016). Medium juga mempengaruhi dan memberikan kontrol dari bentuk bagaimana manusia beraksi dan berhubungan.

Menurut Meyrowitz, medium memiliki Tiga perspektif. Yang pertama yaitu “ Medium sebagai saluran”, yang dimana bentuk medium mengikuti perkembangan teknologi (Nasrullah, 2014). Konteks dapat berbeda makna maupun persepsi dan tidak tergantung dari media itu sendiri. Menurut Meyrowitz,

konten harus dimaknai secara berbeda dari bentuk kemunculan konten itu sendiri melalui berbagai medium (Nasrullah, 2014). Konten didalam media sosial bisa membuat orang bahagia, tertawa, marah, atau menangis, dikarenakan perasaan yang muncul bukan karena media sosialnya, melainkan pada konten yang dibawa oleh media sosial itu sendiri.

Medium sebagai bahasa, yang memiliki makna bahwa media memiliki sesuatu yang unik yang bisa mewakili ekspresi atau mengandung suatu pesan (Nasrullah, 2014). Media bisa memberikan reaksi yang berbeda, baik dari pembuat pesan maupun penerima pesan, meski pada dasarnya, masyarakat lebih tertuju pada konten dibandingkan saluran atau media yang membawanya. Dalam bahasa, pesan dapat dibentuk sedemikian rupa hingga menghasilkan emosi, persepsi, bahkan respons kebiasaan yang berbeda.

Medium sebagai lingkungan. Menurut Meyrowitz, terdapat beberapa perspektif terhadap medium sebagai lingkungan (Nasrullah, 2014), yaitu :

1. Bagaimana bentuk informasi yang bisa atau tidak bisa ditransmisikan oleh medium.
2. Kecepatan dan tingkat komunikasi.
3. Bagaimana medium itu menyalurkan pesan apakah *uniridirectional*, *bidirectional*, atau *multidirectional*.
4. Interaksi komunikasi yang simultan atau berurutan.
5. Kebutuhan fisik menggunakan media.
6. Mudah atau sulit secara relatifnya dalam mempelajari serta menggunakan medium untuk menghasilkan dan menerima pesan apakah medium itu digunakan sekaligus atau dalam kondisi tertentu saja.

Menurut Meyrowitz, perspektif terakhir bisa dilihat dari level mikro maupun makro (Nasrullah, 2014). Level mikro mengacu pada pemilihan medium yang dilakukan khalayak dalam melakukan interaksi atau dalam situasi tertentu. Sedangkan pada level makro, medium memberikan pengaruh pada interaksi dan struktur sosial pada umumnya.

Dari tiga perspektif medium yang disampaikan Meyrowitz memberikan gambaran bahwa medium dapat dilihat melalui berbagai macam aspek, yang tidak hanya bisa dilihat dari persoalan teknis ataupun teknologi yang terkandung didalamnya, apakah visual, audio, cetak, analog, digital dan sebagainya. Medium juga bisa mengandung nilai – nilai yang tidak sekedar menjadi sarana dalam penyampaian pesan, tetapi dapat memberikan pengaruh dari segi sosial, politik, budaya, bahkan ekonomi (Ratnasari et al., 2021) .

Gerakan Sosial Baru merupakan pendekatan teoritis terbaru yang menjelaskan tentang perubahan karakter dari Gerakan Sosial. Teori ini merupakan pendekatan sebagai pembaharuan dari kelemahan Marxisme klasik dalam menganalisis tindakan kolektif. (Sukmana, 2016).

Pichardo menyatakan terdapat empat aspek dalam karakteristik dalam Gerakan Sosial Baru (Sukmana, 2016), yaitu :

1. *Ideology and Goals*, yang menjadi faktor sentral dari Gerakan Sosial Baru. Gerakan Sosial Baru menekankan pada kualitas hidup dan gaya hidup, dan tidak memfokuskan pada redistribusi ekonomi. Gerakan Sosial. Nilai – nilai dari Gerakan Sosial Baru terpusat pada otonomi dan identitas.
2. *Tactics*, merupakan cerminan dari karakteristik ideologi. Gerakan Sosial Baru menggunakan taktik dengan tujuan memobilisasi opini publik dan mengganggu untuk mendapatkan pengaruh

politik, sehingga Gerakan Sosial Publik lebih suka untuk tetap berada diluar lingkup politik normal.

