



Peran Ecomedia dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat terhadap Masalah Polusi Udara di Jakarta

Meillano Dimas Kosasi¹, Azwar², Damayanti³

^{1,2,3}Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta, Indonesia

E-mail: dimaskosasih@gmail.com, azwarstmalaka@upnvj.ac.id, damayanti@upnvj.ac.id

Article Info	Abstract
Article History Received: 2025-08-05 Revised: 2025-09-12 Published: 2025-10-07 Keywords: <i>Ecomedia;</i> <i>Air Pollution;</i> <i>Society;</i> <i>Jakarta.</i>	Ecomedia is a form of media that specifically advocates for environmental issues, whether through journalistic channels, social media platforms, digital campaigns, or visual documentaries, focusing on ecological problems and sustainability. The aim of this research is to identify the forms and types of ecomedia content used to convey the issue of air pollution in Jakarta, the effectiveness of ecomedia in increasing public understanding and concern about the impacts of air pollution in Jakarta, and to identify factors that support or hinder ecomedia in performing its role as an agent of environmental awareness in Jakarta. The method used is descriptive qualitative. The results of this study indicate that ecomedia plays a significant role in raising public awareness of air pollution in Jakarta, but its effectiveness is highly dependent on policy support, innovation in content presentation, and efforts to improve media and digital literacy among the public.
Artikel Info	Abstrak
Sejarah Artikel Diterima: 2025-08-05 Direvisi: 2025-09-12 Dipublikasi: 2025-10-07 Kata kunci: <i>Ecomedia;</i> <i>Polusi Udara;</i> <i>Masyarakat;</i> <i>Jakarta.</i>	Ecomedia merupakan bentuk media yang secara khusus menyuarakan isu-isu lingkungan, baik melalui kanal jurnalistik, platform media sosial, kampanye digital, maupun dokumenter visual yang berfokus pada problematika ekologi dan keberlanjutan. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bentuk dan jenis konten ecomedia yang digunakan dalam menyampaikan isu polusi udara di Jakarta, efektivitas ecomedia dalam meningkatkan pemahaman dan kepedulian masyarakat terhadap dampak polusi udara di Jakarta dan untuk mengetahui faktor yang mendukung atau menghambat ecomedia dalam menjalankan perannya sebagai agen penyadaran isu lingkungan di Jakarta. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Hasil dalam penelitian ini adalah ecomedia memiliki peran yang signifikan dalam meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap polusi udara di Jakarta, tetapi efektivitasnya sangat bergantung pada dukungan kebijakan, inovasi dalam penyajian konten, serta upaya untuk meningkatkan literasi media dan digital di kalangan masyarakat.

I. PENDAHULUAN

Di tengah meningkatnya permasalahan lingkungan hidup, khususnya polusi udara di Jakarta, peran media berbasis lingkungan atau yang dikenal sebagai ecomedia menjadi sangat vital dalam membangun kesadaran kolektif masyarakat. Ecomedia merupakan bentuk media yang secara khusus menyuarakan isu-isu lingkungan, baik melalui kanal jurnalistik, platform media sosial, kampanye digital, maupun dokumenter visual yang berfokus pada problematika ekologi dan keberlanjutan (Prih Waryatno et al., 2022). Jakarta sebagai ibu kota Indonesia kerap menduduki peringkat atas sebagai kota dengan kualitas udara terburuk di dunia, berdasarkan data dari berbagai lembaga pemantau lingkungan internasional. Pencemaran udara yang bersumber dari emisi kendaraan bermotor, industri, pembakaran terbuka, serta minimnya ruang terbuka hijau menjadi akar

masalah yang kompleks. Dalam kondisi ini, ecomedia hadir tidak hanya sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai agen perubahan yang mampu menggugah kepedulian masyarakat terhadap bahaya polusi udara dan mendorong perubahan perilaku kolektif yang lebih ramah lingkungan (Yuniarto, 2023).

Peran ecomedia terlihat dari kemampuannya menyajikan informasi lingkungan secara menarik, mudah dipahami, dan memiliki muatan emosional yang kuat. Misalnya, melalui infografis digital yang menunjukkan tingkat polusi udara harian, masyarakat Jakarta dapat melihat secara real-time seberapa buruk kualitas udara yang mereka hirup. Hal ini tidak hanya menyampaikan data, tetapi juga memunculkan efek kejutan yang mengarahkan pada kesadaran personal. Menurut (Asror et al., 2023) ecomedia juga sering memanfaatkan pendekatan visual dengan foto dan video yang memperlihatkan dampak polusi

terhadap anak-anak, lansia, atau komunitas rentan lainnya, sehingga menumbuhkan empati dan keinginan untuk mengambil tindakan. Di era digital, pesan-pesan lingkungan melalui ecomedia lebih cepat viral dan menjangkau masyarakat lintas usia serta latar belakang. Kampanye semacam #BernafasUntukJakarta atau #SaveOurAir yang disebarluaskan lewat media sosial mampu menarik perhatian publik dan mendorong wacana lingkungan menjadi perbincangan sehari-hari, bukan lagi isu yang eksklusif milik aktivis.

