
Transformasi Perilaku Masyarakat terhadap Gaya Hidup Ramah Lingkungan di Era Digital di Kota Cimahi

Lussy Anggraeni
Universitas Bale Bandung

Received: 02-11-2025,

Revised: 20-12-2025,

Accepted:19-01-2026

Abstrak

Transformasi digital telah mengubah pola interaksi masyarakat terhadap isu lingkungan dan membentuk perkembangan gaya hidup ramah lingkungan pada masyarakat urban. Media digital tidak lagi berfungsi hanya sebagai sarana komunikasi, tetapi juga menjadi ruang pembentukan kesadaran ekologis, identitas sosial, dan praktik konsumsi. Namun, meningkatnya kampanye lingkungan di media digital tidak selalu diikuti perubahan perilaku yang substantif. Penelitian ini bertujuan menganalisis transformasi perilaku masyarakat Kota Cimahi terhadap gaya hidup ramah lingkungan di era digital serta mengkaji peran media digital dalam membentuk kesadaran lingkungan dan praktik sustainability masyarakat urban. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif-kritis. Penelitian dilakukan di Kecamatan Cimahi Utara dengan melibatkan 17 partisipan yang dipilih melalui purposive sampling. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi digital, kemudian dianalisis menggunakan thematic analysis. Hasil penelitian menunjukkan empat tema utama, yaitu media digital sebagai pembentuk kesadaran lingkungan, perubahan praktik gaya hidup ramah lingkungan, identitas sosial digital, dan kontradiksi antara kesadaran ekologis dengan budaya konsumtif. Temuan menunjukkan bahwa media digital meningkatkan kesadaran lingkungan sekaligus membentuk identitas sosial dan praktik sustainability yang cenderung simbolik. Penelitian menyimpulkan bahwa transformasi perilaku ramah lingkungan merupakan hasil interaksi kompleks antara teknologi, budaya, identitas sosial, dan perilaku konsumsi masyarakat urban.

Kata kunci: perilaku pro-lingkungan, masyarakat digital, sustainability lifestyle, media sosial,

Abstract

Digital transformation has changed the way people interact with environmental issues and has shaped the development of environmentally friendly lifestyles in urban communities. Digital media no longer functions solely as a communication tool but has also become a space for shaping ecological awareness, social identity, and consumption practices. However, the increasing number of environmental campaigns on digital platforms is not always followed by substantial behavioral changes. This study aims to analyze the transformation of community behavior toward environmentally friendly lifestyles in Cimahi City in the digital era and examine the role of digital media in shaping environmental awareness and sustainability practices among urban communities. This research employed a qualitative approach with a descriptive-critical design. The study was conducted in North Cimahi District involving 17 participants selected through purposive sampling. Data were collected through in-depth interviews, observations, and digital documentation, then analyzed using thematic analysis. The findings revealed four main themes: digital media as a source of environmental awareness, changes in environmentally friendly lifestyle practices, digital social identity, and contradictions between ecological awareness and consumerist culture. The findings indicate that digital media enhances environmental awareness while simultaneously shaping social

identity and symbolic sustainability practices. This study concludes that the transformation of environmentally friendly behavior is the result of complex interactions among technology, culture, social identity, and urban consumption behavior.

Keywords: pro-environmental behavior, digital society, sustainability lifestyle, social media, urban communities.

PENDAHULUAN

Krisis lingkungan hidup telah berkembang menjadi salah satu tantangan global paling kompleks pada abad ke-21. Perubahan iklim, peningkatan volume sampah plastik, polusi udara perkotaan, degradasi ekosistem, serta eksploitasi sumber daya alam yang berlebihan menunjukkan bahwa persoalan lingkungan tidak lagi dapat dipahami semata-mata sebagai isu ekologis, melainkan juga sebagai persoalan sosial, ekonomi, budaya, dan perilaku manusia (Wiedmann et al., 2020). Dalam konteks masyarakat modern, perilaku konsumsi dan gaya hidup masyarakat urban menjadi faktor penting yang turut menentukan keberlanjutan lingkungan hidup. Pola konsumsi yang tinggi, budaya instan, dan peningkatan penggunaan teknologi digital telah membentuk karakter masyarakat perkotaan yang semakin dekat dengan praktik konsumsi massal dan menghasilkan tekanan ekologis yang signifikan (Halibas et al., 2025; Miah et al., 2025).

Di sisi lain, perkembangan teknologi digital juga menghadirkan paradoks baru dalam isu keberlanjutan lingkungan. Transformasi digital memungkinkan penyebaran informasi lingkungan secara cepat dan luas melalui media sosial, platform digital, serta berbagai bentuk komunikasi virtual yang membentuk kesadaran kolektif masyarakat terhadap pentingnya sustainability. Media sosial kini tidak hanya menjadi ruang komunikasi, tetapi juga arena pembentukan nilai, identitas sosial, dan gaya hidup masyarakat urban. Kampanye digital mengenai pengurangan sampah plastik, penggunaan produk ramah lingkungan, thrift lifestyle, eco living, hingga gerakan zero waste berkembang menjadi fenomena sosial yang memengaruhi perilaku individu maupun kelompok masyarakat (Peiró-Signes et al., 2025).

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa era digital telah mengubah pola interaksi manusia dengan lingkungan hidup. Jika sebelumnya kepedulian lingkungan banyak dibangun melalui institusi formal seperti pendidikan atau kebijakan pemerintah, kini media digital menjadi aktor penting dalam membentuk perilaku pro-lingkungan masyarakat (Pricopoaia et al., 2025). Paparan informasi lingkungan yang terus-menerus melalui media sosial mendorong munculnya kesadaran ekologis baru, terutama pada kelompok masyarakat urban dan generasi muda yang memiliki intensitas penggunaan internet tinggi. Penelitian terbaru menunjukkan bahwa eksposur terhadap kampanye lingkungan di media sosial memiliki hubungan signifikan dengan peningkatan environmental commitment dan niat individu untuk terlibat dalam tindakan berkelanjutan (Peiró-Signes et al., 2025).

