

Ekoteologi Digital Berbasis Komunitas sebagai Model Pengembangan Komunikasi Ekologis dalam Membangun Kesadaran dan Kepedulian Lingkungan

Musta'in^{1*}, Agus Sriyanto², Diki Ramdani³

¹⁻³UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri, Purwokerto, Indonesia

Corresponding Author's e-mail : mustain@uinsaizu.ac.id

ARMADA
JURNAL PENELITIAN MULTIDISIPLIN

e-ISSN: 2964-2981

ARMADA : Jurnal Penelitian Multidisiplin

<https://ejournal.45mataram.ac.id/index.php/armada>

Vol. 04, No. 10 Oktober, 2026

Page: 6477-6489

DOI:

<https://doi.org/10.55681/armada.v4i10.4356>

Article History:

Received: Agustus 22, 2026

Revised: September 19, 2026

Accepted: Oktober 19, 2026

Abstract : The environmental crisis is not an ecological issue; it highlights the need to transform human perspectives and behaviour towards nature. In digital society, religious values and ecological concerns are produced, communicated and disseminated through social media. However, digital ecological messages do not automatically translate into action, as recipients have experiences, needs and social contexts. This study aims to analyse the construction of digital ecotheology and the transformation of ecological messages into community-based practices. Employing a qualitative case-study approach, the research examines the Aso and Comotz communities in Purbalingga and the Ramah ke Bumi community in Purwokerto. Data were collected through interviews with community organisers. The findings indicate that digital ecotheology develops through processes of reception, implementation and recirculation online. Social media serve as spaces for initiating and disseminating ideas, whereas communities provide settings for interpreting ecological messages and translating them into practice. Ecological communication becomes more effective through direct experience, trust and members' participation in environmental action.

Keywords : Digital Ecotheology, Ecological Communication, Community, Mitigation

Abstrak : Krisis lingkungan tidak hanya berkaitan dengan persoalan ekologis, melainkan juga menunjukkan perlunya perubahan cara pandang dan perilaku manusia terhadap alam. Dalam konteks masyarakat digital, nilai-nilai keagamaan dan kepedulian ekologis semakin banyak diproduksi, dikomunikasikan dan disebarluaskan melalui media sosial. Namun, pesan ekologis digital tidak serta merta menghasilkan tindakan nyata karena penerima pesan memiliki pengalaman, kebutuhan dan konteks sosial yang berbeda. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis konstruksi ekoteologi digital serta proses transformasi pesan ekologis menjadi praktik lingkungan berbasis komunitas. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus pada Komunitas Aso dan Komunitas Comotz di Purbalingga dan Komunitas Ramah ke Bumi dari Purwokerto. Data diperoleh melalui wawancara dengan penggerak komunitas tersebut. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ekoteologi digital berlangsung melalui proses penerimaan, penerapan dan sirkulasi kembali melalui media digital. Media sosial berfungsi sebagai ruang pemantik dan distribusi gagasan, sedangkan komunitas

menjadi ruang pemaknaan dan praktik ekologis. Efektivitas komunikasi ekologis diperkuat dengan pengalaman langsung, trust, dan partisipasi anggota dalam tindakan ekologis.

Kata Kunci : Ekoteologi Digital, Komunikasi Ekologis, Komunitas, Mitigasi

PENDAHULUAN

Isu ekoteologi akhir-akhir ini menjadi primadona birokrasi. Setidaknya, pemerintah, melalui Kementerian Agama Republik Indonesia (Kemenag RI), getol berkampanye agar masyarakat menjaga lingkungan dengan berbagai program, salah satunya penanaman pohon dan membudayakan praktik *zero waste*. Program tersebut pada akhirnya mengundang para akademisi untuk meneliti lebih jauh mengenai konsep, nilai, dampak dan sosialisasi ekoteologi pada dunia digital. Ekoteologi, dalam tilikan Vella & Rizal via Jamal (2025), hadir sebagai konsep yang menggabungkan nilai keagamaan dengan prinsip lingkungan hidup. Ekoteologi juga menekankan pada upaya konservasi lingkungan sebagai bagian inti dari praktik keagamaan (Jamal, 2025). Karena, menurut Budhy Munawar-Rachman dalam artikelnya *Dialog Agama dan Ekologi* (2024), agama dengan pandangan dunianya yang komprehensif, menawarkan kerangka etis yang kokoh untuk mendorong tindakan pelestarian lingkungan. Artinya, agama memiliki acuan hukum dan moral yang mencukupi sebagai dasar relasi manusia dengan lingkungan (alam). Paling sedikit ada dua (2) basis teologi dan etis sekaligus dalam al-Qur'an yang menentang narasi ekologi:

pertama, Q.S. a-Rum ayat 41: "Telah tampak kerusakan di darat dan di laut disebabkan karena perbuatan tangan manusia, supaya Allah meraskan kepada mereka sebahagian dari akibat perbuatan mereka, agar mereka kembali (ke jalan yang benar)" dan kedua, Q.S. al-A'raf ayat 56: "Dan janganlah kamu membuat kerusakan di muka bumi, sesudah (Allah) memperbaikinya dan berdoalah kepada-Nya dengan rasa takut (tidak akan diterima) dan harapan (akan dikabulkan). Sesungguhnya, rahmat Allah amat dekat kepada orang-orang yang berbuat baik".

Al-Qur'an jelas memberi mandat sekaligus peringatan kepada manusia untuk mengelola alam secara bijak dan tidak merusaknya. Dalam pemahaman lain, misal dari Isom Mudin, Wennas & Saputri (2025), selain memandatkan penjagaan lingkungan kepada manusia, al-Qur'an secara tidak langsung juga mendelegitimasi paradigma antroposentrik yang memposisikan manusia sebagai pusat kreativitas, sekaligus memberi tawaran konsep yang tersambung dengan worldview Islam. Islam memberikan hak hidup dan hak lestari kepada semua makhluk hidup. Studi mengenai ekoteologi sudah banyak dilakukan, mulai dari paradigma birokratik (Rasyid et al., 2024), kepedulian organisasi Islam dan ke-masyarakatan, setidaknya Nahdlatul Ulama (NU) dan Muhammadiyah (Mardhiah et al., 2014), perspektif pendidikan (Usman Yudi, 2025; Wachidah & Habibie, 2026), pendekatan teologi kristen (Kiaking et al., 2025), teologi Islam (*maqashid al-syari'ah*) (Arzam & Kurnadi, 2025; Maulana Bagus Rahmat et al., 2025) dan beberapa hasil kajian yang dilakukan oleh gerakan komunitas (Alanazi et al., 2025; Nur Anis Rochmawati, 2025).

