

**PERAN MEDIA SOSIAL FACEBOOK DALAM PENINGKATAN
JIWA BISNIS HIJAU PADA MAHASISWA DI KOTA MAKASSAR****Faizal Rizal Zaenal^{1*}, Risma Haris², Sartika³**¹Institut Teknologi dan Bisnis Nobel IndonesiaEmail: faisal@stienobel-indonesia.ac.id^{2,3}Institut Kesehatan dan Bisnis Kurnia Jaya PersadaEmail: arismarifin@gmail.comEmail: sartikasain@gmail.com

© 2022 – UEJ Program Studi Pendidikan Kependudukan dan Lingkungan Hidup

Universitas Negeri Makassar. Ini adalah artikel dengan akses terbuka dibawah Licensi CC BY-NC-4.0

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0>**Abstract.**

The development of the digital world is increasingly important in the post-pandemic era, especially the use of social media which is the main factor in maximizing public awareness of the environment. Students as young people of change have a vital role in improving the nation's economy after the pandemic, one of which is by combining the interests of life economically and in a sustainable manner that are more concerned about world climate conditions. However, the reality is that young people have not maximized the use of social media for the benefit of the entrepreneurial world. The impact is that the level of green entrepreneurial spirit (Ecopreneur) among students is still quite low. Therefore, this study has the objectives (1) to describe the use of social media, especially Facebook, related to Ecopreneurs; (2) to determine the intensity of social media use Facebook per day. This research method is descriptive analysis, namely describing, analyzing and interpreting data. Data collection techniques by: observation, interviews, questionnaires and FGD (Focus Group Discussions) on 48 students. The results of the study show that Facebook social media users are increasingly massive among students to access information, namely Green Business (27%), Education (17%), Entertainment (50%) and the rest to access politics (6%). Meanwhile, the intensity of using Facebook social media per day is more than 4 hours per day (75%). The suggestions for students include: (1) Utilization of social media, especially Facebook related to green business literacy needs to be improved (2). The intensity of using Facebook social media should be put to better use by prospective entrepreneurs to get entrepreneurial opportunities such as: starting to open online stalls in the market place that has been provided by Facebook.

Keywords: Social Media, Green Entrepreneur, Ecopreneur, Student**Abstrak.**

Perkembangan dunia digital semakin penting di zaman pasca pandemik khususnya penggunaan media sosial yang menjadi faktor utama dalam memaksimalkan kepedulian masyarakat terhadap lingkungan. Mahasiswa sebagai pemuda perubahan memiliki peran yang vital dalam peningkatan ekonomi bangsa pasca pandemik salah satunya dengan mengkombinasi kepentingan hidup secara ekonomi maupun secara keberlanjutan yang lebih peduli terhadap kondisi iklim dunia. Namun, realitasnya para kaum muda belum

memaksimalkan dalam memanfaatkan media sosial untuk kepentingan dunia wirausaha. Dampaknya tingkat jiwa wirausaha hijau dikalangan mahasiswa masih cukup rendah. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki tujuan (1) untuk mendeskripsikan penggunaan media sosial khususnya Facebook terkait Bisnis Hijau; (2) untuk mengetahui intensitas penggunaan media sosial Facebook per harinya. Metode penelitian ini bersifat deskriptif analisis, yaitu menggambarkan, menganalisis dan menginterpretasikan data. Tehnik pengambilan data dengan cara: observasi, wawancara, kuesioner dan FGD (Focus Group Discations) terhadap 47 mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengguna media sosial Facebook semakin masif di kalangan mahasiswa untuk mengakses informasi yaitu Bisnis Hijau (27%), Pendidikan (17%), Entertainment (50%) dan sisanya mengakses terkait politik (6%). Sedangkan intensitas penggunaan media sosial Facebook per harinya lebih dari 4 jam per hari (75%). Adapun saran untuk mahasiswa antara lain: (1) Pemanfaatan media sosial khususnya Facebook terkait literasi bisnis hijau perlu ditingkatkan (2). Intensitas penggunaan media sosial Facebook hendaknya dimanfaatkan lebih baik oleh para calon wirausaha untuk mendapatkan peluang wirausaha seperti: mulai membuka lapak online di market place yang telah disediakan oleh Facebook.