Lebih dari sekadar penyampai berita, ecomedia juga memainkan fungsi edukatif yang penting. Banyak konten yang dihasilkan mengandung penjelasan mengenai sumber polusi udara, dampak jangka pendek dan panjang terhadap kesehatan, serta langkah-langkah yang dapat dilakukan oleh individu maupun komunitas untuk membantu mengurangi polusi. Contohnya adalah dorongan untuk menggunakan transportasi umum, bersepeda, menanam pohon, atau mengurangi penggunaan kendaraan pribadi berbahan bakar fosil. Menurut (Assayuti et al., 2023) ecomedia turut membantu menjembatani kesenjangan informasi yang sering kali terjadi antara data ilmiah dengan pemahaman awam. Konten-konten populer yang dikemas dengan gaya bahasa ringan dan disertai narasi personal membuat isu polusi udara lebih mudah diterima, bahkan oleh kalangan yang sebelumnya tidak memiliki perhatian terhadap masalah lingkungan. Ecomedia tidak hanya menyampaikan isu, tetapi juga membangun literasi lingkungan masyarakat secara perlahan namun signifikan.

Selain edukasi, ecomedia juga memiliki peran advokatif dengan menekan pemangku kebijakan untuk mengambil langkah nyata dalam menangani krisis polusi udara. Banyak media lingkungan yang aktif mengangkat kegagalan pemerintah daerah dalam mengontrol emisi, memperpanjang izin industri pencemar, atau lambannya peningkatan kualitas transportasi publik. Dengan eksposur yang terus-menerus terhadap kebijakan dan kinerja pemerintah, masyarakat didorong untuk lebih kritis dan aktif dalam menyuarkan hak atas udara bersih (Adinugroho & Martha, 2020). Petisi daring, kampanye open letter, serta laporan investigatif yang dipublikasikan oleh ecomedia mampu menciptakan tekanan publik yang masif sehingga memaksa pihak-pihak berwenang untuk mengambil tindakan yang lebih tegas dan transparan. Di sisi lain, ecomedia juga memberi ruang bagi suara masyarakat, komunitas

lingkungan, dan kelompok warga terdampak untuk menyuarkan aspirasi mereka secara lebih luas. Dalam proses ini, ecomedia berperan sebagai jembatan komunikasi antara masyarakat dan pengambil kebijakan (Fedora & Ariaaji, 2023).

Peran ecomedia tentu tidak lepas dari tantangan. Salah satunya adalah ancaman bias informasi atau reduksi data ilmiah yang terjadi ketika konten harus disesuaikan dengan logika media sosial yang menekankan kesederhanaan, kecepatan, dan viralitas. Ada kalanya ecomedia terlalu fokus pada sisi emosional atau visual dari isu polusi udara tanpa memberikan data yang cukup kuat sebagai landasan (Riyanto et al., 2023). Ini dapat menimbulkan misinformasi atau bahkan kepanikan publik yang tidak terarah. Masih ada sebagian masyarakat yang skeptis terhadap informasi dari media lingkungan karena dianggap hanya menyebarkan ketakutan tanpa solusi konkret. Dibutuhkan kolaborasi yang lebih erat antara ecomedia dengan akademisi, lembaga kesehatan, serta instansi pemerintah agar narasi lingkungan yang disampaikan tetap akurat, konstruktif, dan solutif.

Ecomedia memiliki peran strategis dalam membentuk opini publik dan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap bahaya polusi udara di Jakarta. Dengan pendekatan komunikatif yang adaptif terhadap tren digital, ecomedia mampu mengubah isu polusi udara dari sekadar data teknis menjadi cerita yang menyentuh sisi kemanusiaan. Ketika masyarakat mulai sadar bahwa hak atas udara bersih adalah bagian dari hak asasi manusia, maka akan muncul kesadaran kolektif untuk menjaga lingkungan melalui perubahan perilaku dan tekanan kepada para pemangku kebijakan (Oktaviani & Hustinawati, 2021). Peran ini menjadikan ecomedia bukan hanya sebagai alat penyebar informasi, tetapi juga motor penggerak transformasi sosial menuju masyarakat yang lebih peduli dan bertanggung jawab terhadap lingkungan.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif untuk mengkaji secara mendalam peran ecomedia dalam meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap polusi udara di Jakarta. Metode ini dipilih karena mampu menggali makna, perspektif, dan interpretasi sosial dari berbagai pihak yang terlibat, seperti aktivis lingkungan, pengelola media, serta masyarakat sebagai audiens. Pendekatan kualitatif

memungkinkan peneliti untuk memahami bagaimana pesan-pesan lingkungan disampaikan melalui ecomedia dan bagaimana masyarakat meresponsnya secara subjektif. Data dikumpulkan melalui teknik wawancara mendalam, observasi, serta dokumentasi terhadap konten media yang berfokus pada isu polusi udara.