Dari beberapa pendekatan yang sudah dipraktikkan, gerakan komunitas dalam menjaga lingkungan menjadi vital kontribusinya. Dalam studi sosiologi dan pengembangan masyarakat, komunitas tidak lagi hanya dimaknai sebagai sekadar sekelompok orang yang tinggal di lokasi yang sama (pendekatan geografis). Konsep komunitas berkembang menjadi berbagai paradigma, antara lain paradigma geografis & ekologis (*place based community*), paradigma relasional dan nilai (*community of interest/ value*), paradigma kritis & emansipatoris (*community as social movement*) dan paradigma siber/ digital (*virtual & networked community*). Dalam konteks isu ekoteologi mutakhir muncul apa yang disebut sebagai ekoteologi digital. Ketika nilai ekoteologi bertemu dengan ruang siber/digital, cara komunitas keagamaan dan pencinta lingkungan berorganisasi dan bergerak mengartikulasikan bukan hanya iman ritual, melainkan perwujudan

konkrit atas doktrin keimanan tersebut. Relasi keduanya bersifat setara. Komunitas siber membutuhkan wibawa agama dalam menyuarakan isu lingkungan, sementara agama membutuhkan media untuk mengamplifikasi nilai-nilai teologis dan menjadi konten mikro yang mudah dicerna (infografis instagram, utas X, konten TikTok atau kampanye daring).

Peran komunitas, terutama pada level akademis, merupakan perambahan kajian yang banyak dilakukan sebelumnya dari berbagai perspektif. Misalnya, riset yang mengetengahkan argumen ekoteologi sebagai landasan normatif dan filosofis. Dalam perspektif ini, krisis lingkungan tidak semata-mata dipahami sebagai persoalan teknis, melainkan paradigma, etika dan cara manusia memahaminya relasinya dengan Tuhan serta alam (Vina Mafaza *et al.*, 2025). Arah kajian yang lain misalnya menggunakan pendekatan *maqasid al-syari'ah*. Arzam dan Kusnadi (2025) mengaitkan prinsip *tawhid*, *khalifah*, *alaman* dan *mizan* dalam larangan *fasad*, dengan gagasan *hifz al-bi'ah* sebagai dasar normatif perlindungan lingkungan. Kemudian, sejumlah penelitian mengarahkan ekoteologi ke ranah pendidikan dan pembentukan kesadaran ekologis. Dalam temuan Satriani *et al.* (2025), pendidikan Islam berbasis ekoteologi dapat menjadi instrumen transformasi sosial ke dalam kurikulum belajar. Diperkuat oleh Faediyah *et.al.* (2024) yang menunjukkan bahwa integrasi ekoteologi dengan pendidikan tinggi dapat mendorong mahasiswa kreatif untuk melakukan riset berbasis proyek dan pemecahan masalah.

Kemudian, penelitian mulai bergeser dari internalisasi nilai dan konsep tertentu menuju praktik ekologis berbasis komunitas. Alanazi (2025) misalnya, mengkaji komunitas Yuk Ngaji melalui kampanye #LessWaste. Nilai agama seperti *khalifah* dan *amanah* diterjemahkan ke dalam aktivisme lingkungan melalui kombinasi kegiatan digital dan praktik luring. Riset Rochmawati (2025) juga tampak mengetengahkan komunitas Front Nahdliyyin untuk Kedaulatan Sumber Daya Alam (FNKSDA). Penelitian tersebut menegaskan bahwa identitas keagamaan dapat dimobilisasi untuk memperkuat gerakan lingkungan dan memperjuangkan keadilan ekologis. Dalam pada itu, penelitian ini akan membahas tentang narasi yang dibangun oleh Komunitas Aso Purbalingga, komunitas Ramah ke Bumi Purwokerto dan Komunitas Comotz Purbalingga dalam menggalakkan isu perlindungan lingkungan di media sosial. Ketiga komunitas tersebut setidaknya menjadi contoh konkrit dari aplikasi paradigma digital/siber pada sebuah komunitas peduli lingkungan mutakhir. Ketiganya aktif menggalakkan pesan-pesan moral terkait dengan pelestarian lingkungan, *zero waste* dan upaya untuk memberikan perhatian kepada pengelolaan sampah di media sosial.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus untuk mengeksplorasi secara mendalam konstruksi ekoteologi digital dan proses transformasi pesan ekologis menjadi praktik lingkungan berbasis komunitas. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti memahami pengalaman, pemaknaan, dan strategi komunikasi yang dikembangkan komunitas dalam mengintegrasikan nilai-nilai spiritual dengan kepedulian ekologis melalui media digital. Desain studi kasus digunakan untuk mengkaji secara kontekstual praktik komunikasi ekoteologi pada tiga komunitas lingkungan, yaitu Komunitas Ramah ke Bumi di Purwokerto, Komunitas Comotz di Purbalingga, dan Komunitas Aso di Purbalingga. Penelitian dilaksanakan di wilayah Purwokerto dan Purbalingga, Jawa Tengah, pada periode [bulan dan tahun pelaksanaan penelitian]. Ketiga komunitas tersebut menjadi unit analisis karena memiliki keterlibatan dalam gerakan pelestarian lingkungan serta memanfaatkan media digital sebagai sarana komunikasi, penyebaran gagasan, dan penguatan partisipasi ekologis.

Subjek penelitian terdiri atas tiga informan utama, yaitu Ria Elsani dari Komunitas Ramah ke Bumi, Ermit Three selaku pendiri Komunitas Comotz, dan Ade selaku pendiri Komunitas Aso. Informan ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling* berdasarkan keterlibatan mereka sebagai pendiri atau penggerak utama komunitas yang memiliki pengetahuan dan pengalaman langsung dalam aktivitas komunikasi ekologis berbasis digital. Prosedur penelitian dilakukan melalui identifikasi komunitas yang relevan dengan fokus penelitian, penentuan informan berdasarkan kriteria penelitian, pelaksanaan wawancara mendalam, serta pengorganisasian data untuk mengidentifikasi pola komunikasi dan pemaknaan ekoteologi digital. Pengumpulan data

dilakukan melalui wawancara mendalam dengan menggunakan pedoman wawancara yang diarahkan pada penggalian nilai-nilai spiritual dalam gerakan lingkungan, strategi konstruksi dan penyebaran pesan ekologis melalui media digital, proses penerimaan serta pemaknaan pesan oleh komunitas, dan bentuk implementasinya dalam praktik pelestarian lingkungan.

Data dianalisis secara kualitatif melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan menyeleksi dan mengelompokkan informasi hasil wawancara berdasarkan relevansinya dengan fokus penelitian. Selanjutnya, data disajikan secara naratif dan dibandingkan antarkomunitas untuk mengidentifikasi persamaan, perbedaan, serta pola yang muncul dalam praktik komunikasi ekoteologi digital. Penarikan kesimpulan dilakukan melalui interpretasi terhadap keterkaitan antara nilai-nilai spiritual, konstruksi pesan ekologis, penggunaan media digital, dan praktik lingkungan berbasis komunitas. Perspektif ekoteologi digunakan sebagai kerangka interpretatif untuk memahami dimensi etika spiritual, tanggung jawab moral, dan kesadaran ekologis yang mendasari aktivitas ketiga komunitas tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konstruksi Ekoteologi Digital

Ruang digital memiliki tata kerja tersendiri yang turut menentukan bagaimana suatu pemikiran ditampilkan, yang kemudian memperoleh perhatian, dan terus bergerak dari satu pengguna kepada pengguna lainnya. Van Dijck dan Poell (2013) menyebut tata kerja tersebut sebagai *social media logic*, yaitu logika yang membentuk bagaimana muatan diproduksi, disebarluaskan, dihubungkan, dan memperoleh perhatian dalam media sosial (Dijck & Poell, 2013), yang secara gamblang digambarkan oleh konsep tersebut adalah bahwa suatu muatan tidak hadir dan bergerak di ruang digital begitu saja. Pemikiran diproduksi melalui bahasa, gambar, video, narasi, dan bentuk penyajian tertentu agar dapat disampaikan kepada khalayak. Setelah itu, pemikiran dapat dibagikan dan diteruskan kepada pengguna lain sehingga jangkauannya semakin luas. Proses tersebut juga membuka hubungan antara muatan dan pengguna melalui komentar, tanggapan, pembagian ulang, dan berbagai bentuk interaksi lainnya. Perhatian pengguna kemudian ikut menentukan apakah suatu muatan terus dilihat, dibagikan, dan beredar lebih luas dalam ruang digital.