3. *Structure*, untuk mereplikasi jenis perwakilan pemerintahan yang mereka inginkan dalam struktur mereka sendiri, dengan tujuan agar dapat mengorganisir diri dalam gaya yang tidak kaku, untuk menghindari bahaya oligarki.
4. *Participant of Contemporary Movement*, yang tidak melihat dari batas kelas, tetapi dari perhatian umum atas isu-isu sosial. Partisipan Gerakan Sosial Baru digambarkan dari 3 sektor, yaitu kelas menengah baru, elemen dari gerakan lama, dan orang yang tidak banyak terlibat dalam pasar ekonomi, seperti mahasiswa, ibu rumah tangga, dan pensiunan (Sukmana, 2016).

Penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh (Tjokro, 2016) menyatakan bahwa, media social seperti Instagram memiliki peran signifikan dalam membentuk dan menggerakkan gerakan social. Munculnya kesadaran masyarakat untuk memerangi fenomena social mengemis, tingginya tingkat penggunaan internet dan media sosial dalam masyarakat sehingga komunitas tersebut berhasil membangun kepercayaan dan dukungan masyarakat terhadap kampanye mereka karena ada kesesuaian antara sasaran kampanye dan penggunaan media yang tepat. Selain itu, admin media sosial komunitas terorganisir dengan baik dan memiliki standar dalam menjalankan kegiatannya. Sedangkan dalam penelitian ini, peneliti tertarik untuk mengulas Bagaimana peran akun Media Sosial Instagram Bank Sampah Induk Salatiga dalam membentuk dan menggerakkan gerakan sosial bank sampah di Salatiga, serta tujuan dari penelitian untuk menjelaskan peran akun Bank Sampah Induk Salatiga di media sosial Instagram dalam membentuk dan menggerakkan gerakan sosial bank sampah di Salatiga. Manfaat dari penelitian ini untuk menjelaskan peran akun Media Sosial Instagram Bank Sampah Induk Salatiga dalam membentuk dan menggerakkan Gerakan sosial di Salatiga.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Penelitian ini menggunakan teori medium yang bagaimana media mempengaruhi persepsi manusia melalui komunikasi dalam teknologi baru.

Unit analisis dalam penelitian ini adalah komunitas Bank Sampah Salatiga pada media sosial Instagram dalam membentuk dan menggerakkan gerakan sosial terhadap pengelolaan sampah di Salatiga, yang berupa teks dan dokumentasi, yang dimana peneliti juga mewawancarai narasumber dari Bank Sampah Induk Salatiga, serta mewawancarai narasumber dibidang gerakan sosial untuk menambah akurasi data yang didapat. Unit amatan dalam penelitian ini yaitu akun media sosial Instagram @bsi.salatiga.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Media sosial berperan penting dalam membentuk dan memobilisasi gerakan sosial. Komunikasi yang terjadi melalui media sosial menjadi jalan untuk menyebarkan gagasan, memobilisasi partisipasi masyarakat, dan berkontribusi pada perubahan positif dalam pengelolaan sampah di Bank Sampah Salatiga.

### **Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Gerakan Sosial**

Gerakan Sosial telah menjalani perubahan sejak era 2000an, dimana kegiatan diskusi sebelumnya hanya dilakukan sebatas ruang fisik saja. Suatu gerakan yang dimiliki masyarakat luas cenderung tertutup dan sulit berkembang, dikarenakan kebebasan yang dimiliki masih terbatas.

Teknologi mulai memasuki dan berkembang begitu cepat. Beberapa waktu yang lalu, internet sebatas digunakan untuk bertukar kabar dan bertukar informasi, namun pada saat ini telah mengalami perkembangan gerakan sosial dan mencari massa dalam membentuk dan menggerakkan gerakan sosial yang telah berkembang di masyarakat (Hapsari, 2016).

Era masa kini telah menjadikan ruang publik sebagai wadah untuk memberikan opini. Masyarakat dapat mengungkapkan aspirasi yang dimiliki, dengan memanfaatkan media sosial secara mudah. Sosial media menjadi ruang publik yang digunakan masyarakat sebagai aktivitas dalam membentuk dan menggerakkan gerakan sosial karena berbagai alasan. Era modern menuntut manusia untuk bergerak dengan cepat dalam waktu yang singkat. Masyarakat modern merasa nyaman dalam membentuk dan menggerakkan gerakan sosial melalui media sosial karena efisiensi yang tidak mengganggu kesibukan yang dijalani, sehingga dapat berdiskusi maupun berkomunikasi melalui media sosial tanpa perlu melakukan tatap muka.