Kata Kunci: *Media Sosial, Wirausaha Hijau, Ecopreneur, Mahasiswa*

PENDAHULUAN

Di Indonesia, lebih dari 60 juta generasi muda dari berbagai tingkatan pendidikan telah belajar di rumah selama masa pandemik Covid 19 (Rahayu & Kejora, 2022). Memasuki era digital ini, internet merupakan sarana komunikasi yang paling efektif. Pemerintah menginginkan media sosial (Medsos) dimanfaatkan untuk hal-hal yang produktif, mendorong kreativitas dan inovasi, dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Pengguna internet yang aktif di Indonesia sekarang ada 132,7 juta atau sekitar 51.5% dari jumlah penduduk yang ada (Ilmiadin & Maulina, 2022; Widodo et al., 2022). Dari jumlah pengguna internet tersebut, terdapat sekitar 129 juta yang telah memiliki akun media sosial aktif dan rata-rata menghabiskan waktu 3,5 jam per hari melalui handphone (Adhiyatmika et al., 2022; Mudani & Ariantini, 2022; Setyaningsih & Al Ramadhan, 2022). Tidak dapat dipungkiri, generasi muda saat ini sangat berkaitan erat dengan perkembangan teknologi dan penggunaan media sosial.

Mahasiswa sebagai generasi muda perubahan memiliki peran yang vital dalam peningkatan ekonomi bangsa pasca pandemik salah satunya dengan mengambil peran dalam upaya pengendalian perubahan iklim dunia. Karena di masa depan, para generasi muda inilah yang memegang peranan melakukan aksi pengendalian perubahan iklim. Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan sudah menginisiasi gerakan yang memerlukan kontribusi generasi muda untuk sadar terkait perubahan iklim dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi yang ada dan media sosial.

Namun, realitasnya para generasi muda belum maksimal dalam memanfaatkan media sosial untuk peningkatan ekonomi dan pengendalian perubahan iklim. kebanyakan mereka menggunakan Media Sosial hanya untuk hiburan semata. Berdasarkan hal tersebut, fokus penelitian ini adalah meningkatkan jiwa kepedulian lingkungan serta ekonomi (Bisnis Hijau) para mahasiswa melalui penggunaan sosial media (Wolfers & Utz, 2022; Zhang et al., 2022). Oleh karena itu, penelitian ini memiliki tujuan (1) untuk mendeskripsikan penggunaan media sosial khususnya *Facebook* terkait Bisnis Hijau; (2) untuk mengetahui intensitas penggunaan media sosial *Facebook* per harinya.

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian adalah kualitatif deskriptif. Metode kualitatif atau metode penelitian naturalistik merupakan penelitian yang dilakukan pada kondisi yang alamiah” (Abdussamad & SIK, 2021; Fadli, 2021). Pendekatan deskriptif yaitu penelitian yang didasarkan pada data yang ada atau penyelidikan yang bertujuan pada pemecahan masalah (Sahrudin, 2019). Dengan demikian,

pendekatan kualitatif-deskripsi adalah penelitian yang menggambarkan data kualitatif sebagaimana adanya, dan kemudian data tersebut dianalisis makna dibalik fakta yang tampak. Penelitian ini melibatkan populasi sasaran adalah mahasiswa yang telah mengampuh matakuliah kewirausahaan yang masih berstatus mahasiswa. Penarikan sampel berdasarkan teknik purposif (*purposive sampling*) kepada mahasiswa yang sudah memenuhi syarat. Jumlah sampel keseluruhan berjumlah 48 orang.