Uraian tersebut dapat dilihat dalam pengalaman para pegiat komunitas lingkungan yang berhadapan langsung dengan ruang digital. Pada komunitas Comotz, konstruksi gagasan ekologis bahkan telah berlangsung sejak awal pembentukannya. Gagasan yang menjadi dasar kegiatan Comotz berawal dari perjumpaan dengan berbagai akun dan komunitas lingkungan di media sosial. Mbak Ermit selaku pendiri Comotz menjelaskan:

"[...] kebetulan sering ngikutin influencer dan akun-akun yang berbasis lingkungan. Kayak Sabda Bumi, terus... Rakit Plus. Bersaling silang. Iya, bersaling silang. Zerowaste.id, gitu-gitu kan. Terus terinspirasi sama Bersaling Silang gitu. Makanya asik ya tukar barang, memperpanjang masa guna barang dan lain-lain [...]" (Wawancara Mbak Ermit)

Maka, sebagaimana yang diuraikan sebelumnya, apa yang mendasari giat-giat Comotz dalam isu lingkungan dapat dilihat sebagai buah dari tata kerja media sosial. Seolah menjadi suatu kewajaran ketika muatan pemikiran yang berkelindan di media sosial merogoh kesadaran penggunanya, yang kemudian turut memungkinkan penyebaran pemikiran tersebut secara lebih masif. Sebab, apa yang mereka jumpai di media sosial kemudian diolah menjadi gagasan dan tindakan, lalu dikemas kembali ke dalam media sosial. Dengan demikian, akan terjadi suatu putaran, dimana suatu pemikiran dikonsumsi, dihayati, dipraktikkan, lalu dipersebar kembali (Arifuddin *et al.*, 2026; Natasari, 2023; Puspa & Manalu, 2021). Hal serupa juga dikonfirmasi melalui penuturan salah seorang informan dari komunitas Ramah Kebumi. Elsa, pendiri komunitas, menjelaskan:

“Jadi akan sangat sayang kan kalau ilmu-ilmu tentang menjaga lingkungan itu hanya disimpan sendiri sebenarnya. Jadi saya kemas ulang dari kegiatan apa yang saya lakukan. Misalnya saya ke pasar bawa wadah, foto ajalah sekalian dikontenin buat di-share dan tujuannya untuk menginspirasi banyak orang [...]” (Wawancara, Mbak Elsa)

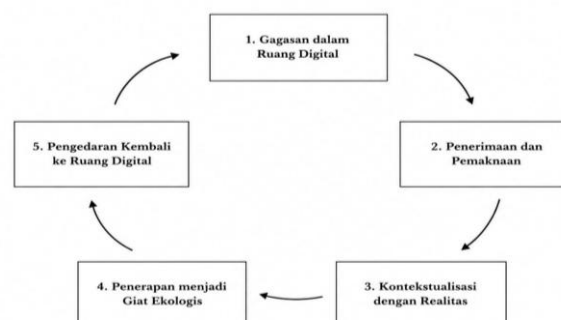
Tidak selesai di situ, partisipasi juga lahir dari pembacaan pengguna terhadap realitas yang mengelilinginya. Muatan digital agaknya hanya akan menjadi angin lalu ketika tidak berkelindan dengan keadaan yang dialami. Ketika gagasan menemukan relevansinya dalam realitas, di situlah kesadaran dan tindakan mulai terbentuk (Hersinta & Sofia, 2022; Susanto & Thamrin, 2021). Jadi, tidak selamanya gagasan bergerak karena kuatnya muatan yang disampaikan, tetapi juga karena menemukan kenyataan yang membuatnya berarti bagi pengguna. Atas hal itu, giat yang dilakukan Omah Apik memperlihatkan bagaimana gagasan ekologis memperoleh bentuk ketika berhadapan dengan kenyataan di sekitar. Sebagaimana dituturkan Mas Ade, kepedulian terhadap lingkungan bermula dari perjumpaan sederhana dengan persoalan sampah, lalu berkembang menjadi berbagai tindakan bersama.

“[...] jalan-jalan pertama kali itu di kami di jembatan Slinga sebelum jadi waktu itu. Masih proses pembangunan, kita main di situ, nongkrong, kok di situ banyak sampah. Kita mau nongkrong banyak sampah kan nggak nyaman. Akhirnya di situ ... teman-teman sepakat ayolah kita main ke manapun ketika ada sampah coba kita bersihkan [...]” (Wawancara, Mas Ade).

Menariknya, konstruksi ekologis yang muncul dalam pengalaman Mas Ade juga dilandasi dari lingkungan yang dipahami sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia. Pandangan tersebut tampak ketika Mas Ade mengatakan,

“[...]kita hidup, lingkungan hidup, dan ketika lingkungan sakit kita pasti sakit. Ketika lingkungan sehat, ya kita sehat [...]”.

Secara keseluruhan, uraian di atas memperlihatkan bahwa konstruksi ekoteologi digital tidak berlangsung secara linear, dari media kepada pengguna lalu berhenti pada penerimaan. Gagasan ekologis bergerak melalui proses yang lebih dinamis, bermula dari diterimanya gagasan melalui ruang digital, dibaca melalui pengalaman, dipertemukan dengan persoalan setempat, diterjemahkan ke dalam tindakan, yang kemudian dihadirkan kembali ke ruang digital. Dalam proses tersebut, media digital menjadi ruang pemantik dan sirkulasi gagasan, sedangkan realitas kehidupan menjadi ruang tempat gagasan memperoleh makna dan bentuk konkretnya. Giat ekologis yang lahir pada masing-masing komunitas dengan demikian merupakan hasil perjumpaan antara gagasan yang diterima dari ruang digital dan kenyataan yang dihadapi dalam kehidupan sehari-hari. Dari sini, konstruksi ekoteologi digital dapat dipahami sebagai proses penerimaan, pemaknaan, penerapan, dan pengedaran kembali gagasan ekologis sesuai dengan konteks kehidupan yang melingkupinya.



