



Ekspresi Sastra dan Visual: Analisis Konten Kanal Youtube Rekam Nusantara Sebagai Media Kampanye Lingkungan

Arni Yuniar Prastika^{1*}, Muhitotun Nadhifah², Rafika Dini³, Nuril Ahmad⁴

^{1,2,3,4} Universitas Islam Majapahit, Indonesia

*Korespondensi Penulis : arniyuniar38@gmail.com

Abstract. *The use of digital media as a medium to communicate social messages is increasingly widespread, including in environmental conservation campaigns. One of the platforms used is YouTube, which allows messages to be delivered through a visual and narrative approach. However, not all content produced is able to present emotional impacts and environmental awareness effectively. The strategy for delivering messages is an important factor, especially through literary and visual expressions that can build emotional closeness with the audience. The Rekam Nusantara YouTube channel is an interesting example to study because it combines literary and visual elements in conveying the message of an environmental cleanliness campaign. This study aims to analyze the forms of literary and visual expressions used in the channel and how effective they are in building audience awareness. This study uses a qualitative approach with a descriptive method, which systematically describes the characteristics of the content based on the data analyzed. Data were obtained through literature studies and analysis of video content published by the Rekam Nusantara channel. The results of the study show that this channel utilizes literary elements in the form of poetic narratives and a cinematic visual approach to move the emotions of the audience. However, the effectiveness of the campaign can still be improved by adjusting the theme to the local context and a more specific audience profile. These findings underscore the importance of a relevant and touching narrative-based content strategy to optimize the role of digital media in social and environmental campai.*

Keywords: *Literary Expression; Rekam Nusantara; Youtube; Campaign; Collaboration*

Abstrak. Pemanfaatan media digital sebagai medium untuk mengomunikasikan pesan-pesan sosial semakin meluas, termasuk dalam kampanye pelestarian lingkungan. Salah satu platform yang digunakan adalah YouTube, yang memungkinkan penyampaian pesan melalui pendekatan visual dan naratif. Namun, tidak semua konten yang diproduksi mampu menghadirkan dampak emosional dan kesadaran lingkungan secara efektif. Strategi penyampaian pesan menjadi faktor penting, terutama melalui ekspresi sastra dan visual yang mampu membangun kedekatan emosional dengan audiens. Kanal YouTube Rekam Nusantara menjadi salah satu contoh yang menarik untuk dikaji karena memadukan unsur sastra dan visual dalam menyampaikan pesan kampanye kebersihan lingkungan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana bentuk ekspresi sastra dan visual yang digunakan dalam kanal tersebut dan bagaimana efektivitasnya dalam membangun kesadaran audiens. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, yang menggambarkan secara sistematis karakteristik konten berdasarkan data yang dianalisis. Data diperoleh melalui studi pustaka dan analisis konten video yang dipublikasikan oleh kanal Rekam Nusantara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kanal ini memanfaatkan elemen sastra berupa narasi puitik dan pendekatan visual sinematik untuk menggerakkan emosi penonton. Meskipun demikian, efektivitas kampanye masih dapat ditingkatkan melalui penyesuaian tema dengan konteks lokal dan profil audiens yang lebih spesifik. Temuan ini menegaskan pentingnya strategi konten berbasis narasi yang relevan dan menyentuh untuk mengoptimalkan peran media digital dalam kampanye sosial dan lingkungan.

Kata Kunci : Ekspresi Sastra; Rekam Nusantara; Youtube; Kampanye; Kolaborasi

1. PENDAHULUAN

Perubahan iklim dan degradasi lingkungan telah menjadi isu global yang semakin mendapat perhatian di berbagai bidang, termasuk sastra dan media visual. Fenomena ini tidak hanya berdampak pada ekosistem alam, tetapi juga memengaruhi kehidupan sosial dan ekonomi masyarakat. Dalam menghadapi permasalahan ini, media digital berperan penting dalam menyebarkan informasi serta meningkatkan kesadaran publik terhadap isu lingkungan. Wahid (2016: 79) menyatakan bahwa media baru memiliki kemampuan untuk meningkatkan

volume informasi yang tersedia, memungkinkan individu untuk lebih leluasa dalam mengakses serta memilih informasi yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka. Sejalan dengan itu, media digital dapat dimanfaatkan untuk membangun kesadaran lingkungan melalui narasi yang menggugah emosi dan mendorong keterlibatan masyarakat dalam berbagai upaya pelestarian alam.