Wawancara dilakukan terhadap narasumber yang relevan, seperti jurnalis lingkungan, penggiat komunitas hijau, dan warga Jakarta yang aktif mengikuti isu lingkungan. Penelitian ini juga menganalisis narasi, simbol, dan pesan yang digunakan dalam ecomedia sebagai alat komunikasi lingkungan. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat mengidentifikasi strategi komunikasi yang efektif serta hambatan yang dihadapi dalam menyampaikan isu polusi udara. Hasil dari penelitian kualitatif ini diharapkan memberikan pemahaman kontekstual yang komprehensif tentang bagaimana ecomedia memainkan peran strategis dalam membentuk opini dan kesadaran publik terhadap permasalahan lingkungan perkotaan.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Ecomedia memainkan peran penting dalam menyampaikan isu-isu lingkungan kepada masyarakat luas, terutama dalam konteks polusi udara di Jakarta. Jakarta, sebagai salah satu kota dengan tingkat polusi udara tertinggi di Indonesia, memerlukan pendekatan komunikasi yang efektif untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang bahaya polusi udara dan pentingnya tindakan kolektif untuk mengatasinya. Dalam hal ini, ecomedia menyediakan berbagai jenis konten yang tidak hanya informatif, tetapi juga persuasif, dengan tujuan untuk memotivasi perubahan perilaku masyarakat (Ruhiat et al., 2019).

Bentuk dan jenis konten ecomedia yang digunakan untuk menyampaikan isu polusi udara di Jakarta sangat beragam, disesuaikan dengan media dan platform yang ada. Salah satu jenis konten utama adalah infografis, yang sering digunakan untuk menggambarkan data terkait kualitas udara, sumber polusi, dan dampaknya terhadap kesehatan masyarakat. Infografis ini dirancang secara visual menarik dan mudah dipahami, sehingga informasi yang disampaikan dapat diterima dengan cepat oleh audiens dari berbagai kalangan (Astriyani et al., 2023). Dalam infografis, data seperti angka konsentrasi partikel berbahaya di udara, penyebab utama polusi, dan tips untuk mengurangi paparan polusi biasanya disajikan dengan grafik atau

diagram yang memudahkan pembaca untuk memahaminya secara instan. Infografis juga sangat efektif dibagikan melalui media sosial, menjadikannya alat komunikasi yang ampuh di era digital.

Selain infografis, video pendek juga menjadi konten yang sangat populer dalam ecomedia. Platform seperti Instagram, YouTube, dan TikTok memungkinkan pembuatan video pendek yang bisa menyampaikan pesan dengan cara yang lebih menarik dan mudah dicerna. Video pendek tentang polusi udara di Jakarta sering kali menampilkan visualisasi masalah polusi, seperti rekaman kualitas udara yang buruk, antrian panjang kendaraan, serta wawancara dengan ahli atau warga yang terdampak (Bella Nathania dan Fajri Fadhillah, 2020). Video semacam ini memberikan gambaran nyata tentang bagaimana polusi udara mempengaruhi kehidupan sehari-hari, dan sering kali diakhiri dengan ajakan untuk berpartisipasi dalam solusi, seperti menggunakan transportasi umum, mengurangi penggunaan kendaraan pribadi, atau mendukung kebijakan ramah lingkungan. Video juga memungkinkan elemen emosional yang lebih kuat, dengan menampilkan cerita pribadi warga yang terkena dampak polusi atau bahkan anak-anak yang terpapar polusi, sehingga dapat membangkitkan empati dan urgensi untuk bertindak (Samudra & Hertasing, 2024).

Artikel dan blog juga merupakan jenis konten yang digunakan dalam ecomedia untuk membahas polusi udara secara lebih mendalam. Artikel-artikel ini biasanya dipublikasikan di situs web yang berfokus pada lingkungan atau di media sosial yang memiliki audiens yang peduli pada isu-isu ekologi. Dalam artikel ini, penulis dapat menguraikan faktor-faktor yang menyebabkan polusi udara di Jakarta, dampaknya terhadap kesehatan, serta solusi yang dapat diterapkan. Menurut (Podomoro, 2023) dengan menyediakan informasi yang lebih terperinci, artikel membantu audiens untuk mendapatkan pemahaman yang lebih dalam dan analitis tentang polusi udara. Artikel ini juga sering dilengkapi dengan saran atau panduan praktis bagi pembaca untuk mengurangi dampak polusi, seperti menggunakan masker, memilih kendaraan ramah lingkungan, atau berpartisipasi dalam kampanye penghijauan. Artikel ini dapat menjadi sumber informasi yang berharga, baik untuk masyarakat umum maupun pembuat kebijakan.

Kampanye media sosial menjadi salah satu jenis konten ecomedia yang paling efektif dalam

mencapai audiens yang lebih luas dan beragam. Melalui media sosial, ecomedia dapat menciptakan buzz atau kegaduhan di kalangan pengguna internet dengan menggunakan hashtag, tantangan, atau kampanye viral yang dapat meningkatkan kesadaran tentang polusi udara. Menurut (Nainggolan, Y. dan Kelana, 2023) kampanye semacam ini sering kali memanfaatkan partisipasi audiens, seperti mengajak mereka untuk berbagi foto atau video tentang upaya mereka mengurangi polusi, seperti bersepeda ke tempat kerja atau menggunakan transportasi publik. Kampanye media sosial ini juga dapat menjadi alat untuk memobilisasi masyarakat dalam mendukung kebijakan atau tindakan tertentu, seperti pengurangan kendaraan bermotor di jalan raya atau inisiatif untuk meningkatkan ruang hijau di Jakarta. Melalui kekuatan jaringan sosial dan viralitas konten, kampanye ini bisa mempercepat penyebaran informasi dan mendorong partisipasi aktif masyarakat (Furqon, 2023).