Gerakan melalui media sosial melibatkan fokus pada komunikasi antar-kolektif dengan publik. Platform media sosial, sebagai sarana komunikasi, menawarkan serangkaian pesan terpisah yang terorganisir dan cukup singkat, seperti tweet, status, foto, atau video yang dapat dengan mudah dibagikan oleh aksi kolektif di Twitter, Instagram, Facebook, dan lain- lain. YouTube (Anshori & Nadiyah, 2023).

Masyarakat menyuarakan aspirasi tentang kebijakan yang menurut mereka bertentangan dengan situasi pada saat ini, dengan menghubungkan masyarakat melalui jaringan sosial. Masyarakat dapat melakukan gerakan sosial dari isu-isu yang sedang hangat diperbincangkan. Dan dapat dibahas melalui media sosial. Kemudian masyarakat dapat mengkritisi, memberikan masukan, dan mengumpulkan masyarakat lainnya yang dapat bergabung dengan gerakan sosial tersebut.

Pada saat ini, masyarakat dapat memiliki kesempatan dalam menciptakan perbedaan besar dari sebelumnya. Dengan adanya teknologi, masyarakat dapat lebih terhubung dari sebelumnya. Saat ini, perkembangan teknologi memungkinkan setiap orang untuk membuat kampanye dan membuat respon masyarakat tanpa dibatasi adanya ruang dan waktu. Media sosial adalah “medium di internet yang memungkinkan pengguna mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, komunikasi dengan pengguna lain dan membentuk ikatan sosial secara virtual” (Nasrullah, 2016).

### **Tujuan BSI Salatiga Sebagai Gerakan Sosial**

Terbentuknya gerakan sosial Bank Sampah Induk (BSI) Salatiga berawal dari gagasan para ketua Bank Sampah Unit (BSU) dari berbagai kecamatan di Salatiga, serta bekerja sama dengan Dinas Lingkungan Hidup (DLH) Salatiga, dan membentuk Yayasan Peduli Lingkungan. Terbentuknya BSI Salatiga juga dikarenakan adanya keresahan yang sama dengan pihak BSI Salatiga terhadap sampah yang semakin banyak, dan tidak terkontrolnya sampah yang ditampung melalui Tempat Penampungan Umum (TPU), serta masih banyaknya masyarakat Salatiga yang belum memahami cara pengelolaan sampah yang baik dan benar.

*“BSI ini membantu Pemerintah Kota Salatiga, khususnya Dinas Lingkungan Hidup untuk mengurangi sampah, mengurangi beban sampah yang masuk ke TPU di Kota Salatiga, karena kapasitas TPA kan terbatas, sudah sangat terbatas.” – Siti Sulami, Manager Umum BSI Salatiga.*

---

BSI Salatiga juga membantu pertumbuhan ekonomi, sosialisasi serta edukasi terhadap pengolahan sampah kepada masyarakat. Gerakan sosial ini telah berkembang di Salatiga, dengan melakukan sosialisasi kepada masyarakat secara langsung maupun melalui media sosial Instagram.

### **Taktik BSI Salatiga Sebagai Gerakan Sosial**

Instagram merupakan media sosial yang penggunanya berasal dari berbagai kalangan masyarakat tanpa pengecualian. Bank Sampah Induk (BSI) Salatiga memilih Instagram sebagai salah satu media sosial utama, dengan alasan dapat mengenalkan dan mensosialisasikan dengan cepat dan luas kepada Masyarakat.

*“Tujuan kita untuk membuat media sosial BSI itu kan salah satunya mensosialisasikan, jadi supaya masyarakat itu mengenal BSI itu seperti apa. Oh ternyata di Salatiga ada lho BSI, kegiatannya apa aja, informasi yang dipunyai ini apa aja, aktivitas, kemudian kegiatannya. Sosialisasi yang efektif ya melalui media sosial itu. Untuk BSI sangat tertolong gitu.” – Ika Yuni, Staff Keuangan BSI.*

Hal tersebut memunculkan dampak positif, dikarenakan banyaknya masyarakat yang sadar dan teredukasi, serta menjadi partisipan aktif di lingkungan masyarakat itu sendiri setelah melihat akun media sosial Instagram BSI Salatiga, serta menyebarkan konten yang telah dipublikasikan oleh pihak BSI kepada masyarakat lainnya.