Gambar 1. Pola Konstruksi Ekoteologi Digital

Komunikasi Ekologis sebagai Nalar Mitigasi: Agen Perubahan dan Pemimpin Opini di Media Digital

Gegap-gempita media sosial sudah dapat dipastikan merasuk ke hampir semua sektor kehidupan. Tak terelakkan lagi, apa yang dahulu hanya berlangsung dalam ruang-ruang sosial yang terbatas, kini dapat dengan mudah hadir di hadapan khalayak yang jauh lebih luas. Reportase mengenai pergeseran dan pergerakan komunikasi yang berlangsung dalam kehidupan sosial secara ciamik dapat dibaca melalui konsep *mediatization* yang dikembangkan Nick Couldry dan Andreas Hepp (Couldry & Hepp, 2013). Mereka berdua menuturkan perihal media yang telah menjadi bagian yang semakin melekat dalam proses terbentuknya kehidupan sosial itu sendiri. Berbagai laku, pikir, relasi, hingga cara manusia memahami realitas semakin berkelindan dengan keberadaan media (Rohmawati et al., 2025). Pada gilirannya, akan sulit untuk meredam amuk pengaruh media sosial, karena memang secara nyata media sosial memberikan berbagai kemudahan (Zaxrie et al., 2024). Contoh sederhananya dapat dilihat dari pergeseran ruang perdagangan. Pasar-pasar konvensional yang dahulu menjadi tempat utama berlangsungnya transaksi, kini harus berbagi ruang dengan pasar-pasar digital yang hadir melalui berbagai aplikasi. Jika melihat eskalasinya, tidak sedikit pihak yang justru merasa lebih nyaman dan memperoleh keuntungan lebih besar ketika melakukan transaksi melalui pasar digital dibandingkan dengan pasar konvensional (S et al., 2026).

Perlu dipahami pula, media sosial yang dimaksud di sini adalah media dalam arti digital. Sekalipun dalam pengertian yang lebih luas, media sosial tidak serta-merta dapat dikurung hanya dalam pengertian digital. Sebab, secara mendasar, sosialitas manusia selalu melahirkan ruang-ruang hubungan antarmanusia yang memungkinkan suatu gagasan bergerak dari satu pihak kepada pihak lainnya. Dan ruang tersebut boleh bersifat digital maupun non-digital (Pujiyana et al., 2025). Media digital hanyalah salah satu bentuk mutakhir dari ruang tersebut. Karena itu, ketika istilah media sosial digunakan dalam uraian ini, yang dimaksud secara khusus adalah media sosial digital sebagai bentuk perkembangan teknologi komunikasi yang menyediakan ruang interaksi, pertukaran informasi, dan persebaran gagasan secara lebih luas. Tak terelakkan pula, pergeseran medium komunikasi tentunya melahirkan pola baru yang pada akhirnya dapat menjadi pintu untuk membaca efektivitas komunikasi. Atas dasar itu, bagian ini akan mengurai efektivitas komunikasi ekoteologi, dengan harapan dapat memberikan sumbangsih akademis maupun praktis dalam memahami peredaran komunikasi ekoteologi di ruang digital.

Daya Jangkau Pesan Ekologis

Di antara banyaknya pesan yang setiap hari berseliweran di ruang digital, pesan ekologis pun mengambil bagian dalam arus tersebut. Bedanya, pesan yang dahulu harus menunggu ruang dan waktu tertentu untuk sampai kepada khalayak, kini dapat bergerak jauh lebih leluasa. Sebuah pesan tentang lingkungan yang dibuat oleh seorang individu di satu tempat, misalnya, dapat ditemukan oleh orang yang bahkan tidak memiliki hubungan apa pun dengan pembuat pesan tersebut. Keadaan semacam ini menandai media digital yang telah mengubah pengertian tentang jangkauan pesan. Jangkauan tidak lagi hanya ditentukan oleh jarak geografis, sekarang, jangkauan ditentukan juga oleh jaringan yang terbentuk di antara para penggunanya. Dalam istilah *networked publics* yang digunakan Danah Boyd, ruang publik digital memungkinkan pesan bergerak melalui jaringan yang saling terhubung (Boyd, 2010). Karena itu, seseorang tidak harus menjadi bagian dari komunitas lingkungan terlebih dahulu untuk berjumpa dengan pesan ekologis. Pesan tersebut dapat ditemukan secara kebetulan ketika berselancar di media sosial, menerima kiriman dari orang lain, atau muncul kembali melalui rekomendasi platform (Firman Rahman et al., 2026; Ojala & Ripatti-Torniainen, 2024).

Perluasan jangkauan ini memberi ruang yang cukup besar bagi pesan ekoteologi untuk keluar dari lingkaran pembacanya sendiri. Sehingga, perluasan tersebut tidak selalu berlangsung karena komunikator sengaja mencari khalayak baru. Sering kali justru pengguna lain yang membuat sebuah pesan berjalan lebih jauh. Dari satu unggahan yang dibagikan, kemudian dibagikan kembali, dikutip, ditanggapi, atau dibuat ulang dalam bentuk yang berbeda (Notarmuzi et al., 2022). Maka jarak antara pembuat pesan dan penerima pun menjadi semakin longgar. Keadaan seperti ini membuat pesan ekoteologi mempunyai kesempatan untuk berjumpa

dengan orang yang barangkali tidak pernah secara khusus mencari pembicaraan tentang ekologi (Rasidi, 2021). Akan tetapi, semakin jauh sebuah pesan bergerak, semakin beragam pula orang yang ditemuinya. Di satu tempat pesan mungkin dipahami sebagai ajakan untuk menjaga lingkungan, sementara di tempat lain dapat dibaca sebagai kritik terhadap pola hidup tertentu. Perbedaan latar belakang, pengalaman, dan kepentingan inilah yang membuat sebuah pesan tidak pernah sepenuhnya berada dalam kendali pembuatnya setelah dilepaskan ke ruang digital. Pesan akan memperoleh kehidupan baru melalui orang-orang yang menerimanya (Ariestyani & Ramadhanty, 2022; Dwijayanti *et al.*, 2022).

Karena itu, persoalan jangkauan dalam komunikasi ekoteologi tidak cukup dijawab dengan pertanyaan tentang berapa banyak orang yang melihat sebuah pesan. Tingginya eksposur di media sosial belum dengan sendirinya menunjukkan keterlibatan audiens terhadap isu lingkungan (Halim *et al.*, 2026). Pertanyaan yang lebih penting adalah ke mana pesan tersebut bergerak dan dengan siapa ia berjumpa. Dalam ruang digital, sirkulasi informasi, interaksi audiens, dan terbentuknya jaringan pengguna memungkinkan isu lingkungan berkembang menjadi percakapan publik yang lebih luas (Hermawansyah, 2025; Oktavianti & Windah, 2025). Dari sana, ekoteologi memperoleh kemungkinan untuk tidak berhenti sebagai wacana yang beredar di kalangan tertentu, tetapi hadir sebagai bagian dari percakapan masyarakat digital mengenai bagaimana manusia memperlakukan kehidupan dan lingkungan di sekitarnya (Sekar Kinanthi Prastika *et al.*, 2023).