Namun demikian, transformasi perilaku pro-lingkungan di era digital tidak selalu berlangsung secara substantif. Dalam banyak kasus, kepedulian lingkungan justru berkembang sebagai bagian dari konstruksi identitas sosial digital yang cenderung

simbolik dan performatif. Gaya hidup ramah lingkungan sering kali dipresentasikan sebagai tren sosial yang berkaitan dengan citra diri, status sosial, maupun kebutuhan eksistensi di media digital (Baran & Stoltenberg, 2023). Fenomena ini memperlihatkan adanya kontradiksi antara meningkatnya kesadaran lingkungan dengan praktik konsumsi masyarakat yang tetap tinggi. Di satu sisi masyarakat aktif menyuarakan isu sustainability melalui media sosial, tetapi di sisi lain masih terjebak dalam budaya konsumtif yang menghasilkan jejak ekologis besar (Lestari et al., 2025). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa transformasi perilaku lingkungan di era digital bersifat kompleks dan tidak dapat dipahami secara linear.

Kompleksitas tersebut semakin relevan ketika dikaji dalam konteks masyarakat perkotaan di Indonesia. Urbanisasi yang terus meningkat menyebabkan kota-kota berkembang menghadapi tekanan lingkungan yang semakin besar, mulai dari peningkatan volume sampah, kepadatan penduduk, polusi, hingga perubahan pola konsumsi masyarakat. Kota tidak hanya menjadi pusat pertumbuhan ekonomi, tetapi juga ruang produksi gaya hidup modern yang sangat dipengaruhi oleh teknologi digital. Dalam konteks ini, Cimahi sebagai salah satu kota penyangga kawasan metropolitan Bandung Raya menghadapi dinamika sosial dan lingkungan yang menarik untuk dikaji. Pertumbuhan masyarakat urban, meningkatnya penetrasi internet, serta perubahan pola konsumsi masyarakat menjadikan Kota Cimahi sebagai representasi penting dalam memahami transformasi perilaku pro-lingkungan masyarakat urban di era digital.

Selain itu, munculnya budaya digital di masyarakat perkotaan telah mengubah cara individu membangun relasi dengan isu lingkungan. Informasi mengenai sustainable lifestyle kini tersebar melalui algoritma media sosial yang secara terus-menerus membentuk preferensi, opini, dan perilaku pengguna. Digitalisasi menyebabkan isu lingkungan tidak lagi hadir sebagai persoalan struktural semata, tetapi juga menjadi bagian dari budaya populer. Kampanye penggunaan *tumbler*, *reusable product*, *sustainable fashion*, hingga *eco-friendly consumption* berkembang menjadi simbol gaya hidup modern yang dianggap relevan dengan identitas generasi urban (Hafferty et al., 2024). Penelitian terbaru menunjukkan bahwa media digital memiliki kemampuan besar dalam membentuk norma sosial baru terkait perilaku lingkungan melalui mekanisme social influence dan online engagement (Zulfikar et al., 2026).

Meskipun penelitian mengenai perilaku pro-lingkungan dan sustainable lifestyle berkembang pesat dalam satu dekade terakhir, sebagian besar studi masih berfokus pada aspek perilaku individual seperti *environmental concern* dan *green purchase intention* (Jillani et al., 2025; Fatmasari, 2024). Penelitian terdahulu umumnya menempatkan media digital hanya sebagai sarana penyebaran informasi lingkungan, tanpa mengkaji secara kritis bagaimana ruang digital membentuk identitas ekologis, norma sosial, dan praktik konsumsi masyarakat urban. Selain itu, kajian sustainability di Indonesia masih didominasi pada kota metropolitan besar, sementara dinamika kota berkembang seperti Cimahi masih relatif terbatas dieksplorasi.

Di era digital, gaya hidup ramah lingkungan tidak lagi sekadar mencerminkan kesadaran ekologis, tetapi juga berkaitan dengan pembentukan citra diri dan identitas sosial di media digital. Fenomena seperti *green lifestyle*, *eco-friendly consumption*, dan

sustainable living sering kali berkembang sebagai bagian dari budaya populer masyarakat urban. Kondisi ini menunjukkan adanya kontradiksi antara meningkatnya kampanye lingkungan digital dengan tetap tingginya pola konsumsi masyarakat modern (Halibas et al., 2025).

Novelty berikutnya terletak pada integrasi beberapa perspektif teoritis, yaitu **Theory of Planned Behavior (TPB)**, **Teori Masyarakat Risiko Ulrich Beck**, **Ecological Modernization Theory**, dan perspektif identitas sosial digital untuk menjelaskan transformasi perilaku masyarakat secara lebih holistik. Kombinasi perspektif tersebut memungkinkan penelitian tidak hanya menjelaskan niat dan perilaku individu, tetapi juga memahami bagaimana risiko lingkungan, modernisasi digital, dan konstruksi identitas sosial membentuk praktik sustainability masyarakat urban kontemporer.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini menjadi penting untuk menganalisis bagaimana transformasi perilaku masyarakat Kota Cimahi terhadap gaya hidup ramah lingkungan berlangsung di era digital. Penelitian ini tidak hanya berupaya melihat perubahan perilaku masyarakat secara deskriptif, tetapi juga mengkaji secara kritis bagaimana media digital membentuk kesadaran lingkungan, menciptakan norma sosial baru, sekaligus memunculkan kontradiksi dalam praktik sustainability masyarakat urban. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dalam pengembangan kajian perilaku pro-lingkungan, digital society, dan sustainability studies, sekaligus menjadi dasar bagi penguatan kebijakan lingkungan berbasis transformasi sosial digital di tingkat perkotaan.