Podcast dan wawancara juga merupakan bentuk konten yang banyak digunakan dalam ecomedia. Podcast memungkinkan pendengar untuk mendapatkan informasi secara lebih personal dan mendalam melalui diskusi dengan ahli lingkungan, aktivis, atau masyarakat yang terlibat langsung dalam perjuangan mengurangi polusi udara. Dalam podcast, pembahasan tentang polusi udara bisa disertai dengan cerita-cerita pribadi, pengalaman masyarakat terdampak, serta penjelasan ilmiah mengenai efek polusi terhadap Kesehatan (Therin & Santosa, 2022). Pendekatan ini memberi ruang bagi audiens untuk belajar lebih banyak tentang topik ini dalam suasana yang lebih santai namun tetap edukatif. Wawancara dengan tokoh masyarakat atau pemangku kebijakan juga dapat dijadikan konten untuk memberikan wawasan tentang bagaimana pemerintah dan lembaga lain menangani masalah polusi udara.

Jenis konten lainnya adalah kampanye visual yang dapat disebarluaskan melalui spanduk, poster, atau billboard di tempat-tempat strategis di Jakarta. Kampanye visual ini sering kali digunakan untuk memperingatkan masyarakat tentang kualitas udara yang buruk dan mendorong mereka untuk mengambil tindakan preventif, seperti memakai masker atau mengurangi aktivitas di luar ruangan pada hari-hari dengan polusi tinggi. Kampanye visual ini dapat dilihat oleh audiens yang lebih luas, baik yang tinggal di kawasan perkotaan maupun yang

hanya melintas di area tersebut (Dina & Papalia, 2023).

Efektivitas ecomedia dalam meningkatkan pemahaman dan kepedulian masyarakat terhadap dampak polusi udara di Jakarta dapat dinilai dari berbagai aspek, mulai dari jangkauan audiens, cara penyampaian pesan, hingga dampak yang ditimbulkan terhadap perilaku masyarakat (Sri Sulasminingsih et al., 2024). Mengingat Jakarta merupakan salah satu kota dengan tingkat polusi udara tertinggi di dunia, kebutuhan untuk menyebarkan informasi mengenai masalah ini sangat mendesak. Ecomedia, dengan segala bentuk kontennya yang memanfaatkan teknologi digital dan media sosial, menawarkan solusi yang efektif dalam meningkatkan kesadaran masyarakat akan isu lingkungan ini.

Salah satu alasan utama mengapa ecomedia efektif dalam meningkatkan pemahaman adalah kemampuannya untuk menyajikan data dan informasi yang kompleks dengan cara yang mudah dicerna oleh masyarakat luas. Polusi udara sering kali dianggap sebagai masalah yang terlalu teknis dan sulit dipahami, namun melalui infografis atau video pendek, ecomedia dapat menyederhanakan informasi tentang kualitas udara, sumber polusi, dan dampaknya terhadap Kesehatan (Pratama et al., 2023). Misalnya, dengan menggunakan visualisasi grafik yang menggambarkan tingkat polusi udara di Jakarta dan membandingkannya dengan batas aman, masyarakat bisa langsung melihat bagaimana buruknya kualitas udara yang mereka hirup sehari-hari. Penyajian data semacam ini tidak hanya membuat masyarakat lebih paham, tetapi juga memberi mereka gambaran yang lebih nyata tentang situasi yang terjadi di sekitar mereka.

Ecomedia juga efektif dalam menciptakan keterlibatan masyarakat melalui platform media sosial. Media sosial adalah ruang yang sangat relevan dalam konteks ini, mengingat banyaknya orang yang aktif di platform seperti Instagram, Twitter, Facebook, dan TikTok. Kampanye yang berbasis pada media sosial, misalnya melalui penggunaan hashtag atau tantangan, dapat menciptakan percakapan yang lebih luas dan melibatkan banyak orang dalam upaya menanggulangi polusi udara. Menurut (Andrango et al., 2024) ecomedia di media sosial tidak hanya membagikan informasi, tetapi juga mengajak masyarakat untuk berpartisipasi secara aktif dalam kampanye lingkungan, seperti mengurangi penggunaan kendaraan pribadi atau mendukung kebijakan pemerintah yang ramah lingkungan.

Dengan partisipasi audiens yang lebih besar, dampak dari ecomedia menjadi lebih signifikan dalam meningkatkan kesadaran kolektif.

Selain keberagaman konten, cara ecomedia menyampaikan pesan juga berperan besar dalam meningkatkan kepedulian masyarakat. Konten-konten yang bersifat persuasif, seperti video yang menggambarkan efek buruk polusi udara terhadap kesehatan manusia, dapat menggugah emosi dan membangkitkan rasa kepedulian (Lopez, 2021). Misalnya, video yang memperlihatkan anak-anak yang terpaksa memakai masker saat beraktivitas di luar ruangan atau dampak jangka panjang seperti gangguan pernapasan, dapat menyentuh perasaan audiens dan mendorong mereka untuk lebih peduli terhadap kualitas udara di sekitar mereka. Peningkatan empati yang ditimbulkan dari konten emosional ini bisa memotivasi audiens untuk tidak hanya peduli secara pribadi, tetapi juga untuk mengajak orang lain terlibat dalam upaya pengurangan polusi.