Gambaran mengenai daya jangkau pesan ekologis tersebut dapat dilihat dari pengalaman Mbak Elsa dalam membangun komunitas Ramah Kebumi yang memperoleh pengetahuan lingkungan melalui media sosial. Ia menjelaskan bahwa perjumpaannya dengan satu akun lingkungan kemudian membawanya pada akun-akun lain yang memiliki perhatian serupa, hingga akhirnya mendorongnya untuk membagikan kembali pengetahuan tersebut melalui akun yang ia bangun sendiri. Ia menuturkan:

"[...] awalnya dari media sosial. Karena kalau dari medsos tuh algoritmanya biasanya suka sama satu postingan tuh biasanya mengikuti bawah-bawahnya. Ya, aku nge-follow Zero Waste Indonesia... Terus jadi banyak akun-akun yang mungkin hampir mirip... interest-nya tentang lingkungan juga. Nah, terus saya akhirnya belajar dari situ [...]" (Wawancara, Mbak Elsa).

Daya Tarik Pesan

Selepas mengetahui bahwa dalam ruang digital semua pesan berhadapan dengan arus informasi yang begitu padat, persoalan berikutnya bukan lagi sekadar bagaimana pesan ekologis dapat menjangkau khalayak, melainkan bagaimana pesan tersebut mampu menarik perhatian di tengah banyaknya pesan lain yang hadir secara bersamaan. Alhasil, perhatian menjadi pintu awal bagi pesan untuk diproses oleh khalayak. Sebab individu tidak mungkin memberikan perhatian yang sama terhadap seluruh rangsangan yang hadir secara bersamaan (Wickens, 2021). Dengan kata lain, kemampuan suatu pesan untuk menarik sekaligus mempertahankan perhatian juga menjadi bagian yang penting dalam menentukan apakah informasi tersebut akan dipahami dan diproses lebih lanjut (Harrington *et al.*, 2006). Dalam praktiknya, daya tarik tersebut tidak selalu dibangun melalui penyampaian informasi ekologis secara langsung. Para pegiat justru menyesuaikan pesan dengan bentuk komunikasi yang sedang akrab dengan pengguna media sosial. Mbak Ermit, misalnya, menjelaskan bahwa Comotz kerap mengikuti tren yang sedang berkembang, kemudian menyesuaikan kata-kata atau isi tren tersebut dengan isu *sustainable living* dan *zero waste*. Ia menuturkan:

"Biasanya kita mengikuti tren, ya, Pak. Salah satunya mengikuti tren. Kayak pas ini, tren yang apa? [...] paling ngikutin tren terus diganti saja sih, Pak, kata-katanya gitu sesuai dengan Comotz. Atau yang berhubungan sama itu, sustainable living, zero waste gitu-gitu." (Wawancara, Mbak Ermit).

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa daya tarik pesan ekologis dibangun melalui kedekatan bentuk pesan dengan kebiasaan konsumsi media khalayak. Hal ini sejalan dengan temuan König dan Maier (2024) bahwa karakteristik pesan *green influencer* (pegiat lingkungan), termasuk cara pesan dibingkai dan tingkat kekonkretannya, berpengaruh terhadap engagement audiens. Pesan dengan tingkat kekonkretan yang lebih dekat dengan pengalaman audiens dapat mengurangi jarak psikologis dan meningkatkan keterlibatan terhadap pesan (König & Maier, 2024). Dan salah satu cara yang dilakukan pegiat lingkungan untuk membangun kedekatan tersebut ialah dengan menyesuaikan penyampaian pesan dengan tren yang sedang berkembang di media sosial (Suryaputra et al., 2024). Kesadaran ekologis tidak lahir semata-mata karena seseorang memperoleh informasi tentang lingkungan. Pengetahuan baru memperoleh maknanya ketika ia mampu menggeser cara seseorang melihat realitas di sekitarnya. Perubahan cara pandang inilah yang kemudian menjadi salah satu tanda bahwa pesan ekologis tidak sekadar diterima, tetapi mulai bekerja dalam kesadaran khalayak (Wu et al., 2021). Jika efektivitas komunikasi ekologis salah satunya ditandai oleh perubahan cara pandang, maka pengalaman Mas Ade berikut, akan memberikan gambaran yang cukup jelas mengenai proses tersebut. Lingkungan tidak lagi diposisikan sebagai sesuatu yang berada di luar diri manusia dan cukup diamati, tetapi dibaca melalui dampaknya terhadap kehidupan sehari-hari. Sebagaimana dituturkan Mas Ade:

“Nah suatu hari kok ada penebangan besar-besaran, pasti akan terasa banget, Mas. Minimal dideleng nang mata lho, ijo-ijone kurang ya? Ketika kita berpikir kayak gitu kan sebenarnya lagi, kita bikin polusi lah ya buat otak gitu. Nah, itu satu. Dua, ketika banyak pohon yang hilang, resapannya kan kurang, airnya surut-surut.” (Wawancara, Mas Ade).

Maka, pada indikator kemampuan pesan membangun kesadaran, efektivitas komunikasi ekoteologi tampak ketika pesan mampu mengubah pengalaman ekologis sehari-hari menjadi kesadaran mengenai keterhubungan antara kondisi lingkungan dan keberlangsungan kehidupan manusia (Maleknia & Zamani, 2025; Yildirim et al., 2025).

Otoritas dan Kredibilitas Penyampai Pesan di Media Sosial

Komunikasi ekoteologi tentunya juga ditentukan oleh siapa yang menyampaikan pesan dan bagaimana ia menjalankan apa yang dikomunikasikannya. Pesan ekologis akan lebih mudah memperoleh penerimaan ketika khalayak melihat adanya kesesuaian antara narasi yang dibangun dengan praktik yang dilakukan oleh penyampai pesan. Sehingga, keteladanan menjadi bagian dari kredibilitas komunikator (Nguyen & Le, 2026). Khalayak tidak hanya menilik pada gagasan mengenai lingkungan, tetapi juga pada figur yang memperlihatkan bagaimana gagasan tersebut diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Kesesuaian antara perkataan dan tindakan tersebut pada akhirnya menjadi dasar bagi tumbuhnya kepercayaan khalayak (Boerman et al., 2022). Ketika komunikator berbicara mengenai pengurangan sampah, dan pada saat yang sama juga memperlihatkan bagaimana ia menggunakan kembali barang, membawa wadah sendiri, atau terlibat dalam kegiatan pengelolaan lingkungan, pesan yang disampaikan memperoleh bentuk yang lebih nyata. Keteladanan semacam ini membuat pesan ekologis memiliki pijakan praksis (Bakti et al., 2016). Temuan wawancara dengan komunitas Comotz memperlihatkan bahwa praktik ekologis tersebut tidak hanya ditempatkan sebagai materi yang dikomunikasikan kepada khalayak, tetapi juga mulai menjadi bagian dari cara para komunikator mengambil keputusan dalam kehidupan sehari-hari. Mbak Maela, misalnya, menjelaskan:

“Pastinya ada sih. Ya salah satunya itu yang tadinya saya hanya mencoba untuk clean eat, kayak gitu, ya makan sayur-sayuran biar mengurangi sampah. Sekarang kayak mulai belajar bagaimana cara bikin eco-enzym kayak gitu, biar lebih termanfaat kan lagi sampah-sampah seperti sayuran, buah-buahan dan yang lainnya itu, kayak kita lebih ber-apa sih ya, lebih mindful kayak gitu. Kalau semisalnya mau beli barang-barang, kita mikir dulu sekiranya saya butuh enggak sih, kalau semisalnya mau beli baju ini, kemudian

kalau semisal kayak beli-beli makan kayak gitu, eh... diusahakan untuk yang minim sampah, kayak gitu.” (Wawancara, Mbak Maela).