Era digital, media sosial menjadi salah satu alat utama dalam membangun kesadaran dan kampanye lingkungan. Menurut Boer (2021:1), media sosial berfungsi sebagai sarana interaksi yang memungkinkan penggunaannya untuk menciptakan, berbagi, dan bertukar informasi serta gagasan dalam jaringan dan komunitas virtual. Hal ini selaras dengan pendapat Ricko & Junaidi (2019:232), bahwa pada dasarnya media sosial merupakan situs atau layanan daring yang memungkinkan penggunaannya tidak hanya mengonsumsi, tetapi juga berpartisipasi dalam membuat, mengomentari, dan menyebarkan beragam konten dalam berbagai format, seperti teks, gambar, audio, atau video. Sebagai salah satu bentuk media digital, platform seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan YouTube memungkinkan distribusi pesan dalam berbagai format, menjadikannya alat yang efektif dalam kampanye lingkungan.

Komunikasi lingkungan dalam media digital tidak hanya berfungsi untuk menyampaikan informasi, tetapi juga membangun keterlibatan aktif masyarakat dalam isu-isu lingkungan. Dalam konteks kampanye lingkungan, komunikasi tidak boleh hanya berfokus pada penyebaran informasi secara satu arah, melainkan harus mampu membangun partisipasi yang lebih luas dari berbagai lapisan masyarakat. Komunikasi yang efektif memungkinkan audiens untuk tidak hanya menjadi penerima pesan yang pasif, tetapi juga berperan sebagai agen perubahan yang turut menyuarakan isu lingkungan di komunitas mereka. Hal ini sejalan dengan prinsip komunikasi lingkungan yang menekankan pentingnya saling pengertian (*mutual understanding*) dalam membangun kesadaran kolektif terhadap keberlanjutan ekosistem (Alexander, & Cangara, 2018:4).

Salah satu platform digital yang efektif dalam kampanye lingkungan adalah YouTube, yang menawarkan kemudahan akses informasi melalui format audiovisual yang menarik dan interaktif. Dengan kombinasi visual yang kuat dan narasi yang mendalam, YouTube dapat menjadi media yang mampu mengedukasi publik serta membangun kesadaran kolektif terhadap isu lingkungan. Platform ini juga menjadi media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia. Berdasarkan laporan Digital 2021 (dalam Suradi 2023:148), sebanyak 93,8 persen dari total 170 juta pengguna internet di Indonesia mengakses YouTube, menjadikannya saluran komunikasi yang sangat potensial dalam menjangkau audiens secara luas dan beragam.

Strategi konten menjadi aspek yang krusial karena menentukan bagaimana pesan

disusun, disampaikan, dan diterima oleh audiens. Sebuah konten tidak hanya harus informatif, tetapi juga perlu dikemas secara menarik, relevan, dan mudah dipahami agar mampu membangun kedekatan emosional sekaligus memengaruhi cara pandang dan perilaku khalayak terhadap isu lingkungan. Cangara (dalam Pandrianto & Sukendro, 2018:168) mengungkapkan bahwa di antara maraknya pemanfaatan platform digital sebagai sarana komunikasi, hal terpenting yang perlu diperhatikan adalah perancangan isi atau pesan yang hendak disampaikan kepada khalayak. Pesan atau konten merupakan unsur komunikasi yang sangat penting karena menentukan efektivitas kampanye yang dilakukan. Oleh karena itu, strategi konten yang digunakan dalam media digital harus mampu menarik perhatian audiens sekaligus mendorong mereka untuk terlibat secara aktif dalam upaya pelestarian lingkungan.