KAJIAN TEORI

Pro-Environmental Behavior

Perilaku pro-lingkungan (pro-environmental behavior) merujuk pada tindakan individu maupun kelompok yang secara sadar dilakukan untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan dan mendukung keberlanjutan ekologis. Dalam perkembangan kajian kontemporer, perilaku pro-lingkungan tidak lagi dipahami hanya sebagai tindakan individual sederhana seperti mengurangi penggunaan plastik atau menghemat energi, tetapi telah berkembang menjadi bagian dari transformasi sosial dan budaya masyarakat modern. Tian et al. (2022) menjelaskan bahwa penelitian mengenai pro-environmental behavior mengalami peningkatan signifikan dalam dua dekade terakhir dan didominasi oleh isu sustainable consumption, environmental awareness, serta perubahan perilaku masyarakat urban (Tian & Liu, 2022). Studi tersebut menunjukkan bahwa lebih dari 60% penelitian perilaku pro-lingkungan berfokus pada hubungan antara nilai lingkungan, niat perilaku, dan praktik konsumsi berkelanjutan.

Dalam konteks masyarakat urban, perilaku pro-lingkungan semakin dipengaruhi oleh dinamika sosial dan digital. Kumar et al. (2025) menemukan bahwa interaksi sosial online dan offline memiliki pengaruh signifikan terhadap sustainable consumer behavior. Melalui analisis SEM terhadap 302 responden, penelitian tersebut menunjukkan bahwa dukungan sosial digital dan identifikasi kelompok secara positif memengaruhi perilaku konsumsi berkelanjutan masyarakat. Temuan ini menegaskan bahwa perilaku lingkungan

saat ini tidak dapat dipisahkan dari pengaruh jejaring sosial digital yang membentuk norma dan tekanan sosial baru dalam masyarakat urban (Kumar et al., 2025).

Penelitian terbaru menunjukkan bahwa perilaku pro-lingkungan sering kali berada dalam posisi paradoksal. Di satu sisi, meningkatnya kesadaran lingkungan mendorong masyarakat untuk mengadopsi gaya hidup hijau, namun di sisi lain budaya konsumsi modern tetap menghasilkan tekanan ekologis yang tinggi. La Ragione dan Risitano (2026) melalui kajian terhadap 67 artikel Scopus menemukan bahwa green consumer behavior di era digital sering kali berkembang sebagai bagian dari identitas sosial dan simbol status modern. Kondisi ini menunjukkan bahwa sustainability tidak hanya dipraktikkan sebagai kesadaran ekologis, tetapi juga sebagai bentuk representasi sosial di ruang digital (La Ragione & Risitano, 2026).

Digital Society dan Sustainability Lifestyle

Perkembangan masyarakat digital (digital society) telah mengubah cara individu membangun relasi sosial, memperoleh informasi, serta membentuk preferensi gaya hidup. Digitalisasi menyebabkan media sosial tidak hanya menjadi sarana komunikasi, tetapi juga arena produksi budaya dan identitas sosial masyarakat modern. Dalam konteks sustainability, media digital berperan penting dalam membentuk kesadaran lingkungan melalui kampanye online, influencer sustainability, hingga penyebaran tren eco-friendly lifestyle. Penelitian Peiró-Signes et al. (2025) menunjukkan bahwa paparan kampanye lingkungan di media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap environmental commitment generasi muda. Studi tersebut menemukan bahwa intensitas penggunaan media sosial berkorelasi positif terhadap niat individu untuk terlibat dalam tindakan berkelanjutan.

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa sustainability lifestyle saat ini berkembang sebagai bagian dari budaya digital masyarakat urban. Sustainable lifestyle tidak lagi hanya berkaitan dengan pola konsumsi ramah lingkungan, tetapi juga menjadi simbol identitas sosial dan gaya hidup modern. Fontan et al. (2023) menjelaskan bahwa teknologi digital mampu mempercepat difusi perilaku berkelanjutan melalui interaksi sosial virtual dan komunitas online. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa digital networking dalam komunitas perkotaan dapat meningkatkan praktik sustainable living melalui mekanisme social influence dan collective engagement (Fontan et al., 2023).

Namun demikian, beberapa penelitian juga menyoroti adanya kontradiksi dalam sustainability lifestyle di era digital. Halibas et al. (2025) menemukan bahwa tren gaya hidup hijau di kalangan generasi muda sering kali dipengaruhi oleh kebutuhan eksistensi sosial dan citra diri di media digital. Sustainability kemudian berkembang sebagai bagian dari performative lifestyle, di mana individu menampilkan kepedulian lingkungan sebagai simbol identitas modern tanpa selalu diikuti perubahan perilaku substantif. Kondisi ini menunjukkan bahwa transformasi perilaku lingkungan di era digital bersifat kompleks karena dipengaruhi oleh relasi antara kesadaran ekologis, budaya konsumsi, dan konstruksi identitas sosial.

Green Consumption

Green consumption merupakan bentuk perilaku konsumsi yang mempertimbangkan dampak ekologis dari produk maupun aktivitas konsumsi individu. Konsep ini berkembang sebagai respons terhadap meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap isu perubahan iklim, polusi, dan keberlanjutan lingkungan. Dalam konteks masyarakat modern, green consumption tidak hanya dipahami sebagai keputusan ekonomi rasional, tetapi juga sebagai bentuk ekspresi nilai dan identitas sosial. La Ragione dan Risitano (2026) menemukan bahwa penelitian mengenai green consumption dalam lingkungan digital mengalami peningkatan pesat setelah tahun 2020, terutama pada isu sustainable consumption behavior, eco-branding, dan digital green marketing.