Penggunaan storytelling atau penceritaan dalam ecomedia juga berperan penting dalam meningkatkan pemahaman masyarakat. Dengan menggunakan pendekatan naratif, ecomedia dapat membuat masalah polusi udara lebih relatable dan menyentuh aspek pribadi kehidupan audiens (López, 2023). Cerita-cerita tentang individu yang mengalami dampak buruk polusi udara atau perjuangan masyarakat untuk mendapatkan udara bersih dapat memperkaya pemahaman audiens mengenai urgensi masalah tersebut. Misalnya, wawancara dengan warga Jakarta yang mengalami gangguan pernapasan akibat polusi atau cerita dari orangtua yang khawatir akan kesehatan anak-anak mereka dapat membuat masalah polusi udara lebih nyata dan lebih dekat dengan kehidupan audiens. Pendekatan seperti ini memungkinkan audiens untuk merasa lebih terhubung dengan isu yang dibahas, sehingga memperkuat motivasi mereka untuk bertindak (Nagara et al., 2023).

Namun, efektivitas ecomedia tidak hanya ditentukan oleh cara penyampaian pesan, tetapi juga oleh seberapa besar dampak yang ditimbulkan terhadap perilaku masyarakat. Salah satu tanda keberhasilan ecomedia adalah perubahan perilaku atau peningkatan kesadaran masyarakat untuk melakukan tindakan konkret. Misalnya, jika audiens mulai menggunakan transportasi umum, bersepeda, atau mengurangi penggunaan kendaraan pribadi sebagai respons terhadap kampanye ecomedia tentang polusi udara, maka dapat dikatakan bahwa ecomedia

berhasil mendorong perubahan social (Udara et al., 2020). Ecomedia yang efektif mampu membuat masyarakat sadar bahwa tindakan mereka memiliki dampak langsung terhadap kualitas udara dan kesehatan mereka. Ecomedia juga dapat memotivasi masyarakat untuk mendukung kebijakan pemerintah yang berkaitan dengan pengurangan polusi udara, seperti pembatasan kendaraan bermotor atau peningkatan ruang terbuka hijau (Widyakusuma, 2024).

Namun, efektivitas ecomedia dalam meningkatkan kesadaran tentang polusi udara juga tidak terlepas dari tantangan yang ada. Salah satu tantangan terbesar adalah keberagaman audiens dan tingkat pengetahuan mereka tentang isu lingkungan. Meskipun ecomedia memiliki jangkauan yang luas, tidak semua orang dapat menyerap informasi yang disampaikan dengan cara yang sama (Suryanto, 2013). Penting bagi ecomedia untuk terus beradaptasi dengan berbagai format dan bahasa yang lebih inklusif, agar pesan tentang polusi udara bisa diterima oleh semua kalangan. Selain itu, meskipun ecomedia mampu meningkatkan kesadaran, perubahan perilaku jangka panjang hanya bisa tercapai jika ada dukungan yang lebih besar dari kebijakan publik dan partisipasi aktif dari masyarakat.

Dalam menjalankan perannya sebagai agen penyadaran isu lingkungan, khususnya polusi udara di Jakarta, ecomedia menghadapi berbagai faktor yang mendukung dan menghambat. Faktor-faktor ini mempengaruhi efektivitas dan jangkauan pesan yang disampaikan kepada masyarakat. Faktor-faktor yang mendukung keberhasilan ecomedia dalam menyampaikan pesan isu lingkungan melibatkan kemajuan teknologi, aksesibilitas media sosial, serta tingginya kepedulian publik terhadap masalah polusi udara. Namun, terdapat pula sejumlah hambatan yang dapat mengurangi dampak dari ecomedia dalam meningkatkan kesadaran masyarakat (Dwiyanti Nasir et al., 2020).

Salah satu faktor utama yang mendukung keberhasilan ecomedia adalah kemajuan teknologi dan perkembangan internet yang pesat. Seiring dengan semakin luasnya akses internet di Indonesia, khususnya di Jakarta, masyarakat kini dapat dengan mudah mengakses informasi melalui berbagai platform media sosial, aplikasi, dan situs web. Hal ini membuka peluang bagi ecomedia untuk menjangkau audiens yang lebih luas dengan biaya yang relatif lebih rendah (Michelle et al., 2021). Konten digital yang

disajikan dalam bentuk video, infografis, artikel, atau meme dapat dengan cepat tersebar di media sosial seperti Instagram, Twitter, Facebook, dan TikTok. Karena mayoritas pengguna media sosial di Jakarta adalah anak muda, ecomedia dapat menargetkan audiens yang lebih besar, yang lebih cenderung peka terhadap isu-isu sosial dan lingkungan.

Kecepatan penyebaran informasi juga menjadi faktor penting dalam efektivitas ecomedia. Dalam dunia yang serba cepat ini, masyarakat Jakarta cenderung mencari informasi yang langsung dapat diakses dan dipahami. Dengan menggunakan media sosial, ecomedia dapat menyampaikan pesan dalam bentuk yang lebih singkat, padat, dan mudah dimengerti (Munggaran et al., 2024). Misalnya, infografis atau video pendek yang menunjukkan dampak polusi udara terhadap kesehatan dapat dengan cepat menarik perhatian audiens dan mendorong mereka untuk membagikan informasi tersebut kepada orang lain. Dengan demikian, ecomedia dapat memanfaatkan kecepatan dan jangkauan internet untuk meningkatkan kesadaran lebih luas mengenai pentingnya menjaga kualitas udara di Jakarta.