Salah satu kanal YouTube yang berperan dalam kampanye lingkungan dengan pendekatan unik dan estetis adalah Rekam Nusantara. Kanal ini secara khusus menyoroti keanekaragaman hayati, budaya lokal, serta berbagai permasalahan lingkungan di Indonesia melalui dokumentasi visual yang menarik dan narasi yang kuat. Dengan memadukan unsur sastra dan visual, Rekam Nusantara menghadirkan konten yang tidak hanya informatif tetapi juga mampu membangun keterikatan emosional dengan penontonnya. Dalam setiap produksinya, Rekam Nusantara menggunakan teknik penceritaan yang kaya akan metafora dan simbolisme, menciptakan pengalaman menonton yang lebih mendalam. Selain itu, kanal ini juga menghadirkan dokumenter dan kisah-kisah inspiratif yang menampilkan perjuangan masyarakat dalam menjaga kelestarian lingkungan.

Media digital, terutama YouTube, tidak hanya berfungsi sebagai alat penyampaian informasi tetapi juga sebagai platform yang mendorong partisipasi publik dalam isu lingkungan. Dalam kampanye lingkungan, komunikasi tidak boleh hanya berorientasi pada penyampaian pesan satu arah melalui media, tetapi harus mampu membangkitkan kesadaran dan aksi nyata dari masyarakat. Keberhasilan sebuah kampanye tidak hanya bergantung pada kualitas konten, tetapi juga pada sejauh mana masyarakat dapat berpartisipasi dan merasa menjadi bagian dari perubahan. Dengan pendekatan yang partisipatif, media digital dapat memberdayakan individu untuk tidak sekadar menjadi penonton pasif, tetapi juga menjadi sumber informasi yang aktif dalam menginspirasi aksi kolektif terhadap pelestarian lingkungan. Helianthusonfli (2016:4), mengungkapkan bahwa YouTube merupakan salah satu platform digital yang mampu menjangkau audiens secara global dan dikenal sebagai mesin pencari terbesar kedua di dunia setelah Google. Dengan memanfaatkan kekuatan media digital ini, Rekam Nusantara berkontribusi dalam menyuarakan pentingnya menjaga lingkungan, serta mengajak masyarakat untuk lebih peduli terhadap keberlanjutan ekosistem. Kanal ini menjadi contoh bagaimana media sosial

dapat menjadi alat yang efektif dalam menyampaikan pesan lingkungan secara kreatif dan berpengaruh. Kombinasi elemen visual dan naratif dapat memperkuat makna yang ingin disampaikan, sehingga pesan yang terkandung dalam sebuah media menjadi lebih efektif dalam membentuk kesadaran sosial. Media memiliki peran dalam membentuk dan mendistribusikan makna kepada audiens melalui representasi yang dibuat dalam kontennya. Konten yang disajikan oleh Rekam Nusantara dapat dikaji sebagai media kampanye lingkungan yang menggunakan pendekatan estetika untuk menyampaikan pesan secara lebih persuasif dan efektif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana ekspresi sastra dan visual digunakan dalam konten Rekam Nusantara sebagai strategi kampanye lingkungan. Analisis ini akan mencakup aspek naratif, visual, serta efektivitas pesan yang disampaikan dalam meningkatkan kesadaran lingkungan di kalangan masyarakat. Lebih lanjut, penelitian ini juga akan mengkaji bagaimana keterpaduan elemen sastra dan visual dapat membentuk pengalaman estetik yang mampu mempengaruhi persepsi serta tindakan audiens terhadap isu-isu lingkungan. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan tentang peran media digital dalam kampanye lingkungan serta kontribusi sastra dan visual dalam membangun kesadaran ekologis yang lebih mendalam dan berkelanjutan.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan hasil penelitian berupa deskripsi naratif untuk menganalisis bagaimana ekspresi sastra dan visual dalam kanal YouTube Rekam Nusantara digunakan sebagai sarana kampanye kebersihan lingkungan. Penelitian ini mengandalkan metode studi pustaka, yang melibatkan proses sistematis pengumpulan data dari berbagai sumber literatur, seperti buku, artikel ilmiah, dan hasil penelitian terdahulu. Data yang diperoleh kemudian dicatat, diolah, dan dianalisis untuk mendukung pembangunan penelitian ini. Studi pustaka merupakan proses mendalam yang melibatkan penelaahan berbagai buku referensi dan hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan topik yang diteliti. Tujuan utama dari studi pustaka adalah untuk memperoleh landasan teori yang kuat dan mengungkap nilai, norma, dan budaya yang berkembang dalam konteks sosial yang diteliti. Studi pustaka bersifat kajian teoritis dan melibatkan analisis literatur ilmiah untuk mendapatkan wawasan yang mendalam tentang topik yang diteliti.