Penelitian mengenai green consumption masih didominasi oleh kajian perilaku konsumen dan niat pembelian produk hijau. Indrawaty et al. (2025) melalui pendekatan Extended Theory of Planned Behavior terhadap 219 responden rumah tangga di Bogor menemukan bahwa environmental knowledge dan green purchase intention memiliki pengaruh signifikan terhadap sustainable consumption behavior. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa keputusan konsumsi masyarakat tidak hanya dipengaruhi faktor ekonomi, tetapi juga norma sosial dan kesadaran lingkungan.

Green consumption di era digital juga menghadapi tantangan berupa munculnya green consumerism yang bersifat simbolik. Konsumsi produk ramah lingkungan sering kali dijadikan bagian dari gaya hidup urban dan representasi status sosial modern. Akibatnya, praktik sustainability berpotensi mengalami komodifikasi melalui media digital dan pasar konsumsi hijau. Fenomena ini menunjukkan bahwa green consumption tidak dapat dilepaskan dari dinamika kapitalisme digital dan budaya konsumsi masyarakat urban kontemporer (Tri et al., 2025).

Penelitian ini menggunakan kombinasi beberapa pendekatan teoritis untuk menjelaskan transformasi perilaku masyarakat terhadap gaya hidup ramah lingkungan di era digital. Pertama, Theory of Planned Behavior (TPB) yang dikembangkan oleh Icek Ajzen digunakan untuk menjelaskan bagaimana sikap, norma subjektif, dan perceived behavioral control memengaruhi niat individu dalam melakukan perilaku pro-lingkungan. TPB menjadi salah satu teori paling dominan dalam penelitian sustainability karena mampu menjelaskan hubungan antara kesadaran lingkungan dan perilaku aktual masyarakat (Iqbal et al., 2024). Samputra (2024) menunjukkan bahwa TPB banyak digunakan dalam studi environmental behavior karena memiliki kemampuan prediktif yang kuat terhadap sustainable behavior.

Kedua, penelitian ini menggunakan Teori Masyarakat Risiko dari Ulrich Beck yang menjelaskan bahwa masyarakat modern hidup dalam kondisi risiko global akibat modernisasi industri dan perkembangan teknologi. Dalam perspektif ini, kesadaran lingkungan muncul sebagai respons terhadap ancaman ekologis yang semakin nyata, seperti perubahan iklim, polusi, dan krisis sampah. Teori ini relevan untuk memahami mengapa masyarakat urban mulai mengadopsi sustainability lifestyle sebagai bentuk adaptasi terhadap risiko lingkungan kontemporer.

Ketiga, Ecological Modernization Theory digunakan untuk menjelaskan bahwa modernisasi dan perkembangan teknologi tidak selalu menjadi penyebab kerusakan lingkungan, tetapi juga dapat menjadi instrumen transformasi menuju sustainability.

Perspektif ini menempatkan teknologi digital, inovasi sosial, dan perubahan pola konsumsi sebagai bagian dari solusi ekologis masyarakat modern. Dalam konteks penelitian ini, media digital dipahami sebagai arena yang mampu membentuk norma sosial baru mengenai gaya hidup ramah lingkungan di masyarakat urban.

Berdasarkan kompleksitas hubungan antara digitalisasi, budaya konsumsi urban, dan perilaku pro-lingkungan masyarakat, penelitian ini memerlukan pendekatan yang mampu memahami pengalaman sosial, makna subjektif, serta dinamika perilaku masyarakat secara mendalam. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk mengeksplorasi bagaimana masyarakat urban membangun, memaknai, dan mempraktikkan gaya hidup ramah lingkungan di era digital.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain penelitian deskriptif-kritis untuk memahami transformasi perilaku masyarakat terhadap gaya hidup ramah lingkungan di era digital. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini tidak hanya berupaya mengidentifikasi bentuk perilaku pro-lingkungan masyarakat, tetapi juga memahami makna, pengalaman sosial, serta konstruksi kesadaran lingkungan yang terbentuk melalui interaksi digital dalam kehidupan masyarakat urban. Pendekatan ini relevan untuk mengeksplorasi fenomena sustainability lifestyle secara lebih mendalam dalam konteks sosial masyarakat perkotaan (Creswell & Poth, 2018).

Lokasi penelitian dilakukan di Kecamatan Cimahi Utara, Cimahi, yang dipilih karena merepresentasikan kawasan urban dengan tingkat penetrasi digital yang tinggi serta mengalami perkembangan gaya hidup masyarakat perkotaan yang cukup dinamis. Selain itu, wilayah ini menunjukkan peningkatan aktivitas masyarakat berbasis media digital, termasuk dalam praktik konsumsi dan penyebaran tren gaya hidup ramah lingkungan melalui media sosial.

Informan penelitian ditentukan menggunakan teknik purposive sampling dengan mempertimbangkan karakteristik tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Penelitian ini melibatkan 17 responden yang terdiri atas masyarakat usia produktif, pengguna aktif media sosial, serta individu yang memiliki keterlibatan atau ketertarikan terhadap isu lingkungan dan gaya hidup berkelanjutan. Jumlah informan tersebut dipilih berdasarkan prinsip data saturation, yaitu kondisi ketika informasi yang diperoleh telah menunjukkan pola yang berulang dan tidak ditemukan tema baru yang signifikan dalam proses pengumpulan data (Guest et al., 2020).

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam (in-depth interview), observasi, dan dokumentasi digital. Wawancara mendalam digunakan untuk menggali pengalaman, persepsi, dan motivasi informan terkait praktik gaya hidup ramah lingkungan, penggunaan media digital, serta pandangan mereka terhadap isu sustainability. Observasi dilakukan untuk melihat bentuk perilaku pro-lingkungan masyarakat dalam aktivitas sehari-hari, seperti penggunaan reusable product, pengurangan plastik sekali pakai, maupun pola konsumsi ramah lingkungan. Sementara itu, dokumentasi digital dilakukan dengan mengamati aktivitas media sosial informan

yang berkaitan dengan kampanye lingkungan, sustainable lifestyle, dan praktik konsumsi hijau.