Jika kelima indikator tersebut dibaca bersamaan, efektivitas komunikasi ekoteologi di ruang digital tidak berlangsung dalam satu titik, melainkan terbentuk melalui rangkaian proses yang saling berkaitan. Pesan terlebih dahulu membutuhkan ruang untuk menjangkau khalayak, kemudian memperoleh perhatian melalui bentuk penyampaian yang dekat dengan kebiasaan pengguna media sosial. Perhatian yang telah terbentuk membuka kemungkinan bagi pesan untuk bekerja pada tingkat kesadaran, yakni ketika khalayak mulai melihat persoalan lingkungan dengan cara yang berbeda. Dari kesadaran tersebut kemudian terbuka kemungkinan munculnya keterlibatan, sementara kepercayaan terhadap penyampai pesan memperkuat penerimaan terhadap pesan yang dikomunikasikan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa konstruksi ekoteologi pada media digital di komunitas peduli lingkungan berlangsung melalui proses dinamis antara ruang digital, pengalaman sosial, nilai keagamaan, dan persoalan ekologis yang dihadapi sehari-hari. Gagasan mengenai kepedulian lingkungan tidak diterima secara pasif oleh anggota komunitas, melainkan mengalami proses penerimaan, pemaknaan, penyesuaian, dan penerapan sesuai konteks lokal masing-masing. Media digital berperan sebagai ruang pemantik sekaligus sirkulasi gagasan, sedangkan komunitas menjadi ruang sosial tempat gagasan tersebut memperoleh makna dan diwujudkan dalam tindakan. Pengalaman Komunitas Aso, Ramah ke Bumi, dan Comotz memperlihatkan bahwa pesan ekologis memperoleh validitasnya ketika disertai keteladanan, pengalaman langsung, partisipasi dan kedekatan dengan persoalan lingkungan hidup. Dengan demikian, komunikasi ekologis tidak berlangsung secara linear dari komunikator ke khalayak, tetapi, membentuk sirkulasi gagasan yang bergerak dari media digital menuju kehidupan nyata dan kembali diproduksi melalui media digital. Komunikasi ekologis tersebut memperlihatkan bahwa komunitas dapat berfungsi sebagai agen perubahan sekaligus ruang pembentukan kesadaran ekologis. Para pendiri atau penggerak komunitas berperan sebagai change agents dan opinion leaders yang menghubungkan pengetahuan ekologis, nilai spiritual, dan pengalaman masyarakat ke dalam pesan yang mudah dipahami serta relevan dengan kehidupan sehari-hari. Efektivitas komunikasi ekologis kemudian terbentuk melalui keterjangkauan pesan, perhatian khalayak, peningkatan kesadaran, kepercayaan terhadap komunikator dan keterlibatan dalam praktik ekologis.

UCAPAN TERIMA KASIH

Artikel ini dapat diselesaikan atas bantuan dan dukungan beberapa pihak, antara lain Agus Sriyanto sebagai penulis ke-2 dan Diki Ramdani sebagai penulis ke-3. Penulis ke-1 memberikan ide dan gagasan utama, pencarian data, dan kerangka acuan (*outline*) penelitian serta pemeriksaan naskah akhir sampai submit ke jurnal. Penulis ke-2 berkontribusi dalam pencarian data dan menulis draft awal artikel. Sementara itu, penulis ke-3 melakukan transkrip wawancara, penyelesaian draft final artikel, penyesuaian dengan template jurnal sampai ke chek similariti.

DAFTAR PUSTAKA

- Alanazi, M. S. A., Muzakki, M. A., Muslimin, J., Hidayat, S. R., Yusof, N., & Nukhba, G. M. (2025). Community-based education: The #lesswaste habit formation by the YukNgaji Club as an Environmental Conservation Effort. *TARBIYA: Journal of Education in Muslim Society*, 12(1), 17–38. <https://doi.org/10.15408/tjems.v12i1.45474>
- Ariestyani, K., & Ramadhanty, A. (2022). Khalayak Media Sosial: Analisis Resepsi Stuart Hall Pada Kesehatan Seksual Orang Muda. *Konvergensi: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 3(2 SE-Articles), 266–277. <https://doi.org/10.51353/kvg.v3i2.704>
- Arifuddin, M. T., Arif, E., Darwis, Y., Rinaldi, R., & Dalmenda, M. A.-A. (2026). Political