Penelitian ini menggunakan data literatur dan jurnal terdahulu yang berkaitan dengan kampanye, kebersihan lingkungan, dan platform YouTube sebagai media kampanye. Data tersebut dianalisis untuk mendapatkan landasan teori yang kuat tentang topik yang diteliti. Selain

itu, penelitian ini juga melibatkan analisis video YouTube Rekam Nusantara. Untuk mempermudah proses penelitian dan mendapatkan hasil serta pembahasan yang jelas, peneliti merumuskan pertanyaan penelitian yang berfokus pada:

- Bagaimana bentuk ekspresi sastra dan visual dalam kanal YouTube Rekam Nusantara digunakan sebagai media kampanye kebersihan lingkungan?
- Bagaimana efektivitas video YouTube Rekam Nusantara dalam menggugah kesadaran akan pentingnya menjaga lingkungan?
- Bagaimana narasi sastra dalam video YouTube Rekam Nusantara digunakan untuk menggerakkan emosi audiens?

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

- **Sastra dan Visual sebagai Sarana Kampanye Lingkungan**
Pendekatan kampanye lingkungan melalui sastra dan visual menjadi salah satu metode yang efektif untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat. Kanal YouTube Rekam Nusantara merupakan salah satu media digital yang memanfaatkan kombinasi sastra dan visual dalam membangun kesadaran akan pentingnya menjaga lingkungan.
- **Sastra dalam Kampanye Lingkungan**
Dalam banyak kontennya, Rekam Nusantara mengandalkan puisi dan narasi puitis untuk menyampaikan pesan. Puisi memiliki kekuatan dalam menyentuh perasaan audiens, memungkinkan mereka untuk lebih memahami permasalahan lingkungan dari sudut pandang yang lebih emosional. Dalam kajian ekopoetika, sastra memiliki fungsi tidak hanya sebagai alat ekspresi, tetapi juga sebagai alat advokasi untuk mengajak masyarakat bertindak terhadap isu-isu lingkungan (Ismail, 2021).
- **Visual dalam Kampanye Lingkungan**
Selain narasi sastra, video Rekam Nusantara juga menampilkan sinematografi alam yang memukau. Visualisasi ini tidak hanya bertujuan untuk memperindah tampilan video, tetapi juga untuk membangun emosional antara penonton dan alam. Dengan menunjukkan keindahan alam yang masih terjaga maupun kerusakan akibat ulah manusia, audiens lebih mudah merasakan urgensi permasalahan lingkungan dan terdorong untuk mengambil tindakan nyata (Pangestu, 2021).