Faktor lain yang mendukung adalah tingginya kepedulian masyarakat terhadap masalah lingkungan, terutama polusi udara. Jakarta, sebagai ibu kota yang memiliki tingkat polusi udara yang tinggi, sudah menjadi pusat perhatian banyak kalangan, baik dari masyarakat umum, pemerintah, hingga organisasi non-pemerintah. Seiring dengan meningkatnya kesadaran tentang dampak polusi udara terhadap kesehatan, banyak masyarakat yang mulai mencari informasi tentang cara-cara untuk mengurangi dampak tersebut (Yudiskara et al., 2023). Ecomedia, yang menyajikan informasi dengan cara yang menarik dan mudah dipahami, sangat relevan untuk memenuhi kebutuhan informasi masyarakat yang semakin sadar akan pentingnya menjaga kualitas udara dan kesehatan. Dengan semakin banyaknya orang yang peduli terhadap isu lingkungan, ecomedia menjadi salah satu sarana yang efektif dalam menyebarkan pesan-pesan penting.

Namun, meskipun ada berbagai faktor yang mendukung, ecomedia juga dihadapkan pada sejumlah hambatan yang dapat mengurangi dampaknya. Salah satu hambatan utama adalah rendahnya tingkat literasi media dan digital di sebagian masyarakat. Meskipun banyak orang yang aktif di media sosial, tidak semua pengguna memiliki kemampuan untuk menilai keakuratan

informasi yang disajikan. Hoaks atau informasi yang menyesatkan sering kali beredar di media sosial, dan ini dapat mengaburkan pesan yang disampaikan oleh ecomedia (Ruhiat et al., 2019). Dalam konteks polusi udara, misalnya, ada kemungkinan masyarakat menerima informasi yang salah atau tidak lengkap tentang penyebab dan dampak polusi, yang dapat mempengaruhi persepsi mereka terhadap isu tersebut. Ecomedia perlu berperan aktif dalam memberikan informasi yang faktual dan akurat, serta mengedukasi masyarakat tentang cara memilah informasi yang benar.

Faktor lain yang menghambat adalah kurangnya dukungan atau perhatian dari pemerintah dan sektor swasta. Ecomedia sering kali bekerja dengan anggaran terbatas, dan meskipun dapat menjangkau banyak orang, keberhasilannya tidak akan maksimal jika tidak didukung oleh kebijakan yang pro-lingkungan. Pemerintah memiliki peran penting dalam menciptakan kebijakan yang mendukung pengurangan polusi udara, seperti pembatasan kendaraan bermotor, peningkatan ruang terbuka hijau, dan penggunaan energi terbarukan (Astriyani et al., 2023). Tanpa dukungan kebijakan yang konkret, pesan yang disampaikan melalui ecomedia bisa saja tidak memiliki dampak yang signifikan. Sebagai contoh, meskipun masyarakat Jakarta lebih sadar tentang polusi udara, mereka mungkin tidak memiliki alternatif yang cukup untuk mengurangi paparan polusi, seperti transportasi umum yang memadai atau infrastruktur ramah lingkungan.

Masih ada masyarakat yang tidak terlalu peduli atau kurang merasakan dampak langsung dari polusi udara, terutama mereka yang tinggal di daerah-daerah tertentu yang tidak langsung terpapar dampak buruk polusi. Bagi kelompok ini, polusi udara sering kali tidak menjadi prioritas utama, dan mereka mungkin merasa bahwa masalah ini tidak terlalu mempengaruhi kehidupan mereka. Hal ini bisa menjadi hambatan bagi ecomedia untuk menyampaikan pesan secara efektif (Bella Nathania dan Fajri Fadhillah, 2020). Meskipun pesan tentang polusi udara dapat dengan mudah disebarkan melalui media sosial, tingkat kepedulian masyarakat terhadap isu ini dapat bervariasi tergantung pada lokasi, status sosial, dan pengalaman pribadi mereka dengan masalah lingkungan.

Hambatan lainnya adalah banyaknya konten yang bersaing di dunia maya. Ecomedia tidak berdiri sendiri dalam dunia media sosial, di mana berbagai isu lain juga memperebutkan perhatian

audiens. Isu-isu hiburan, politik, dan sosial yang sering kali lebih menarik perhatian audiens bisa menjadi faktor penghambat bagi ecomedia dalam mencapai audiens yang lebih besar (Podomoro, 2023). Hal ini terutama berlaku jika pesan-pesan lingkungan tidak disajikan dengan cara yang cukup menarik atau menghibur. Dalam kondisi ini, ecomedia harus berinovasi dan menggunakan pendekatan yang lebih kreatif untuk menarik perhatian audiens, misalnya dengan memanfaatkan influencer atau kampanye viral yang bisa mengundang lebih banyak partisipasi dari masyarakat.