Data dianalisis menggunakan teknik thematic analysis yang dikembangkan oleh Braun dan Clarke (2019), melalui beberapa tahapan yaitu reduksi data, proses coding, identifikasi tema, interpretasi makna, dan penarikan kesimpulan. Analisis dilakukan secara simultan selama proses pengumpulan data untuk menemukan pola hubungan antara digitalisasi, gaya hidup masyarakat urban, dan perilaku pro-lingkungan. Pendekatan analisis tematik dipilih karena mampu mengidentifikasi konstruksi sosial dan makna yang muncul dari pengalaman subjektif informan secara lebih mendalam.

Untuk menjaga validitas data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dan triangulasi metode dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi digital. Selain itu, peneliti juga melakukan member checking kepada beberapa informan untuk memastikan kesesuaian interpretasi data dengan pengalaman yang disampaikan responden. Dengan pendekatan tersebut, penelitian ini diharapkan mampu menghasilkan pemahaman yang komprehensif mengenai transformasi perilaku masyarakat urban terhadap gaya hidup ramah lingkungan di era digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi digital terhadap 17 partisipan di Kecamatan Cimahi Utara, ditemukan bahwa transformasi perilaku masyarakat terhadap gaya hidup ramah lingkungan di era digital berlangsung melalui proses yang kompleks dan dipengaruhi oleh interaksi antara media digital, konstruksi sosial, serta pengalaman individu. Analisis tematik menghasilkan empat tema utama, yaitu: (1) media digital sebagai sumber pembentukan kesadaran lingkungan; (2) perubahan praktik gaya hidup ramah lingkungan; (3) pengaruh identitas sosial digital terhadap perilaku pro-lingkungan; dan (4) kontradiksi antara kesadaran lingkungan dan budaya konsumsi masyarakat urban.

Media Digital sebagai Sarana Pembentukan Kesadaran Lingkungan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh partisipan mengakui media digital menjadi sumber utama dalam memperoleh informasi mengenai isu lingkungan dan gaya hidup berkelanjutan. Sebanyak 14 dari 17 partisipan menyatakan bahwa media sosial seperti Instagram, TikTok, YouTube, dan X secara rutin menampilkan konten terkait pengurangan sampah plastik, penggunaan produk ramah lingkungan, pola hidup minim sampah (zero waste), serta edukasi lingkungan. Paparan informasi digital yang berulang memengaruhi cara partisipan memahami isu lingkungan. Sebagian besar partisipan menjelaskan bahwa sebelum aktif menggunakan media sosial, perhatian terhadap isu lingkungan masih bersifat terbatas. Namun setelah sering melihat konten edukatif maupun kampanye digital, muncul peningkatan kesadaran terhadap dampak perilaku konsumsi terhadap lingkungan.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Bryla (2025), dan Ghermandi (2023) yang menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap pembentukan environmental awareness dan sustainable behavior pada masyarakat urban, khususnya generasi muda. Penelitian Saari et al. (2021) juga menjelaskan bahwa paparan konten

lingkungan di media digital mampu meningkatkan environmental engagement melalui mekanisme peer influence dan online interaction. Selain itu, penelitian lain juga menemukan bahwa algoritma media sosial secara tidak langsung membentuk preferensi konsumsi berkelanjutan pengguna melalui paparan konten eco-friendly secara berulang (Bryła & Chatterjee, 2025; Ghermandi et al., 2023; Saari et al., 2021; Ng et al., 2025).

Hasil observasi juga menunjukkan bahwa beberapa partisipan mengikuti akun komunitas lingkungan, *influencer sustainability*, dan kampanye digital yang secara aktif membentuk preferensi serta pemahaman mereka mengenai gaya hidup ramah lingkungan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa media digital tidak hanya berfungsi sebagai saluran informasi, tetapi juga menjadi arena pembentukan norma sosial baru terkait perilaku lingkungan. Dalam konteks masyarakat digital, informasi lingkungan tidak lagi bersifat satu arah, melainkan diproduksi dan disebarluaskan melalui interaksi sosial virtual yang memengaruhi pola pikir serta perilaku individu. Penelitian Ruiu (2024) menjelaskan bahwa media digital memiliki kemampuan membentuk cultural framing terhadap sustainability melalui algoritma, visualisasi konten, dan interaksi sosial online (Ruiu & Ragnedda, 2024).

Transformasi Praktik Gaya Hidup Ramah Lingkungan

Temuan penelitian menunjukkan adanya perubahan perilaku nyata dalam aktivitas sehari-hari partisipan. Dari 17 partisipan, 13 orang menyatakan telah melakukan perubahan perilaku tertentu setelah terpapar informasi lingkungan melalui media digital. Bentuk perubahan perilaku yang paling banyak ditemukan meliputi: penggunaan tumbler dan botol minum isi ulang, penggunaan tas belanja nonplastik, pengurangan penggunaan plastik sekali pakai, pembelian produk ramah lingkungan, kebiasaan memilah sampah rumah tangga, meningkatnya minat terhadap produk thrift dan sustainable fashion. Penelitian Putri & Pratiwi (2022) menemukan bahwa komunitas digital berbasis lingkungan mampu meningkatkan partisipasi perilaku ramah lingkungan hingga 42% melalui mekanisme social engagement dan digital participation. Selain itu, Joshi dan Rahman (2019) menjelaskan bahwa environmental concern memiliki hubungan positif terhadap green purchase behavior dan sustainable consumption practices masyarakat urban (Putri & Pratiwi, 2022; Joshi & Rahman, 2019).