- **Studi Kasus Kampanye Digital yang Serupa**
Pendekatan yang digunakan oleh Rekam Nusantara sejalan dengan metode kampanye yang dilakukan oleh Pandawara Group di TikTok, yang memanfaatkan konten visual tentang kondisi lingkungan yang tercemar untuk menggugah kesadaran publik. Pandawara Group berhasil menarik perhatian masyarakat dengan menampilkan visualisasi yang kuat mengenai pencemaran sungai, pantai, dan hutan. Hasil penelitian Pangestu (2021) menunjukkan bahwa kampanye berbasis visual dan narasi persuasif memiliki dampak yang lebih besar dibandingkan kampanye berbasis teks informatif.
- **Efektivitas Video YouTube dalam Menggugah Kesadaran Lingkungan**
YouTube sebagai platform berbasis video memiliki jangkauan luas dan mampu menyajikan informasi dengan cara yang menarik dan mudah dipahami oleh masyarakat. Dalam kampanye lingkungan, video menjadi alat yang sangat efektif karena dapat menggabungkan berbagai elemen komunikasi, seperti visual, audio, dan narasi (Pratama, 2023).
- **Dampak Audiovisual dalam Kampanye Lingkungan**
Menurut penelitian Pratama (2023), konten video berbasis komunikasi visual lebih efektif dibandingkan dengan konten berbasis teks dalam membangun kesadaran dan keterlibatan audiens dalam isu lingkungan. Visual yang kuat, dikombinasikan dengan musik latar dan suara narasi yang emosional, membuat audiens lebih mudah memahami makna di balik kampanye yang disampaikan.
- **Perbandingan dengan Kampanye Konvensional**
Studi oleh Dahliana et al. (2023) menemukan bahwa kampanye berbasis video lebih efektif dibandingkan metode konvensional, seperti penyebaran brosur atau seminar. Hal ini karena video dapat memberikan pengalaman yang lebih imersif, sehingga audiens tidak hanya membaca informasi, tetapi juga merasakan dampak emosional dari pesan yang disampaikan.
- **Contoh Efektivitas Kampanye di Media Sosial**
Seperti yang telah ditunjukkan oleh Pandawara Group, masyarakat dapat terdorong untuk berpartisipasi dalam aksi nyata setelah melihat kondisi lingkungan yang buruk melalui video. Fenomena serupa juga terlihat dalam konten Rekam Nusantara, di mana penggunaan puisi dan narasi emosional membangun keterhubungan lebih mendalam antara audiens dan isu lingkungan yang diangkat.
- **Narasi Sastra sebagai Penggerak Emosi Audiens**
Penggunaan sastra dalam video kampanye lingkungan memiliki peran penting dalam menggerakkan emosi audiens. Elemen puisi dan narasi reflektif yang digunakan dalam

Rekam Nusantara merupakan bentuk dari ekopoetika, yaitu sastra yang berfokus pada hubungan manusia dengan alam (Ismail, 2021).

- **Mengapa Narasi Sastra Efektif?**

Menurut penelitian Rahmadani (2020), pendekatan emosional dalam penyampaian pesan lingkungan lebih efektif dibandingkan dengan pendekatan berbasis informasi faktual. Narasi puitis dapat membantu audiens menginternalisasi pesan kampanye dengan lebih dalam, karena mereka tidak hanya memahami isu lingkungan secara intelektual, tetapi juga merasakannya secara emosional.

- **Pengaruh Narasi dalam Perubahan Perilaku**

Dalam konteks pendidikan lingkungan, studi oleh Ismail (2021) menemukan bahwa penggunaan sastra dalam pendidikan ekologi dapat meningkatkan empati dan rasa keterhubungan terhadap alam. Dengan demikian, penggunaan puisi dan cerita dalam kampanye lingkungan dapat alat yang sangat dalam mengubah pola pikir dan perilaku masyarakat terhadap lingkungan.

Pembahasan

Pendekatan kampanye lingkungan melalui sastra dan visual menjadi salah satu metode yang efektif untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat. Kampanye lingkungan sering kali menghadapi tantangan dalam menarik perhatian audiens, di era digital di mana konten dengan format visual lebih disukai dibandingkan teks tertulis (Pangestu, 2021). Kanal YouTube Rekam Nusantara merupakan salah satu media digital yang memanfaatkan kombinasi sastra dan visual dalam membangun kesadaran akan pentingnya menjaga lingkungan. Dalam kampanye ini, sastra digunakan sebagai alat untuk menciptakan kedekatan emosional antara audiens dan isu lingkungan, sementara visual bertugas memperkuat dampak narasi yang disampaikan.