IV. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Kesimpulan dari pembahasan mengenai peran ecomedia dalam meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap polusi udara di Jakarta menunjukkan bahwa ecomedia memiliki potensi besar untuk menjadi agen perubahan sosial dalam menyebarkan isu lingkungan, khususnya polusi udara. Melalui media sosial dan platform digital lainnya, ecomedia dapat menyampaikan pesan-pesan penting mengenai dampak polusi udara secara efektif kepada masyarakat yang lebih luas. Faktor-faktor yang mendukung keberhasilan ecomedia antara lain kemajuan teknologi, tingginya aksesibilitas media sosial, serta meningkatnya kepedulian masyarakat terhadap isu lingkungan. Dengan menggunakan berbagai bentuk konten kreatif, seperti video, infografis, dan artikel yang mudah dipahami, ecomedia dapat menjangkau audiens yang lebih besar dan meningkatkan pemahaman serta kepedulian terhadap polusi udara.

Ecomedia juga menghadapi sejumlah tantangan yang perlu diatasi agar dapat menjalankan perannya secara maksimal. Hambatan-hambatan tersebut mencakup rendahnya literasi media dan digital di sebagian masyarakat, kurangnya dukungan kebijakan dari pemerintah, serta adanya konten bersaing yang dapat mengalihkan perhatian audiens dari pesan lingkungan. Perbedaan tingkat kepedulian masyarakat terhadap polusi udara berdasarkan lokasi dan status sosial juga menjadi tantangan tersendiri.

B. Saran

Pembahasan terkait penelitian ini masih sangat terbatas dan membutuhkan banyak masukan, saran untuk penulis selanjutnya

adalah mengkaji lebih dalam dan secara komprehensif tentang Peran Ecomedia dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat terhadap Masalah Polusi Udara di Jakarta.

DAFTAR RUJUKAN

- Adinugroho, P., & Martha, L. P. (2020). Pengaruh Tayangan Youtube "Video Eksperimen: Keliling Jakarta Mengukur Polusi Udara" Terhadap Minat Penggunaan Transportasi Umum. *Media Bahasa, Sastra, Dan Budaya Wahana*, 26(1).
<https://doi.org/10.33751/Wahana.V26i1.2100>
- Andrango, S., Iza Pilaquina, D., López, A., & Share, J. (2024). Ecomedia Literacy's El Buen Vivir/Sumak Kawsay: The Practice Of Care In Media Education In Latin America. In *Environmental Communication* (Vol. 18, Issues 1-2).
<https://doi.org/10.1080/17524032.2023.2296838>
- Asror, A. G., Widuro, A., Sari, D. M., Jumiati, Mariyanti, Al-Ghani, M. J., Sari, M. P., & Maghfiroh, S. (2023). Kohesi Dan Koherensi Pada Berita Editorial Media Indonesia Dengan Judul Polusi Udara Kado Pait Jakarta. *Prosiding Seminar Nasional Bahasa Dan Sastra*.
- Assayuti, A. A., Ani, N., Pujowati, Y., Abeng, A. T., & Kamal, D. M. (2023). Impact Of Air Pollution, Population Density, Land Use, And Transportation On Public Health In Jakarta. *Jurnal Geosains West Science*, 1(02).
<https://doi.org/10.58812/jgws.V1i02.391>
- Astriyani, M., Laela, I. N., Lestari, D. P., Anggraeni, L., & Astuti, T. (2023). Analisis Klasifikasi Data Kualitas Udara Dki Jakarta Menggunakan Algoritma C.45. *Jusitik: Jurnal Sistem Dan Teknologi Informasi Komunikasi*, 6(1).
<https://doi.org/10.32524/jusitik.V6i1.790>
- Bella Nathania Dan Fajri Fadhillah. (2020). Polusi Udara Jakarta. *Pencemaran Udara, Kolisch* 1996.
- Bernadet, Listyarini, S., & Warlina, L. (2023). Pengaruh Kebijakan Pencemaran Udara Sektor Transportasi Terhadap Nilai Indeks Kualitas Udara (Iku) Di Dki Jakarta. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Lingkungan Dan Pembangunan*, 24(01).