Observasi lapangan memperlihatkan bahwa perilaku tersebut mulai menjadi bagian dari rutinitas sehari-hari, meskipun intensitas penerapannya berbeda pada setiap partisipan. Sebagian partisipan menunjukkan perubahan yang konsisten, sementara sebagian lainnya hanya menerapkan perilaku ramah lingkungan dalam konteks tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa transformasi perilaku tidak berlangsung secara seragam, tetapi dipengaruhi oleh motivasi individu, akses informasi, serta lingkungan sosial yang dimiliki partisipan. Penelitian Whitmarsh et al. (2021) menjelaskan bahwa perubahan perilaku lingkungan dipengaruhi oleh environmental identity dan social norms yang berkembang dalam lingkungan sosial individu. Sementara itu, Helferich et al. (2023) menegaskan bahwa perilaku pro-lingkungan cenderung lebih konsisten ketika didukung oleh nilai sosial dan norma kolektif yang kuat. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa transformasi gaya hidup ramah lingkungan pada masyarakat urban bukan hanya

dipengaruhi faktor individual, tetapi juga hasil interaksi antara teknologi digital, lingkungan sosial, dan konstruksi budaya masyarakat modern (Whitmarsh et al., 2021; Helferich et al., 2023).

Identitas Sosial Digital dan Perilaku Pro-Lingkungan

Tema ketiga menunjukkan bahwa gaya hidup ramah lingkungan tidak hanya dipahami sebagai bentuk kepedulian ekologis, tetapi juga berkaitan dengan pembentukan identitas sosial di ruang digital. Sebanyak 10 partisipan mengaku pernah membagikan aktivitas ramah lingkungan melalui media sosial, seperti penggunaan produk reusable, pembelian produk hijau, aktivitas menanam tanaman, atau partisipasi dalam kegiatan lingkungan. Bagi sebagian partisipan, unggahan tersebut dimaksudkan untuk mengajak orang lain melakukan tindakan serupa. Temuan ini didukung oleh penelitian Banet-Weiser (2021) yang menjelaskan bahwa media digital telah mengubah aktivisme sosial menjadi bagian dari performative identity di ruang virtual. Selain itu, Abidin (2021) menemukan bahwa budaya influencer dan visual culture di media sosial mendorong individu menampilkan sustainability sebagai bagian dari citra diri modern dan socially aware identity (Banet-Weiser, 2021; Abidin, 2021).

Namun beberapa partisipan mengungkapkan bahwa perilaku tersebut juga berkaitan dengan citra diri dan representasi gaya hidup modern. Gaya hidup hijau dipandang sebagai simbol kepedulian sosial, kesadaran lingkungan, dan identitas generasi urban. Hasil dokumentasi digital menunjukkan bahwa praktik sustainability sering hadir dalam bentuk visual dan simbolik, misalnya unggahan penggunaan tumbler, konsumsi produk organik, atau aktivitas *eco-friendly* lainnya. Fenomena ini memperlihatkan bahwa media digital turut membentuk konstruksi identitas ekologis masyarakat.

Kontradiksi antara Kesadaran Lingkungan dan Budaya Konsumtif

Meskipun tingkat kesadaran lingkungan meningkat, penelitian menemukan adanya kontradiksi antara nilai yang dipahami partisipan dengan praktik konsumsi sehari-hari. Sebanyak 12 partisipan mengaku masih mengalami kesulitan menerapkan gaya hidup ramah lingkungan secara konsisten. Beberapa hambatan yang ditemukan antara lain: harga produk ramah lingkungan yang dianggap lebih mahal, keterbatasan akses terhadap produk berkelanjutan, kebiasaan konsumsi instan, pengaruh tren digital dan budaya konsumsi online. Beberapa partisipan mengakui bahwa mereka tetap melakukan pembelian impulsif melalui platform digital meskipun menyadari dampaknya terhadap lingkungan. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara kesadaran ekologis dan praktik perilaku aktual. Temuan ini sejalan dengan penelitian oleh Nguyen et al. (2025) yang menunjukkan bahwa meskipun konsumen memiliki kesadaran lingkungan tinggi, faktor harga, kenyamanan, dan tekanan budaya konsumsi tetap menjadi hambatan utama dalam penerapan sustainable consumption (Nguyen et al., 2025).

Hasil observasi menunjukkan bahwa partisipan sering berada pada posisi dilematis antara keinginan menjalankan gaya hidup berkelanjutan dengan tuntutan budaya konsumsi modern yang difasilitasi oleh teknologi digital. Beberapa penelitian juga

menjelaskan bahwa green consumerism sering kali tetap mereproduksi logika kapitalisme konsumsi melalui komodifikasi sustainability. Selain itu, praktik konsumsi hijau di masyarakat urban kerap berfungsi sebagai simbol kelas sosial dan cultural distinction (Carfagna et al., 2014; Bezin, 2019; Eunike et al., 2025). Secara keseluruhan, hasil penelitian memperlihatkan bahwa transformasi perilaku masyarakat Kota Cimahi terhadap gaya hidup ramah lingkungan di era digital tidak berlangsung secara linear. Media digital terbukti meningkatkan kesadaran lingkungan dan mendorong perubahan perilaku, namun pada saat yang sama juga menciptakan ruang sosial baru yang memperkuat budaya konsumsi simbolik dan identitas digital. Transformasi tersebut memperlihatkan bahwa perilaku pro-lingkungan masyarakat urban merupakan hasil interaksi kompleks antara teknologi, budaya, identitas sosial, dan praktik konsumsi kontemporer.

SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa transformasi perilaku masyarakat Kota Cimahi terhadap gaya hidup ramah lingkungan di era digital merupakan proses sosial yang kompleks dan dipengaruhi oleh interaksi antara media digital, kesadaran lingkungan, identitas sosial, serta budaya konsumsi masyarakat urban. Berdasarkan hasil penelitian terhadap 17 partisipan, media digital terbukti menjadi faktor penting dalam membentuk pengetahuan dan kesadaran ekologis masyarakat melalui paparan kampanye lingkungan, komunitas digital, dan konten sustainability yang tersebar melalui media sosial. Intensitas penggunaan media digital mendorong munculnya norma sosial baru yang memengaruhi cara masyarakat memahami serta mempraktikkan gaya hidup ramah lingkungan.

Penelitian ini juga menemukan bahwa terjadi perubahan perilaku nyata pada sebagian besar partisipan, seperti penggunaan produk reusable, pengurangan plastik sekali pakai, peningkatan minat terhadap sustainable fashion, dan praktik konsumsi yang lebih ramah lingkungan. Namun transformasi perilaku tersebut tidak terjadi secara seragam. Tingkat penerapan perilaku pro-lingkungan dipengaruhi oleh faktor motivasi individu, kondisi ekonomi, akses terhadap produk berkelanjutan, serta lingkungan sosial yang dimiliki masing-masing partisipan. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan kesadaran lingkungan belum selalu diikuti oleh perubahan perilaku yang konsisten.

Selain itu, penelitian menemukan bahwa gaya hidup ramah lingkungan di era digital telah berkembang melampaui fungsi ekologisnya dan mulai menjadi bagian dari pembentukan identitas sosial masyarakat urban. Praktik sustainability tidak hanya dipandang sebagai bentuk kepedulian terhadap lingkungan, tetapi juga sebagai representasi gaya hidup modern di ruang digital. Pada saat yang sama, penelitian mengungkap adanya kontradiksi antara meningkatnya kesadaran lingkungan dengan masih kuatnya budaya konsumsi masyarakat. Meskipun partisipan menunjukkan kepedulian terhadap isu keberlanjutan, sebagian masih terlibat dalam perilaku konsumtif yang dipengaruhi tren digital dan budaya konsumsi berbasis platform.

Secara teoritis, penelitian ini memperluas pemahaman mengenai hubungan antara digitalisasi dan perilaku pro-lingkungan dengan menunjukkan bahwa media digital tidak hanya berperan sebagai sarana penyebaran informasi, tetapi juga sebagai arena

pembentukan norma sosial, identitas ekologis, serta negosiasi makna sustainability dalam kehidupan masyarakat urban. Dengan demikian, transformasi perilaku ramah lingkungan di era digital perlu dipahami sebagai hasil interaksi multidimensional antara teknologi, budaya, struktur sosial, dan pengalaman keseharian masyarakat. Hasil penelitian ini memberikan implikasi bahwa penguatan gaya hidup berkelanjutan tidak cukup hanya melalui kampanye informasi, tetapi juga memerlukan pendekatan yang mampu membangun perubahan sosial dan perilaku secara lebih substantif dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, C. (2021). Mapping Internet Celebrity on TikTok: Exploring Attention Economies and Visibility Labours. *Cultural Science Journal*, 12, 77–103. <https://doi.org/10.5334/csci.140>
- Banet-Weiser, S. (2021). Gender, Social Media, and the Labor of Authenticity. *American Quarterly*, 73, 141–144. <https://doi.org/10.1353/aq.2021.0008>
- Baran, Z., & Stoltenberg, D. (2023). Tracing the Emergent Field of Digital Environmental and Climate Activism Research: A Mixed-Methods Systematic Literature Review. *Environmental Communication*, 17(5), 453–468. <https://doi.org/10.1080/17524032.2023.2212137>
- Bezin, E. (2019). The economics of green consumption, cultural transmission and sustainable technological change. *Journal of Economic Theory*, 181, 497–546. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jet.2019.03.005>
- Bryła, P., & Chatterjee, S. (2025). The Impact of Social Media Marketing on Consumer Engagement in Sustainable Consumption: A Systematic Literature Review. *International Journal of Environmental Research and Public Health*.
- Carfagna, L., Dubois, E., Fitzmaurice, C., Ouimette, M., Schor, J., Brace, M., & Laidley, T. (2014). An Emerging Eco-Habitus: The Reconfiguration of High Cultural Capital Practices Among Ethical Consumers. *Journal of Consumer Culture*, 14, 158–178. <https://doi.org/10.1177/1469540514526227>
- Eunike, I. J., Silalahi, A. D. K., Phuong, D. T. T., & Tedjakusuma, A. P. (2025). Towards a holistic model of green consumerism by integrating ethical obligations, collective efficacy, and environmental concerns in sustainable purchase behavior. *Sustainable Futures*, 9, 100746. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.sftr.2025.100746>
- Fatmasari, A. E. (2024). Predicting Sustainable Consumption Behavior among Generation Z: Role of Nature Relatedness and Environmental Concern. *Psychological Research on Urban Society (PRoUSt)*, 7(1). <https://doi.org/10.7454/proust.v7i1.1154>
- Fontan, A., Farjadnia, M., Llewellyn, J., Katzeff, C., Molinari, M., Cvetkovic, V., & Johansson, K. H. (2023). Social interactions for a sustainable lifestyle: The design of an experimental case study. *IFAC-PapersOnLine*, 56(2), 657–663. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ifacol.2023.10.1642>
- Ghermandi, A., Langemeyer, J., Van Berkel, D., Calcagni, F., Depietri, Y., Egarter Vigl, L., Fox, N., Havinga, I., Jäger, H., Kaiser, N., Karasov, O., McPhearson, T.,