Sastra memiliki sejarah panjang sebagai alat advokasi sosial, termasuk dalam kampanye lingkungan. Puisi dan prosa dapat menjadi medium refleksi dan protes terhadap kerusakan alam. Hal ini didukung oleh penelitian Ismail (2021) yang menemukan bahwa penggunaan narasi sastra dalam pendidikan lingkungan lebih efektif dalam membentuk kesadaran ekologis dibandingkan dengan pendekatan berbasis data ilmiah semata. Dalam konten Rekam Nusantara, puisi dan narasi puitis digunakan untuk menghadirkan alam sebagai subjek yang memiliki hak hidup, bukan sekadar sumber daya yang bisa dieksploitasi. Penggunaan bahasa yang indah dan menggugah dalam puisi memungkinkan audiens untuk merasakan pengalaman ekologis secara lebih mendalam, yang pada akhirnya dapat mendorong tindakan nyata untuk menjaga lingkungan.

Selain narasi sastra, video Rekam Nusantara juga menampilkan sinematografi alam yang memukau. Visualisasi ini memiliki fungsi ganda: pertama, untuk memperlihatkan keindahan alam sebagai sesuatu yang berharga dan harus dijaga; kedua, untuk menampilkan realitas kerusakan lingkungan akibat ulah manusia. Penelitian Pangestu (2021) menunjukkan bahwa kampanye berbasis visual lebih efektif dibandingkan kampanye berbasis teks, karena gambar dan video mampu membangkitkan respons emosional yang lebih kuat dari audiens. menampilkan kontras antara keindahan alam dan kehancurannya akibat eksploitasi manusia, video kampanye lingkungan dapat menanamkan kesadaran ekologis yang lebih mendalam.

Pendekatan yang digunakan oleh Rekam Nusantara sejalan dengan metode kampanye yang dilakukan oleh Pandawara Group di TikTok, yang memanfaatkan konten

visual tentang kondisi lingkungan yang tercemar untuk menggugah kesadaran publik. Pandawara Group berhasil menarik perhatian masyarakat dengan menampilkan visualisasi yang kuat mengenai pencemaran sungai, pantai, dan hutan. Hasil penelitian Dahliana et al. (2023) menunjukkan bahwa kampanye.

Berdasarkan berbagai temuan ini, dapat disimpulkan bahwa pendekatan yang diterapkan oleh Rekam Nusantara dalam menggabungkan narasi sastra dan visual merupakan strategi komunikasi yang sangat efektif dalam kampanye lingkungan. Dengan menggunakan bahasa yang puitis dan visual yang menggugah, audiens tidak hanya mendapatkan informasi, tetapi juga merasakan urgensi permasalahan lingkungan secara lebih mendalam. Hal ini sejalan dengan penelitian Pangestu (2021) yang menyatakan bahwa kampanye lingkungan yang berhasil adalah kampanye yang mampu membangun keterlibatan emosional audiens. Oleh karena itu, kombinasi sastra, visual, dan kolaborasi komunitas dalam kampanye digital dapat menjadi model yang menginspirasi bagi gerakan lingkungan lainnya.

4. SIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan, dapat disimpulkan menunjukkan bahwa integrasi antara ekspresi sastra dan visual dalam konten kanal YouTube Rekam Nusantara merupakan bentuk strategi kampanye lingkungan yang memiliki efektivitas tinggi dalam membentuk kesadaran ekologis masyarakat. Penggunaan narasi puitis yang sarat akan muatan reflektif dan kontemplatif menjadi representasi praktik ekopoetika, yakni upaya menyuarakan isu-isu ekologis melalui medium estetik dan imajinatif. Hal ini memberikan dimensi etis dan emosional terhadap wacana lingkungan yang disampaikan.

Visualisasi sinematik yang mendampingi narasi tersebut tidak hanya berfungsi sebagai elemen estetika, melainkan juga sebagai perangkat retorik yang memperkuat pesan ekologis melalui konstruksi citra visual yang menggugah. Kolaborasi antara teks sastra dan visualisasi artistik melahirkan pengalaman audiovisual yang holistik, yang mampu menyentuh aspek kognitif maupun afektif audiens secara simultan.