- <https://doi.org/10.21009/Plpb.V24i01.30798>
- Dina, D., & Papalia, R. (2023). Peran Non-Government Organization (Ngo) Bloomberg Philanthropies Dan Vital Strategies Dalam Mengatasi Polusi Udara Dki Jakarta. *Global Mind*, 5(1). <https://doi.org/10.53675/Jgm.V5i1.1068>
- Dwiyanti Nasir, H., Dahlia, & Saharuna, Z. (2020). Prediksi Tingkat Polusi Udara Dengan Data Mining. *Prosiding Seminar Nasional Teknik Elektro Dan Informatika (Sntei)*.
- Fedora, S., & Ariaaji, P. E. (2023). Analisis Kebutuhan Penyaringan Udara Untuk Mengatasi Polusi Udara Sebagai Strategi Akupunktur Kota Di Kawasan Industri Pulogadung. *Jurnal Sains, Teknologi, Urban, Perancangan, Arsitektur (Stupa)*, 4(2). <https://doi.org/10.24912/Stupa.V4i2.22243>
- Furqon, A. A. (2023). Polusi Udara Di Jakarta Dalam Perspektif Bela Negara. *Cahaya Mandalika*, 3.
- Lopez, A. (2021). Ecomedia Literacy : Integrating Ecology Into Media Eduaction. *Taylor & Francis Group.*, 1(1).
- López, A. (2023). Seeing Microplastic Clouds: Using Ecomedia Literacy For Digital Technology In Environmental Education. *Journal Of Environmental Education*, 54(1). <https://doi.org/10.1080/00958964.2022.2152412>
- Michelle, E., Jusuf, M., & Julian, J. (2021). Efektivitas Pelaksanaan Kebijakan Berdasarkan Pergub No 66 Tahun 2020 Tentang Uji Emisi Kendaraan Bermotor Di Jakarta. *Adil: Jurnal Hukum*, 12(1). <https://doi.org/10.33476/Ajl.V12i1.1920>
- Munggaran, G. A., Kusnopranto, H., & Ariyanto, J. (2024). Korelasi Polusi Udara Dengan Insiden Pneumonia Balita Di Dki Jakarta Pada Tahun 2017-2020. *Jurnal Promotif Preventif*, 7(1). <https://doi.org/10.47650/Jpp.V7i1.1071>
- Nagara, G., Azzahrah, S., & Mahvitasari, I. (2023). Risalah Kebijakan: Solusi Semu Polusi Udara Jakarta. *Next Policy*, 1(01).
- Nainggolan, Y. Dan Kelana, A. U. (2023). Pesan Polusi Udara Jakarta Di Akun Instagram Greenpeace Indonesia. *Jurnal Lmu Pengetahuan*, 3(5).
- Oktaviani, A., & Hustinawati. (2021). Prediksi Rata-Rata Zat Berbahaya Di Dki Jakarta Berdasarkan Indeks Standar Pencemar Udara Menggunakan Metode Long Short-Term Memory. *Jurnal Ilmiah Informatika Komputer*, 26(1). <https://doi.org/10.35760/Ik.2021.V26i1.3702>
- Podomoro, H. (2023). Waspada, Bahaya Polusi Udara Di Jakarta Saat Ini Meningkat! In *Hermia Hospitals*.
- Pratama, H. C., Azama, I. M., & Cahyono, B. D. (2023). Taman Cendikia Sebagai Pengembangan Alat Permainan Edukatif Berbasis Ecomedia. *Jurnal Literasi Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2(2). <https://doi.org/10.61813/Jlppm.V2i2.40>
- Prih Waryatno, N. F., Kinanti, N. P., & Taryono. (2022). Kondisi Pencemaran Udara Pada Saat Periode Lebaran 2022 Di Wilayah Jakarta. *Buletin Gaw Bariri*, 3(2). <https://doi.org/10.31172/Bgb.V3i2.68>
- Riyanto, A., Maheswara, A., Zulianty, R., Alegria, V. M., & ... (2023). Tanggung Jawab Pemerintah Dalam Penyelesaian Masalah Polusi Udara Di Dki Jakarta. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3).
- Ruhiat, F., Heryadi, D., & -, A. (2019). Strategi Ngo Lingkungan Dalam Menangani Polusi Udara Di Jakarta (Greenpeace Indonesia). *Andalas Journal Of International Studies (Ajis)*, 8(1). <https://doi.org/10.25077/Ajis.8.1.16-30.2019>
- Samudra, A. A., & Hertasning, B. (2024). Studi Pemodelan Pengendalian Kendaraan Bermotor Untuk Menurunkan Polusi Udara Di Jakarta. *Jurnal Penelitian Transportasi Darat*, 25(2). <https://doi.org/10.25104/JpTd.V25i2.2280>
- Sri Sulasminingsih, Tatik Juwariyah, Yehuda Siahaan, Bunga Hardiyana Putri, & Noval Aulia Putra. (2024). Penerapan Tema Sdgs Kehidupan Sehat Dan Sejahtera Untuk

- Menangani Polusi Udara Di Jakarta. *Ikra-Ith Teknologi Jurnal Sains Dan Teknologi*, 8(1).
<https://doi.org/10.37817/ikraith-teknologi.v8i1.3239>
- Suryanto, D. A. (2013). Analisis Pengaruh Pertumbuhan Kendaraan Dengan Tingkat Polusi Udara Studi Kasus DKI Jakarta. *Jurnal Ilmiah Desain & Konstruksi*.
- Therin, K., & Santosa, J. M. J. P. (2022). Bangunan Untuk Bernafas Solusi Polusi Udara Di Jakarta. *Jurnal Sains, Teknologi, Urban, Perancangan, Arsitektur (Stupa)*, 3(2).
<https://doi.org/10.24912/stupa.v3i2.12442>
- Udara, I. B., Semesta, K., Nathania, B., & Fadhillah, F. (2020). Rangkuman Perjalanan Gugatan Warga Negara Tentang Polusi Udara Jakarta Pada Tahun 2019. In *Indonesian Center For Environmental Law, Seri*
- Widyakusuma, A. (2024). Inovasi Arsitektur Dalam Bentuk Fasad Cerdas Bangunan Untuk Mengatasi Polusi Udara Jakarta. *Jurnal Trave*, 28(1).
- Yudiskara, I. M. N., Dwidasmara, I. B. G., & ... (2023). Prediksi Polusi Udara Kota Jakarta Menggunakan Recurrent Neural Network-Gated Recurrent Units. *Jurnal Pengabdian ...*, 1(November 2022).
- Yuniarto, T. (2023). Polusi Udara Di Jakarta Semakin Parah. In *Kompaspedia.Kompas.Id*.