Teknologi adalah metode yang mengarah pada efisiensi dalam setiap aspek kehidupan sosial. Instagram dapat menjadi medium saluran yang efektif dalam membantu membentuk dan menggerakkan gerakan sosial. Gerakan sosial berlaku karena adanya permasalahan sosial. Instagram memiliki potensi yang besar untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang isu sosial yang penting, salah satunya yaitu lingkungan, yang informasinya dapat dibagikan melalui konten video maupun foto, serta *Stories Instagram* yang dapat menarik perhatian dan memobilisasi masyarakat.



**Gambar 6 Konten Gambar Perkenalan BSI Salatiga**

Melalui media sosial Instagram, BSI Salatiga dapat menyampaikan visi misi dalam mengedukasi dan mengajak masyarakat untuk membangkitkan kesadaran mereka terhadap sampah, sekaligus sebagai wadah masyarakat untuk membantu dalam mengurangi sampah yang ada di lingkungan melalui konten video maupun foto, serta *Stories Instagram*. BSI Salatiga memperkenalkan organisasi mereka dengan mempublikasikan konten gambar melalui media sosial Instagram kepada masyarakat. BSI Salatiga

mengenalkan organisasi mereka sebagai rekan masyarakat dalam pengelolaan lingkungan. BSI mempunyai tujuan yang ingin dicapai, yaitu meningkatkan kesadaran dan tanggung jawab masyarakat dalam mengurangi sampah dan mengurangi beban Tempat Pembuangan Umum (TPU) yang berada di Salatiga, serta meningkatkan citra Salatiga sebagai kota yang bersih melalui media sosial Instagram. Dari visi misi yang telah disebarakan melalui konten gambar oleh pihak BSI, banyaknya masyarakat Salatiga yang teredukasi serta turut aktif dalam lingkungan masyarakat itu sendiri, serta menyebarkan konten dari BSI Salatiga ke masyarakat lainnya.

Media sosial Instagram juga dapat berfungsi sebagai alat untuk memantau dan memperjuangkan akuntabilitas. Dengan mendorong transparansi dan mempublikasikan kekurangan atau ketidakadilan, gerakan sosial juga dapat memaksa perubahan dan perbaikan.

Menurut Meyrowitz, media memiliki sesuatu yang unik yang bisa mewakili ekspresi atau mengandung suatu pesan (Nasrullah, 2014). BSI Salatiga menggunakan media sosial Instagram sebagai bahasa dari mengunggah gambar maupun video yang menampilkan kegiatan dalam pengumpulan sampah, proses daur ulang sampah yang bisa dijadikan produk, serta dampak positif yang diberikan terkait edukasi terhadap sampah kepada Masyarakat. Dari unggahan BSI Salatiga, terdapat pesan yang disampaikan dan dapat diterima oleh masyarakat secara tepat.



**Gambar 7** Konten Gambar BSI Salatiga Berinteraksi Dengan Masyarakat

Menurut McLuhan, media yang membawa pesan memiliki pengaruh tersendiri (Nasrullah, 2015). Instagram juga sebagai wadah komunikasi antar pihak BSI Salatiga dengan masyarakat. Salah satu bentuk interaksi BSI Salatiga melalui media sosial Instagram yaitu mempublikasikan konten foto dari masyarakat yang menceritakan pengalamannya dalam mengelola plastik demi mengurangi sampah pada lingkungan, serta menambahkan *caption* sebagai saran guna mengedukasi dan menginspirasi masyarakat. Pihak BSI Salatiga juga mempublikasikan konten foto dari siswa sekolah yang menceritakan tentang kreativitas yang dimiliki oleh siswa sekolah dalam memanfaatkan sampah barang bekas menjadi kerajinan tangan, dan membuat pengelolaan sampah menjadi menyenangkan.

Menurut Holmes, munculnya media sosial memberikan arah baru terhadap pendefinisian ulang hubungan khalayak media (Nasrullah, 2015). BSI Salatiga melakukan interaksi terhadap masyarakat dari media sosial Instagram melalui komentar, pesan pribadi, maupun interaksi lainnya. BSI Salatiga

dapat menjawab pertanyaan, meminta umpan balik, maupun mengajak masyarakat untuk berpartisipasi, dalam kegiatan, seperti pengumpulan sampah, mengikuti acara yang diadakan terkait sampah, serta kampanye khusus. Interaksi yang dilakukan dapat membangun komunitas yang terlibat dan aktif dalam gerakan sosial BSI Salatiga.