- Podschun, S., Ruiz-Frau, A., Sinclair, M., Venohr, M., & Wood, S. A. (2023). Social media data for environmental sustainability: A critical review of opportunities, threats, and ethical use. *One Earth*, 6(3), 236–250. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.oneear.2023.02.008>
- Hafferty, C., Reed, M. S., Brockett, B. F. T., Orford, S., Berry, R., Short, C., & Davis, J. (2024). Engagement in the digital age: Understanding “what works” for participatory technologies in environmental decision-making. *Journal of Environmental Management*, 365, 121365. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2024.121365>
- Halibas, A., Akram, U., Hoang, A.-P., & Thi Hoang, M. Do. (2025). Unveiling the future of responsible, sustainable, and ethical consumption: a bibliometric study on Gen Z and young consumers. *Young Consumers: Insight and Ideas for Responsible Marketers*, 26(7), 142–171. <https://doi.org/10.1108/YC-11-2024-2327>
- Helferich, M., Thøgersen, J., & Bergquist, M. (2023). Direct and mediated impacts of social norms on pro-environmental behavior. *Global Environmental Change*, 80, 102680. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2023.102680>
- Iqbal, A., Saraswati, E., T, S., & Tojibussabirin, M. (2024). Green consumption behaviour in Indonesia: exploring the role of government support. *Cogent Social Sciences*, 10(1), 2439546. <https://doi.org/10.1080/23311886.2024.2439546>
- Jillani, H., Chaudhry, M. N., Jafri, S. R., & Zahid, H. (2025). The impact of social media on knowledge, attitude and practices (KAP) towards sustainable consumption in higher education institutions. *Cleaner and Responsible Consumption*, 17, 100284. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.clrc.2025.100284>
- Joshi, Y., & Rahman, Z. (2019). Consumers’ Sustainable Purchase Behaviour: Modeling the Impact of Psychological Factors. *Ecological Economics*, 159, 235–243. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2019.01.025>
- Kumar, S. V., Salem, M., Wagner, R., & Özçağlar-Toulouse, N. (2025). Online, offline, and beyond: social influences on household waste and sustainable consumption. *Sustainable Futures*, 10, 101193. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.sftr.2025.101193>
- La Razione, G., & Risitano, M. (2026). Rethinking consumer behaviour in a green digital marketing landscape. *Journal of Business Research*, 202, 115755. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2025.115755>
- Lestari, R., Nurmandi, A., Younus, M., Lawelai, H., & Suardi, W. (2025). Optimizing Social Media Platforms to Foster Active Public Engagement in Tackling Climate Change and Environmental Conservation. *Society*, 13(1), 18–34. <https://doi.org/10.33019/society.v13i1.742>
- Miah, M., Miah, M. T., Walter, V., & Szabó-Szentgróti, G. (2025). Pro-environmental behavior as a driver of organizational sustainability: insights from a bibliometric analysis. *Discover Sustainability*, 6. <https://doi.org/10.1007/s43621-025-02291-6>
- Ng, P. M. L., Chan, J. K. Y., Lit, K. K., Cheung, C. T. Y., Lau, M. M., Wan, C., & Choy, E. T. K. (2025). The impact of social media exposure and online peer networks on green purchase behavior. *Computers in Human Behavior*, 165, 108517. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.chb.2024.108517>

- Nguyen, T. T. T., Hetherington, J. B., O'Connor, P. J., & Malek, L. (2025). Sustainable food consumption: Sustainability-conscious consumers do not reduce food waste but nutrition-conscious consumers do. *Resources, Conservation and Recycling*, *219*, 108296. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2025.108296>
- Peiró-Signes, Á., Biondo, A., Sakka, G., Borsellino, V., & Galati, A. (2025). Exposure to social media pro-environmental campaigns and its impact on Generation Z's commitment to environmental sustainability actions. *Sustainable Futures*, *10*, 101320. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.sftr.2025.101320>
- Pricopoaia, O., Cristache, N., Lupaşcu, A., & Iancu, D. (2025). The implications of digital transformation and environmental innovation for sustainability. *Journal of Innovation & Knowledge*, *10*(3), 100713. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jik.2025.100713>
- Putri, I., & Pratiwi, E. (2022). Aktivisme digital dan pemanfaatan media baru sebagai pendekatan pemberdayaan masyarakat atas isu lingkungan. *Bricolage : Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, *8*, 231. <https://doi.org/10.30813/bricolage.v8i2.3303>
- Ruiu, M. L., & Ragnedda, M. (2024). *Developing Digital-Environmental Sustainability BT - Digital-Environmental Poverty: Digital and environmental inequalities in the post-covid era* (M. L. Ruiu & M. Ragnedda (eds.); pp. 215–252). Springer Nature Switzerland. https://doi.org/10.1007/978-3-031-56184-9_10
- Saari, U. A., Damberg, S., Frömbing, L., & Ringle, C. M. (2021). Sustainable consumption behavior of Europeans: The influence of environmental knowledge and risk perception on environmental concern and behavioral intention. *Ecological Economics*, *189*, 107155. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2021.107155>
- Tian, H., & Liu, X. (2022). Pro-Environmental Behavior Research: Theoretical Progress and Future Directions. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, *19*(11). <https://doi.org/10.3390/ijerph19116721>
- Tri, E., Tambun, N., & Nastiti, A. (2025). *Reducing Single-Use Plastic in Indonesian Traditional Markets : An Application of the Extended Theory of Planned Behavior Theory of Planned Behavior*. *24*(3), 374–384.
- Whitmarsh, L., Poortinga, W., & Capstick, S. (2021). Behaviour change to address climate change. *Current Opinion in Psychology*, *42*, 76–81. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2021.04.002>
- Wiedmann, T., Lenzen, M., Keyßer, L. T., & Steinberger, J. K. (2020). Scientists' warning on affluence. *Nature Communications*, *11*(1), 3107. <https://doi.org/10.1038/s41467-020-16941-y>
- Zulfikar, M., Sarwoprasodjp, S., Hapsari, D. R., & Hidayanti, R. (2026). New media encourages environmental participation in the digital era. *Priviet Social Sciences Journal*, *6*(2).