- Mediatization in the Digital Era : The Case of WALHI West Sumatera ' s Environmental Advocacy Political Mediatization in the Digital Era : The Case of WALHI West Sumatera ' s. *JURNAL KOMUNIKASI INDONESIA*, 14(2). <https://doi.org/10.7454/jkmi.v14i2.1350>
- Arzam, A., & Kusnadi, K. (2025). Maqasid al-Shari'ah and Ecotheology: A Philosophical Analysis of the Normative Foundations of Islamic Law in Ecological Issues. *Jurnal Mediasas: Media Ilmu Syari'ah Dan Ahwal Al-Syakhsiyyah*, 8(4 SE-Articles), 902–916. <https://doi.org/10.58824/mediasas.v8i4.473>
- Ayub, M., & Sulaeman, S. F. (2022). Dampak Sosial Media Terhadap Interaksi Sosial Pada Remaja : KAJIAN SISTEMATIK. *Jurnal Penelitian Bimbingan Dan Konseling*, 7(1), 21–32.
- Bakti, I., Damayanti, T., & Koswara, A. (2016). Kredibilitas Komunikator Dalam Menumbuhkan Sikap Kelompok Tani Hutan Di Kabupaten Sumedang. *Jurnal Bricolage*, 2(1). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30813/bricolage.v2i01.827>
- Boerman, S. C., Meijers, M. H. C., & Zwart, W. (2022). The Importance of Influencer-Message Congruence When Employing Greenfluencers to Promote Pro-Environmental Behavior. *Environmental Communication*, 16(7), 920–941. <https://doi.org/10.1080/17524032.2022.2115525>
- Boyd, D. M. (2010). *Social Network Sites as Networked Publics: Affordances, Dynamics, and Implications*.
- Carfora, V., & Catellani, P. (2024). Environmental messages to promote sustainable seafood choices: An exploratory mobile app intervention. *Journal of Environmental Psychology*, 94, 102255. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2024.102255>
- Couldry, N., & Hepp, A. (2013). Conceptualizing Mediatization: Contexts, Traditions, Arguments. *Communication Theory*, 23(3), 191–202. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/comt.12019>
- Dewi, G. A., Wulandari, A. A. A. I., & Perman, D. G. Y. (2022). Adaptasi Perilaku Konsumen Atas Digitalisasi Pasar Tradisional Di Kota Denpasar. *Jurnal Bening*, 9(2), 190–194. <https://doi.org/https://doi.org/10.33373/bening.v9i2.4765>
- Dijck, J. Van, & Poell, T. (2013). *Understanding Social Media Logic*. 1(1), 2–14. <https://doi.org/10.12924/mac2013.01010002>
- Dwijayanti, R. I., Olifia, S., Wisahra, A., & Kunci, K. (2022). Resepsi Khalayak Terhadap Kampanye Diet Kantong Plastik Pada Instagram @ IDDKP. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, XXVII(3), 311–320. <https://doi.org/https://doi.org/10.37817/ikon.v27i3.2624>
- Elsie Oktivera, FA. Wisnu Wirawan, & Amelia Surya Jaya. (2024). Pemilihan Media Sosial Dalam Pemenuhan Informasi Memilih Perguruan Tinggi. *Jurnal Audiens*, 5(1 SE-Articles), 127–139. <https://doi.org/10.18196/jas.v5i1.347>
- Faadiyah, F., Anjelli, S., & Fasihaturohmah, S. (2024). Pengembangan model pembelajaran berbasis proyek lingkungan untuk meningkatkan literasi ekologi mahasiswa. *SEMAR: Jurnal Sosial Dan Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 1–7.
- Firman Rahman, Sukarman Kamuli, & Nopiana Mozin. (2026). Kontrol Sosial Hukum Terhadap Perilaku Remaja Dalam Pengaruh Media Sosial Di Desa Potangoan, Kecamatan Bukal, Kabupaten Buol. *Al-Zayn: Jurnal Ilmu Sosial & Hukum*, 4(4), 7900–7910. <https://doi.org/10.61104/alz.v4i4.8712>
- Giambastiani, G., Romito, S., & Vurro, C. (2025). When Does Collaborating With Green Influencers Backfire? An Experimental Analysis of how Authenticity Components Shape Consumer Reactions to Sponsored Content. *Business Strategy and the Environment*, 34(3), 3385–3399. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/bse.4143>
- Halim, B. P., Pratiwi, A., & Burhan, A. B. (2026). Komunikasi Kampanye Lingkungan Di Media Instagram Oleh Carbonethics Indonesia. *AGUNA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 51–70. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.35671/aguna.v7i1.3289>
- Harrington, N. G., Lane, D. R., Donohew, L., & Zimmerman, R. S. (2006). An Extension of the Activation Model of Information Exposure: The Addition of a Cognitive Variable to a Model of Attention. *Media Psychology*, 8(2), 139–164. https://doi.org/10.1207/s1532785xmp0802_5

- Hermawansyah. (2025). *Eco-Pesantren-Based Islamic Education Management*. 102–114.
- Hersinta, H., & Sofia, A. (2022). Social Media, Youth And Environmental Low-Risk Activism: A Case Study Of Savesharks Indonesia Campaign On Twitter. *ASPIRATION Journal*, 1(2), 113–136. <https://doi.org/10.56353/aspiration.v1i2.11>
- Jamal, S. (2025). Konsep dan Implementasi Ekoteologi dalam Kurikulum Pendidikan Agama Islam. *AEJ (Advances in Education Journal)*, 2(1), 136–147.
- Jasri, Mustika, M., & Khai, U. (2020). Preferensi Belanja Masyarakat Millenial Dengan Pendekatan Studi Komparasi Di Pasar Digital dan Pasar Konvensional. *ISTISMAR: Jurnal Kajian, Penelitian Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3(1), 12–20. <https://doi.org/10.32764/istismar.v5i02.3181>
- Kiaking, A. E., Arkyanne Paulina Haniko, Jalia Christyanti Darundas, & Jeanne Elyssa Timpua. (2025). Pastoral Ekologis: Menjaga Ciptaan Sebagai Tanggung Jawab Iman. *TENTIRO: Jurnal Pendidikan Dan Kesehatan*, 2(1), 18–28. <https://doi.org/10.70420/tentiro.v2i1.137>
- König, S., & Maier, E. (2024). The effect of green influencer message characteristics: Framing, construal, and timing. *Psychology & Marketing*, 41(9), 1979–1996. <https://doi.org/10.1002/mar.22021>
- Maleknia, R., & Zamani, N. (2025). Extending the knowledge-attitude-practice model to exploring the role of environmental literacy in shaping ecotourists' pro-environmental behavior. *Acta Psychologica*, 261, 105910. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2025.105910>
- Mandjarreki, S. (2018). Agresi Media dan Kematian Ruang Sosial (Tafsir Sosiologis atas Hegemoni Media Sosial). *Jurnalisa*, 04(2), 226–240. <https://doi.org/10.24252/jurnalisa.v4i2.6896>
- Mardhiah, I., Aulia, R. N., & Narulita, S. (2014). Konsep Gerakan Ekoteologi Islam Studi Atas Ormas NU Dan Muhammadiyah Izzatul. *Jurnal Studi Al-Qur'an*, 10(1), 83–99.
- Maulana Bagus Rahmat, Masruchin, & Fauzan. (2025). The Idea of Islamic Ecotheology in Responding to the Global Environmental Crisis: An Analysis of the Concepts of Khalifah, Mīzān, and Maṣlaḥah. *Indonesian Journal of Islamic Theology and Philosophy*, 7(1), 93–110. <https://doi.org/10.24042/ijitp.v7i1.27596>
- Maulvi, H. R., Rizal, E., & Lusiana, E. (2023). Peran Media Sosial Bagi Humas Pemerintah. *Jurnal Komunikasi*, 14(1), 92–101. <https://doi.org/10.31294/jkom.v14i1.11852>
- Mudin, M. I. (2025). Paradigma Dominasi Visi dan Harmoni Atas Alam: Studi Kritis Perspektif Teo-Ekologi Islam. *Academic Journal of Islamic Principles and Philosophy*, 6(1), 91–124. <https://doi.org/10.22515/ajipp.v5i1.8826>
- Munawar-Rachman, B. (2024). Dialog Agama dan Ekologi. *Jurnal Peradaban (Filsafat, Etika Dan Agama)*, 4(1), 1–19. <https://doi.org/10.51353/jpb.v4i1.1092>
- Natasari, N. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Mendorong Kesadaran Lingkungan: Analisis Akun Pandawara Program Bersih-Bersih Sampah. *Jurnal Community Online*, 4(2), 227–236. <https://doi.org/10.15408/jko.v4i2.35217>
- Nguyen, P. Van, & Le, H. T. P. M. (2026). Green influencers' source credibility in driving customers' green behaviors: Role of trust, engagement, and knowledge in a cross-country study. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 88, 104505. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2025.104505>
- Notarmuzi, D., Castellano, C., Flammini, A., Mazzilli, D., & Radicchi, F. (2022). Universality, criticality and complexity of information propagation in social media. *Nature Communications*, 13(1), 1308. <https://doi.org/10.1038/s41467-022-28964-8>
- Nur Anis Rochmawati. (2025). Ecotheology in Action: The Strategic Role of Religious Identity in FNKSDA's Environmental Movement. *Jurnal Sosiologi Reflektif*, 20(1), 185–206. <https://doi.org/10.14421/rhkaya21>
- Ojala, Markus, & Ripatti-Torniainen, Leena. (2024). Where is the public of 'networked publics'? A critical analysis of the theoretical limitations of online publics research. *European Journal of Communication*, 39(2), 145–160.