BSI Salatiga dapat menggunakan caption yang bermakna dan kreatif melalui media sosial Instagram. Dalam caption, Bank Sampah dapat menggambarkan cerita-cerita inspiratif tentang perjalanan gerakan sosial mereka, dampak positif yang dihasilkan, tantangan yang dihadapi, dan harapan untuk masa depan. Dengan menggunakan bahasa yang kuat dan menarik, caption ini dapat menjadi sarana untuk menggerakkan emosi dan memotivasi pengikut untuk terlibat dalam gerakan Bank Sampah.

Hastag merupakan salah satu elemen penting dalam media sosial Instagram yang berfungsi sebagai bahasa gerakan sosial. BSI Salatiga menggunakan hastag khusus seperti #sampahkutanggungjawabku, #pilahsampahdirumah, dan sebagainya untuk mengidentifikasi dan mengorganisir kegiatan konten yang terkait dengan gerakan BSI Salatiga. Penggunaan hastag yang konsisten dapat membantu dalam memperluas gerakan BSI Salatiga dan membuat pesan lebih mudah oleh masyarakat yang tertarik dengan isu lingkungan terkait sampah.

Instagram dapat menjadi medium bahasa yang efektif dalam menyebarkan informasi dan pengetahuan tentang pengelolaan sampah dan praktik daur ulang. BSI Salatiga dapat menggunakan konten edukatif, seperti infografis, tips pengelolaan sampah, atau fakta-fakta lingkungan, untuk menyampaikan bahasa yang jelas dan mudah dipahami kepada pengikut. Dengan meningkatkan kesadaran melalui konten edukatif ini, Media sosial Instagram menjadi sarana untuk membentuk bahasa gerakan sosial yang peduli terhadap lingkungan.



**Gambar 8 Konten Gambar Kegiatan Sukarela BSI Salatiga**

Media Sosial Instagram dapat membantu gerakan sosial dalam mempertajam fokus mereka dan mempresentasikan citra yang diinginkan. Dengan mengontrol dan menyebarkan informasi, gerakan sosial dapat mencapai tujuan dengan efektif. Pemanfaatan media sosial Instagram yang dilakukan BSI Salatiga bukan hanya sebagai ajang eksistensi para pihak BSI Salatiga, tetapi juga mengedukasi para masyarakat dengan menampilkan konten video maupun foto, serta *Stories Instagram* kegiatan sosial, yang membuat citra bagaimana pihak BSI Salatiga dengan sukarela melakukan kegiatan sosial, seperti kegiatan *Waste Management* yang dilakukan oleh pihak BSI Salatiga secara sukarela saat adanya kegiatan acara, dengan tujuan dapat menampung dan mengelola sampah secara efisien, dikarenakan banyaknya sampah yang tidak terkelola dengan baik pada saat adanya kegiatan acara. BSI Salatiga juga menambahkan *caption* yang menjelaskan maksud dari konten yang dipublikasikan. Secara tidak langsung, pemanfaatan tersebut memperkenalkan masyarakat mengenai gerakan sosial BSI Salatiga (Rahma, 2021).

BSI Salatiga dapat memanfaatkan media sosial Instagram untuk terhubung dengan komunitas, organisasi, dan individu lain yang memiliki minat yang sama terhadap isu lingkungan. Melalui pencarian hashtag dan penemuan konten, Bank Sampah dapat menemukan dan berkolaborasi dengan mitra potensial, sukarelawan, atau influencer yang dapat membantu memperluas jangkauan gerakan sosial mereka. Kolaborasi semacam ini dapat memperkuat gerakan lingkungan dan menciptakan sinergi yang lebih besar dalam usaha pengelolaan sampah.