Teknik pengumpulan data menggunakan instrumen; (1) observasi, yaitu mengadakan pengamatan secara langsung, (2) kuesioner, bersifat tertutup, dan (3) Focus Group Discussion (FGD) dengan tujuan untuk mendapatkan data dan informasi yang mendalam. Adapun data sekunder diperoleh dari literatur-literatur yang terkait dengan kajian penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Analisis data informan merupakan analisis mengenai data-data pribadi untuk melengkapi data penelitian. Dari 47 informan, bahwa jumlah informan yang berkelamin perempuan menduduki urutan pertama sebesar 85%, sedangkan urutan kedua diduduki oleh informan laki-laki sebesar 15%. Sementara itu, dilihat dari usia informan bervariasi, yaitu dimulai usia 19 - 29 tahun sekitar 13%, urutan berikutnya berusia 31 – 35 tahun, 38%, berusia 36 - 40 tahun 38%, dan berusia 41 – 49 tahun sekitar 11%. Terdapat variasi usia informan tersebut, pertama karena usia dimulainya semester berbeda, kedua, dari 47 informan yang dijadikan sampel, 27 informan berasal dari kalangan mahasiswa kelas kerja dan 20 orang berasal dari mahasiswa kelas profesi.

Analisis Pemanfaatan Media Sosial

Bagian ini merupakan gambaran pemanfaatan media sosial oleh pemilih pemula dari kalangan mahasiswa, yang diukur dengan: (1) pemanfaatan fasilitas internet melalui Handphone, Tablet, dan Laptop dikalangan mahasiswa, (2) pemanfaatan media sosial Facebook dengan berbagai aplikasi di dalamnya dikalangan mahasiswa kaitannya dengan bisnis hijau; (3) Frekuensi pemanfaatan media sosial Facebook dikalangan mahasiswa kaitannya dengan bisnis hijau; dan (4) Gambaran keinginan para mahasiswa kaitannya dengan bisnis hijau keterlibatan dalam media sosial Facebook, dan (5) Keinginan Keterlibatan dalam membuat akun Media sosial Facebook; (6) dan (7) Urgensi pemanfaatan media sosial Facebook dikalangan mahasiswa.

Pemanfaatan Fasilitas Internet

Bagian ini menggambarkan tentang pemanfaatan fasilitas internet yang sering diakses kalangan mahasiswa. Terlihat bahwa yang mengakses fasilitas internet untuk mencari informasi atau berita sebesar 38.2%, sedangkan untuk belajar buat konsten kreatif sebesar 8.5% dan yang mendengarkan musik sebesar 23.4% serta yang menonton film sebesar 29.7%. Dari fakta ini, menunjukkan bahwa mayoritas di kalangan mahasiswa di Kota Makassar sangat aktif mengakses internet untuk mencari informasi atau berita. Hal ini sejalan dengan salah satu penelitian bahwa dampak positif pada fasilitas internet dapat memperluas pengetahuan mahasiswa dan mempermudah mahasiswa mengakses berbagai informasi (Munandar, 2022).

Frekuensi Pemanfaatan Media Sosial Facebook

Pemanfaatan aplikasi media sosial Facebook, yaitu dilihat dari frekuensi mengakses media sosial Facebook dikalangan mahasiswa wanita dan pria di kota Makassar yaitu ditunjukkan dengan angka 89.3% yang paling sering mengakses adalah wanita, hanya 10.6% oleh pria. Hal ini bermakna pada umumnya terkait bisnis hijau dikalangan mahasiswa sering pemanfaatan aplikasi di dalam berkomunikasi atau mencari informasi adalah wanita. Hasil penelitian ini sesuai dengan artikel terdahulu yang menguraikan bahwa pemanfaatan media sosial terbanyak berjenis kelamin wanita (Arahman & Rosini, 2020).