- <https://doi.org/10.1177/02673231231210207>
- Oktavianti, D., & Windah, A. (2025). Kampanye Digital Activism untuk Mendorong Rekayasa Sosial Kebersihan Lingkungan di Instagram @Pandawaragroup. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 4(2 SE-Articles), 2426–2433. <https://doi.org/10.56799/jceki.v4i2.7569>
- Prasetya, S., & Seminar, A. U. (2025). Persepsi Efektivitas Pesan Lingkungan tentang Pelestarian Hutan melalui Instagram @lindungihutan. *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat [JSKPM]*, 9(1 SE-Articles), 62–75. <https://doi.org/10.29244/jskpm.v9i1.1259>
- Pujiyana, P., Sawitri, S., Setiawan, I., Anggraeni, L., & Rosidi, M. I. (2025). Pengaruh Media Sosial dan Game Online Terhadap Interaksi Sosial mahasiswa (Studi di Universitas Nasional Pasim). *Indonesian Journal of Social Science*, 3(2), 58–66. <https://doi.org/10.58818/ijss.v3i2.127>
- Puspa, N. Z. H., & Manalu, S. R. (2021). Kampanye Gerakan Lingkungan dan Aktivisme Online di Media Sosial (Studi Kasus Pada Aktivisme Sustainable Fashion di Media Sosial Instagram). *Interaksi Online*, 9(3), 193–207.
- Rasidi, P. P. (2021). Melampaui ‘ Literasi Digital ’ : Kelindan Teknokapitalisme , Ideologi Media , dan Hiperhermeneutika. *Komunikatif: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 129–140. <https://doi.org/10.33508/jk.v10i2.3525>
- Rasyid, M. H. Al, Mahfuzh, T. W., Munirah, & Faridatunnisa, N. (2024). Konsep Ekoteologi dalam Al-Qur'an: Kajian Tafsir Kemetrian Agama Republik Indonesia dengan Pendekatan Autekologi. *Syams: Jurnal Studi Keislaman*, 5(1), 24–32.
- Rohmawati, H. S., Zulkifli, & Hakiem, N. (2025). Mediatization and Hypermediation in Digital Religion and the Transformation of Indonesian Muslim Religious Practices through Social Media Usage. *Jurnal Sosiologi Agama*, 18(2), 133–150. <https://doi.org/10.14421/jsa.2024.182-01>
- S, M. M. K., Permana, B. A., Zeinta, B. A., Aprilas, D., Romadon, M., Nugraha, R. A., & Suri, R. M. (2026). Peran teknologi informasi dalam perubahan pola belanja masyarakat dari pasar tradisional ke e-commerce. *INFOTECH: Jurnal Informatika & Teknologi*, 7(1), 126–136. <https://doi.org/10.37373/infotech.v7i1.2240>
- Satriani, S., Hamzah, E., Santalia, I., Bahri, S., Umrati, U., Mansur, M., Nurdin, N., & Syafaruddin, B. (2025). Ekoteologi dan Gerakan Penghijauan Upaya Membangun Kesadaran Lingkungan Berbasis Spiritualitas Santri Pondok Pesantren As' adiyah Mattirowalie Kab. Bone. *Asthadarma: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 94–104.
- Sekar Kinanthi Prastika, Eni Maryani, & Ira Mirawati. (2023). Instagram @teensgogreen.id Sebagai Aktivisme Media dalam Isu Lingkungan untuk Generasi Muda. *JURNAL PENELITIAN SISTEM INFORMASI (JPSI)*, 1(3 SE-Articles), 48–65. <https://doi.org/10.54066/jpsi.v1i3.665>
- Suryaputra, R., Daryanti, S., & Setyowardhani, H. (2024). The role of social media in promoting sustainable green lifestyles: Influencers and value co-creation with Gen Z in Indonesia. *Journal of Entrepreneurial Economics*, 1(1 SE-Articles), 45–62. <https://doi.org/10.61511/jane.v1i1.2024.1036>
- Susanto, N., & Thamrin, M. H. (2021). Environmental Activism and Social Media Cyber-advocacy : A Case Study from Indonesia. *JKAP (Jurnal Kebijakan Dan Administrasi Publik*, 25(2), 148–166. <https://doi.org/10.22146/jkap.67713>
- Syukron Jamal. (2025). Konsep dan Implementasi Ekoteologi dalam Kurikulum Pendidikan Agama Islam. *AEJ (Advances in Education Journal)*, 2(1), 136–147.
- Usman Yudi. (2025). Green Islam Education : Menanamkan Kesadaran Ekoteologis dalam Kurikulum Pendidikan Islam. *MODELING: Jurnal Program Studi PGMI*, 12(1), 482–495. <https://doi.org/10.24090/jk.v10i2.8043>
- Vina Mafaza, Abdul Khobir, Farah Dilah Zahra, & Mohammad Ja'far Firdaus. (2025). Peran Ekoteologi dalam Pendidikan Islam: Belajar Menjaga Alam sebagai Amanah Tuhan. *Hikmah: Jurnal Studi Pendidikan Agama Islam*, 2(4), 161–178. <https://doi.org/10.61132/hikmah.v2i4.1498>

- Wachidah, N. R., & Habibie, M. L. H. (2026). Desain Kurikulum Pendidikan Islam Berbasis Ekoteologi: Intregasi Nilai Tauhid Dan Kesadaran Lingkungan. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Keislaman*, 15(1), 134–143.
- Wickens, C. (2021). Attention: Theory, Principles, Models and Applications. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 37(5), 403–417. <https://doi.org/10.1080/10447318.2021.1874741>
- Wu, M., Long, R., Bai, Y., & Chen, H. (2021). Knowledge mapping analysis of international research on environmental communication using bibliometrics. *Journal of Environmental Management*, 298, 113475. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2021.113475>
- Yildirim, M. S., Elkoca, A., Gökçay, G., Yilmaz, D. A., & Yıldız, M. (2025). The relationship between environmental literacy, ecological footprint awareness, and environmental behavior in adults. *BMC Public Health*, 25(1), 551. <https://doi.org/10.1186/s12889-025-21340-3>
- Zaxrie, S. 'Ainun, Rina, N., Thoibah, S., & Saleh, K. P. A. (2024). Peran Media Sosial Sebagai Saluran Komunikasi Digital Dalam Kehumasan. *Indonesian Journal of Digital Public Relations (IJDPR)*, 3(1), 26–39. <https://doi.org/10.25124/ijdpr.v3i1.8084>