### Struktur BSI Salatiga Sebagai Gerakan Sosial

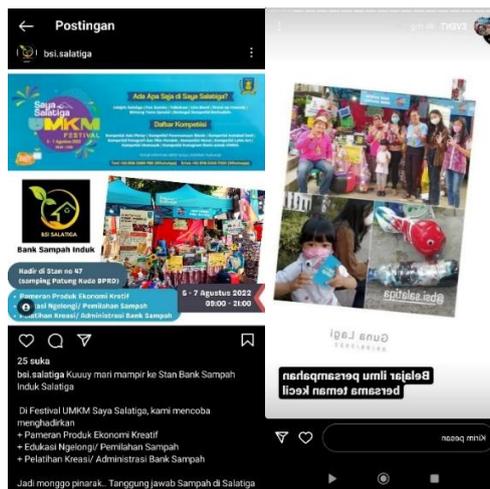


**Gambar 9 Struktur Kepengurusan BSI Salatiga**

BSI Salatiga Memperkenalkan anggota mereka ke masyarakat melalui postingan struktur kepengurusan yang dipublikasikan melalui media sosial Instagram. Kepengurusan tersebut terdiri dari Direktur, Manager Umum, Manager Produksi, dan Manager Keuangan. Tujuan dibentuknya kepengurusan tersebut untuk mengorganisir tugas – tugas BSI Salatiga agar terkelola dengan baik.

Struktur kepengurusan BSI Salatiga mempunyai perannya masing – masing. Direktur memiliki peran untuk mengontrol divisi lainnya agar tugas yang dijalankan dapat terlaksana dengan baik. Manager umum memiliki peran untuk mengurus administrasi dan mengadakan sosialisasi ke masyarakat agar masyarakat mengetahui pemilahan sampah seperti organik dan anorganik, Manager Produksi memiliki peran untuk mengelola sampah yang ditampung di kantor BSI Salatiga dari pengumpulan sampah yang didapat dari Masyarakat, serta mengelola program BSI Salatiga, yaitu program Jemput Sampah serta hasil kreativitas dari sampah daur ulang. Manager Keuangan mempunyai peran untuk mengelola perputaran uang, baik dari BSI Salatiga itu sendiri maupun hasil dari penjualan sampah yang didapat melalui masyarakat. Tujuan dibentuknya kepengurusan tersebut tidak hanya untuk mengorganisir tugas – tugas BSI Salatiga agar terkelola dengan baik, tetapi juga agar tujuan utama dari BSI Salatiga dapat tercapai secara efisien melalui peran kepengurusan masing – masing.

### Partisipasi BSI Salatiga dalam Gerakan Sosial



**Gambar 10 Konten Gambar Promosi BSI Salatiga**

Media sosial memungkinkan partisipasi aktif dari individu dalam gerakan sosial. Dengan media sosial Instagram, individu dengan mudah tergabung dalam diskusi, menyumbang dana, mengorganisasi

---

acara, serta membuat kampanye sendiri. Media sosial Instagram juga memberikan fasilitas dalam kerja sama antar individu dan kelompok untuk tujuan yang sama.

BSI Salatiga menggunakan media sosial Instagram sebagai promosi untuk menarik masyarakat untuk aktif bergabung dalam melaksanakan kegiatan sosial dalam mengelola lingkungan, salah satunya yaitu menjadi bagian dalam acara festival UMKM Salatiga. Pihak BSI Salatiga mengajak masyarakat untuk mengikuti acara tersebut, dan dipublikasikan untuk tempat, tanggal dan waktu acara tersebut melalui postingan media sosial Instagram. Publikasi yang dilakukan pihak BSI Salatiga melalui media sosial Instagram membuat masyarakat di Salatiga mengunjungi kegiatan acara tersebut dari berbagai kalangan umur, untuk mengetahui cara pengelolaan sampah yang baik dan benar.

Media sosial Instagram mempunyai salah satu keunggulan, yaitu memungkinkan akses lebih mudah dan demokratis ke informasi. Aktivist dapat membagikan berita terkini, laporan, dan penelitian tentang isu – isu sosial dengan cepat, sehingga menghilangkan ketergantungan terhadap media tradisional.