Dalam konteks media digital, YouTube berperan sebagai ruang komunikasi alternatif yang memungkinkan penyebaran pesan secara masif dan partisipatif. Kanal Rekam Nusantara memanfaatkan potensi platform ini untuk mengintegrasikan seni, teknologi, dan aktivisme lingkungan dalam satu ruang ekspresi yang dinamis. Dengan demikian, kampanye lingkungan berbasis ekspresi sastra dan visual dalam media digital dapat dijadikan sebagai model representatif dalam pengembangan strategi komunikasi lingkungan yang kontekstual, estetis, dan transformatif pada era media baru

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada bapak Dr. Nuril Ahmad, S.Si., M.Si. selaku dosen pengampu mata kuliah Pendidikan Kependudukan yang telah memberikan arahan, inspirasi, dan motivasi dalam proses penyusunan jurnal ini. Bimbingan beliau tidak hanya memperluas wawasan penulis, tetapi juga mendorong penulis untuk lebih kritis dan reflektif dalam melihat isu-isu kependudukan dari perspektif yang lebih luas. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pihak jurnal yang telah memberikan ruang untuk publikasi karya ilmiah ini, sehingga penulis dapat turut berkontribusi dalam pengembangan pengetahuan di bidang kependudukan dan media.

Tidak lupa, penulis menyampaikan apresiasi kepada teman-teman yang senantiasa memberikan dukungan, masukan, dan semangat selama proses penelitian dan penulisan jurnal ini berlangsung. Diskusi, dorongan moral, dan bantuan dari rekan-rekan menjadi elemen penting dalam penyelesaian karya ini. Segala bantuan dan kontribusi tersebut sangat berarti bagi kelancaran penyusunan karya ini.

DAFTAR REFERENSI

- Alexander, & Cangara, H. (2018). *Komunikasi lingkungan: Penanganan kasus-kasus lingkungan strategi komunikasi* (Edisi pertama). Jakarta: Prenadamedia Group.
- Boer, F. R. (2021). *Menyelisik media sosial: Kajian persuasi & konsumsi generasi milenial*. Kota Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi.

- Dahliaana, A. B., Syahrani, A., & Isnaini, L. (2023). Sosialisasi dan aksi sosial menjaga kebersihan lingkungan dan kelestarian air sungai. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7(3), 1705–1708.
- Helianthusonfri, J. (2016). *Youtube marketing*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Ismail, M. J. (2021). Pendidikan karakter peduli lingkungan dan menjaga kebersihan di sekolah. *Guru Tua: Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran*, 4(1), 59–68.
- Pandrianto, N., & Sukendro, G. G. (2018). Analisis strategi pesan content marketing untuk mempertahankan brand engagement. *Jurnal Komunikasi*, 10(2), 167–176.
- Pangestu, Y. P. D. A. (2021). Penggunaan aplikasi TikTok untuk karya mencintai ketidaksempurnaan diri melalui kampanye *Love Imperfections*. *Jurnal Komunikasi Sosial Digital*, 5(2), 89–102.
- Pratama, Y. A. (2023). Efektivitas TikTok sebagai media kampanye komunikasi viral pencegahan dan penanganan Covid-19. *Jurnal Komunikasi Digital*, 9(1), 59–68.
- Rahmadani, F. A. (2020). Upaya menumbuhkan kesadaran masyarakat dalam menjaga kebersihan lingkungan melalui pengelolaan bank sampah. *Comm-Edu Journal*, 3(3), 261–273.
- Ricko, R., & Junaidi, A. (2019). Analisis strategi konten dalam meraih engagement pada media sosial YouTube (Studi kasus Froyonion). *Prologia*, 3(1), 231–237.
- Suradi, M. S. (2023). *Perspektif komunikasi, media digital, dan dinamika budaya*. Jakarta: Kencana.
- Wahid, U. (2016). *Komunikasi politik: Teori, konsep, dan aplikasi pada era media baru*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.