Keinginan Keterlibatan di Media Sosial Facebook

Indikator minat keinginan keterlibatan dalam media sosial Facebook dikalangan mahasiswa kaitannya dengan bisnis hijau di kota makassar dapat ditunjukkan dengan angka 38.2 % menyatakan memiliki keinginan besar untuk terlibat di dalam kegiatan bisnis hijau, 51% yang menyatakan memiliki minat lebih pada kegiatan hiburan atau entertainment 51%, dan 8% menyatakan berkeinginan terlibat untuk pemanfaatan media sosial Facebook terkait bidang politik. Hal ini menjelaskan bahwa di kalangan mahasiswa minat memanfaatkan media sosial Facebook untuk melakukan kegiatan terkait bisnis hijau sudah mulai terlihat namun belum sepenuhnya menggunakan sosial media tersebut.. Penelitian ini pun telah sejalan dengan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan pada perubahan perilaku ramah lingkungan dalam memanfaatkan media sosial (Harvianti & Kurniadi, 2021).

Intensitas Penggunaan Akun Media Sosial Facebook

Untuk mengetahui pandangan para mahasiswa mengenai manfaat membuka akun media sosial Facebook, dapat dilihat dari hasil penelitian intensitas akses media sosial Facebook per hari menunjukkan angka 76,5 % lebih dari 5 kali dan hanya 23.4 % yang kurang dari 5 kali. Dari data ini menunjukkan pada umum para mahasiswa di Kota Makassar, lebih intens membuka akun media sosial Facebook, maka banyak memperoleh manfaat khususnya terkait informasi bisnis hijau (SITUMEANG, 2013).

Analisis Pemanfaatan Aplikasi Media Sosial Facebook kaitannya bisnis hijau, Pemanfaatan aplikasi media sosial Facebook tidak sebatas hanya untuk berkomunikasi secara umum, juga sekarang sudah merambah ke dunia bisnis, khusus bisnis hijau. Hal ini nampak jelas banyaknya lapak atau pun bisnis yang bermunculan di beranda Facebook, terutama semenjak terdapat aplikasi marketplace. Pada bagian ini merupakan gambaran pemanfaatan media sosial Facebook dikalangan mahasiswa, yang diukur dengan: (a) Urgensi media sosial Facebook dalam pendidikan bisnis hijau, (b) Urgensi pemanfaatan media sosial Facebook sebagai sarana market place, (c) para pebisnis muda menggunakan akun media sosial Facebook.

Urgensi aplikasi media sosial Facebook untuk pendidikan bisnis hijau. Pemanfaatan aplikasi media sosial Facebook di market place semakin meluas sekarang ini, hal ini karena media sosial Facebook memiliki daya jangkauan yang luas, dan dari segi biaya lebih murah ketimbang menggunakan media cetak klasik, misal spanduk, pamflet, liflet dan sebagainya, serta realitasnya masyarakat, khusus dikalangan mahasiswa yang rata-rata telah menggunakan berbagai aplikasi media sosial Facebook. Untuk mengetahui pandangan dari kalangan mahasiswa kaitannya dengan bisnis hijau di kota makassar, mengenai urgensinya media sosial Facebook yang menggabungkan berbagai kegiatan yang lebih ramah lingkungan, termasuk dalam modifikasi produk, perubahan proses produksi, perubahan kemasan, serta modifikasi iklan. Merujuk hasil penelitian, menunjuk angka 40,4% menyatakan penting media sosial Facebook sebagai medium pendidikan bisnis hijau di kalangan mahasiswa, dan 38.2% menyatakan sangat penting, serta hanya 21.2% menyatakan tidak penting.