Sumber: Dokumentasi BSI Salatiga

**Gambar 11 Konten Gambar Kegiatan Jemput Sampah BSI Salatiga.**

BSI Salatiga menggunakan media sosial Instagram untuk meningkatkan kesadaran lingkungan, seperti pengelolaan sampah dan program daur ulang. BSI Salatiga dapat membantu meningkatkan pemahaman masyarakat tentang pentingnya mengelola sampah dengan baik dan menjaga lingkungan, dengan membagikan informasi, edukasi, dan fakta tentang dampak negatif sampah lingkungan melalui konten. Penyebaran informasi dari pengguna media sosial Instagram adalah menyebarkan kegiatan sosial secara luas, baik yang akan dilakukan maupun sudah dilakukan pihak BSI Salatiga melalui konten foto, video maupun *Stories Instagram*, seperti kegiatan “Jemput Sampah” yang diselenggarakan oleh pihak BSI Salatiga, dimana kegiatan tersebut dilakukan untuk mengajak masyarakat guna mengurangi sampah lingkungan, dengan mengumpulkan sampah yang terdiri dari sampah yang bisa didaur ulang, seperti plastik, botol kaca, dan sebagainya. Sampah yang sudah dikumpulkan akan diangkut oleh pihak BSI Salatiga, dan dibawa menuju yang sudah ditentukan. Hal ini dilakukan agar masyarakat yang tidak terlibat dapat melihat bagaimana gerakan yang dilakukan oleh Pihak BSI Salatiga secara nyata tanpa bertatap muka secara langsung. Publikasi yang dilakukan pihak BSI Salatiga melalui media sosial Instagram membuat banyaknya kelurahan maupun perkantoran di Salatiga yang tergabung dalam kegiatan tersebut



*Sumber: Dokumentasi BSI Salatiga*

**Gambar 12 Konten Gambar Kegiatan Kunjungan Siswa Sekolah.**

Pihak BSI Salatiga juga mengajak serta mengunjungi sekolah–sekolah untuk mengedukasi para siswa tentang pengelolaan sampah. Promosi yang dilakukan oleh pihak BSI Salatiga melalui media sosial Instagram mendapat dukungan dari pihak sekolah lain yang berada di Salatiga, dan diberi kepercayaan untuk mengedukasi para murid sekolah di Salatiga terhadap pengelolaan sampah.

Media sosial Instagram juga merupakan platform yang ideal untuk meluncurkan kampanye lingkungan (Anshori & Nadiyya, 2023). BSI Salatiga dapat menggunakan media sosial Instagram untuk mempromosikan kampanye khusus, seperti jemput sampah, hari lingkungan sedunia untuk inisiatif lingkungan. Dengan memanfaatkan fitur Instagram seperti *Stories Instagram* serta postingan video dan gambar, BSI Salatiga dapat menyampaikan pesan mereka secara langsung kepada pengikut dan mendorong mereka untuk berpartisipasi dalam kampanye tersebut.

Media Sosial Instagram dapat membuat terbentuknya jaringan yang luas antara individu, kelompok, dan organisasi yang mempunyai tujuan yang sama dalam gerakan sosial. Hal tersebut dapat membantu dalam memperkuat solidaritas dan memungkinkan dan dapat berbagi sumber daya, informasi, dan strategi yang efektif.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan penelitian yang telah penulis lakukan mengenai peran Media Sosial dalam Membentuk dan Menggerakkan Gerakan Sosial Bank Sampah Salatiga Oleh Akun Instagram @bsi.salatiga, dapat disimpulkan bahwa :

Gerakan sosial baru merupakan sekelompok orang yang mempunyai tujuan yang sama, sehingga membentuk komunitas sosial tanpa melihat perbedaan dalam strata sosial. Komunitas yang terbentuk dalam sebuah organisasi dengan jumlah anggota yang tidak terbatas, baik tetap maupun tidak tetap memiliki tujuan untuk melakukan perubahan sosial. Gerakan sosial baru dapat terjadi akibat kesengajaan untuk membentuk sebuah organisasi yang bertujuan untuk melakukan perubahan sosial dalam kehidupan masyarakat. Aspek yang terdapat didalamnya yaitu masyarakat dan pemerintah, dan terhubung dalam empat karakteristik menurut *Pichardo*, yaitu *Ideology and Goals, tactics, Structure, dan Participant of Contemporary Movement*. Akun media sosial Instagram Bank Sampah Induk (BSI) Salatiga berperan penting sebagai saluran dalam melakukan aksi gerakan sosial dan terbukti dengan banyaknya masyarakat Salatiga yang teredukasi terhadap pengelolaan sampah melalui BSI Salatiga. Selain itu akun media sosial Instagram BSI Salatiga juga digunakan sebagai media komunikasi di dunia maya terhadap masyarakat Salatiga, dan menjadi media publikasi kegiatan sosial yang dilakukan oleh pihak BSI Salatiga. Hasil penelitian ini diharapkan akan memberikan pemahaman lebih lanjut tentang bagaimana media sosial dapat digunakan sebagai alat untuk membentuk dan menggerakkan gerakan sosial. Dengan perkembangan teknologi dan akses mudah ke media sosial, gerakan sosial seperti yang dilakukan oleh komunitas Bank Sampah Salatiga memiliki potensi untuk mencapai khalayak yang lebih luas dan menginspirasi perubahan sosial yang positif dalam pengelolaan sampah.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Alyusi, S. D. (2019). *Media sosial: Interaksi, identitas dan modal sosial*. Prenada Media.
- Anshori, I., & Nadiyah, F. A. A. (2023). Peran Ruang Digital Sebagai Transformasi Gerakan Aksi Sosial Mahasiswa Melalui Platform Sosial Media. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 12(2).
- ARNAZ, Y. (2022). *Media Sosial Dan Kewarganegaraan Transformatif (Info Cegatan Jogja Dan Merawat Jogja Sebagai Media Pembentuk Solidaritas Sosial Warga Yogyakarta)*.
- Dewantara, R. W., & Widhyarto, D. S. (2015). Aktivisme dan kesukarelawanan dalam media sosial komunitas kaum muda Yogyakarta. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 19(1), 40–52.
- dinas lingkungan hidup. (2020). *Sosialisasi Peta Jalan Pengurangan Sampah oleh Produsen*.
- Hapsari, D. R. (2016). Peran jaringan komunikasi dalam gerakan sosial untuk pelestarian lingkungan hidup. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 1(1), 25–36.
- Harahap, N. (2020). *Penelitian kualitatif*.
- Jemadu, L. (n.d.). *Jumlah Perangkat Seluler di Indonesia Capai 370,1 Juta pada 2022*.
- Kemp, S. (2022). DIGITAL 2022: INDONESIA. *Datareportal.Com*.
- Narullah, R. (2016). Teori dan Riset Siber. *Kencana*, 2 ed.
- Nasrullah, R. (2014). Teori dan Riset SibeR. *Pranamedia Group.*, Vol.1.
- Nasrullah, R. (2015). Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi. *Simbiosis Rekatama Media.*, (R. Nasrul).
- Nasrullah, R. (2016). Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknolog. *Simbiosis Rekatama Media.*, Sosiotekno.
- Nengah, B., & Ariyani, L. P. S. (2018). Sosiologi Media Perspektif Teori Kritis. *Depok: Grafindo*.
- Nurudin. (2017). Perkembangan Teknologi Komunikasi. *PT RajaGrafindo Persada.*, Nurudin, E.
- Prihatini Z. (2022). *Hari Peduli Sampah Nasional 2022, Pengelolaan Sampah Bisa Hasilkan Pendapatan Ekonomi yang Tinggi*.
-

- Putriani, I., & Aras, M. (2022). Elevate Company's Social Media as a Diversity, Equity, and Inclusion Platform: Multi Cases Study to Digital Technology Companies. *Journal of World Science*, 1(10), 906–916.
- Rahma, A. N. D. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Facebook dalam Gerakan Sosial (Studi pada Relawan yang Bergabung dalam Komunitas Laskar Karo Erdilo di Fanpage Facebook Laskar Karo Erdilo). *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi Communique*, 4(1), 28–37.
- Ratnasari, E., Sumartias, S., & Romli, R. (2021). Social media, digital activism, and online gender-based violence in Indonesia. *Nyimak: Journal of Communication*, 5(1), 97–116.
- Sukmana, O. (2016). *Konsep dan teori gerakan sosial*. Intrans Publishing.
- Tjokro, L. K. (2016). *Peran Media Sosial dalam Membentuk dan Menggerakkan Gerakan Sosial: Studi Kasus pada Akun@ ketimbang. ngemis. soloo di Instagram dalam Membentuk dan Menggerakkan Gerakan Sosial Anti Mengemis di Solo*. Program Studi Komunikasi FISKOM-UKSW.
- Tjokro, L. K., Wiloso, P. G., & Herwandito, S. (2018). Media Sosial dalam Membentuk dan Menggerakkan Gerakan Sosial. *Paradigma: Jurnal Masalah Sosial, Politik, Dan Kebijakan*, 22(1), 176–189.