KESIMPULAN

Dari seluruh uraian pembahasan dapat diambil beberapa kesimpulan, yaitu: (1) Mahasiswa di kota Makassar, belum mampu mengoptimalkan pemanfaatan aplikasi media sosial Facebook untuk kepentingan bisnis khususnya terkait dengan bisnis hijau, (2) Penggunaan fasilitas akun media sosial Facebook belum dianggap urgen dalam berbisnis hijau. Sehingga sangat penting saat ini para pendidik maupun lembaga, swadaya maupun instansi yang terkait dengan pelestarian lingkungan agar lebih giat dalam mengkampanyekan serta mengedukasi para generasi muda untuk lebih peduli dan memahami manfaat bisnis hijau. Hal ini juga tidak lepas dari peran wirausaha ataupun para pengusaha untuk lebih memanfaatkan bisnis hijau dalam proses produksi bahkan sampai dalam iklan go greennya.

REFERENSI

Abdussamad, H. Z., & SIK, M. S. (2021). *Metode penelitian kualitatif*. CV. Syakir Media Press.

- Adhiyatmika, H., Sulaiman, A. I., & Prastyanti, S. (2022). Penggunaan Media Baru pada Pembangunan Pariwisata Baturraden Adventure Forest berbasis ecotourism. *KINESIK*, 9(1), 31–39.
- Arahman, S., & Rosini, R. (2020). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK MENUNJANG PEMBELAJARAN PADA MAHASISWA KEPERAWATAN GIGI POLTEKKES KEMENKES JAKARTA 1. *Bibliotech: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 5(2).
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 21(1), 33–54.
- Harvianti, R. A., & Kurniadi, O. (2021). Kampanye Komunikasi Ecotransport dalam Mengurangi Transportasi Pribadi. *Jurnal Riset Public Relations*, 1(1), 8–14.
- Ilmiadin, I., & Maulina, P. (2022). Eksistensi Radio LPP RRI Aceh Barat di Kalangan Masyarakat Johan Pahlawan Di Era-Digital. *JIMSI: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Komunikasi*.
- Mudani, L. S., & Ariantini, K. R. (2022). STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF DENGAN PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM PEMASARAN BERBASIS DIGITAL. *COMMENT: Jurnal Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi*, 1(2).
- Munandar, D. I. (2022). *Efektivitas Penggunaan Akun Instagram@ Hasanuddin_Univ Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa Universitas Hasanuddin= The Effectivity of Using Instagram Account@ Hasanuddin_Univ on the Fulfillment of Student Information Needs at Hasanuddin University* [PhD Thesis]. Universitas Hasanuddin.
- Rahayu, S., & Kejora, M. T. B. (2022). Guru Pendidikan Agama Islam dalam Pembelajaran Online di Masa Pandemic Covid 19. *Jurnal Pendidikan*, 10(1), 89–103.
- Sahrudin, U. (2019). Peran Pustakawan Dalam Pengelolaan Dan Penerbitan Jurnal Ilmiah. *Kandaga–Media Publikasi Ilmiah Jabatan Fungsional Tenaga Kependidikan*, 1(1).
- Setyaningsih, A., & Al Ramadhan, M. F. (2022). PELATIHAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI LANGKAH PENCEGAHAN KEKERASAN TERHADAP PEREMPUAN DAN ANAK DI DESA PASIR GOMBONG. *An-Nizam*, 1(3), 1–7.
- SITUMEANG, I. V. O. (2013). PEMANFAATAN MEDIA INTERNET MELALUI SITUS TWITTER SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DAN BISNIS. *SNIT 2013*, 1(1), 37–38.
- Widodo, W., Santoso, A., & Putra, Y. R. (2022). Kesantunan Berbahasa Terhadap Anak Usia Dini Dalam Meningkatkan Komunikasi Di Media Sosial. *Jurnal Citra Dimensi*, 1(1), 34–43.
- Wolfers, L. N., & Utz, S. (2022). Social media use, stress, and coping. *Current Opinion in Psychology*, 101305.
- Zhang, M., Xu, P., & Ye, Y. (2022). Trust in social media brands and perceived media values: A survey study in China. *Computers in Human Behavior*, 127, 107024.