



**Kampanye Go Green Sebagai Strategi Jitu Membangun Budaya Cinta Lingkungan
Di Kalangan Kaum Muda Kristiani**

*Go Green Campaign As An Accurate Strategy To Build A Culture Of Love For The
Environment Among Christian Youth*

**Fransiskus Janu Hamu (fransiskusjanu@gmail.com)
STIPAS Tahasak Danum Pabelum Palangkaraya**

Article History:

Received: 02 January 2022

Revised: 10 February 2022

Accepted: 28 March 2022

Keywords: Go green, a culture
of love for the environment,
Christian youth

Abstract: This project aims to encourage young Christians to adopt an environmentally friendly lifestyle through the Go Green campaign. By using an approach relevant to their beliefs and values, this project aims to create environmental awareness and promote concrete actions to protect the universe given by God. Through a series of educational, participatory, and empowering activities, this project hopes to change the behavior of young Christians to be more concerned about the environment.

Abstrak

Proyek ini bertujuan untuk mendorong kaum muda kristiani untuk mengadopsi gaya hidup yang ramah lingkungan melalui kampanye Go Green. Dengan menggunakan pendekatan yang relevan dengan keyakinan dan nilai-nilai kristiani, proyek ini bertujuan untuk menciptakan kesadaran lingkungan dan mempromosikan tindakan nyata untuk menjaga alam semesta yang diberikan oleh Tuhan. Melalui serangkaian kegiatan edukatif, partisipatif, dan pemberdayaan, proyek ini berharap dapat mengubah perilaku kaum muda Kristiani menjadi lebih peduli terhadap lingkungan.

Kata Kunci: Go green, budaya cinta lingkungan hidup, kaum muda kristiani.

PENDAHULUAN

Lingkungan hidup merupakan salah satu aspek penting dalam kehidupan manusia. Namun, saat ini lingkungan hidup semakin terancam akibat ulah manusia yang tidak bertanggung jawab (McFague, 2019). Oleh karena itu, diperlukan upaya untuk menjaga lingkungan hidup agar tetap lestari. Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah dengan melakukan kampanye Go Green.

Kampanye Go Green, atau gerakan untuk menjaga dan melestarikan lingkungan, telah menjadi isu yang semakin penting di berbagai kalangan masyarakat. Di tengah meningkatnya perhatian terhadap masalah lingkungan, banyak komunitas dan individu yang berusaha untuk mengambil tindakan yang positif dalam menjaga keberlanjutan planet ini (Gottlieb, 2019). Dalam konteks ini, kaum muda Kristiani telah memainkan peran yang signifikan dalam memperjuangkan budaya cinta lingkungan.

Tujuan dari artikel ini adalah untuk mengeksplorasi bagaimana kampanye Go Green dapat

menjadi strategi jitu dalam membangun budaya cinta lingkungan di kalangan kaum muda Kristiani. Selain itu, dampak positif yang dapat dihasilkan melalui penerapan kampanye Go Green dalam membangun kesadaran dan tindakan nyata dalam rangka mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan.

Melalui pelayanan komunitas diharapkan bahwa kaum muda kristiani memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang pentingnya membangun budaya cinta lingkungan dan bagaimana kampanye Go Green dapat menjadi strategi efektif dalam mencapai tujuan tersebut. (McFague, 2019) Selain itu, dapat menjadi inspirasi bagi pembaca untuk mengambil tindakan nyata dan berkontribusi dalam menjaga dan melestarikan lingkungan kita demi masa depan yang berkelanjutan.

METODE

Metode Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan observasi. Responden dalam penelitian ini adalah kaum muda Kristiani yang telah mengikuti kampanye Go Green.

1. Tema Kegiatan:

Kampanye Go Green sebagai strategi jitu membangun budaya cinta lingkungan di kalangan kaum muda Katolik.

2. Tujuan:

Mendorong kesadaran lingkungan: Membantu kaum muda Katolik untuk meningkatkan kesadaran tentang pentingnya menjaga dan melindungi lingkungan alam. Tujuan ini bertujuan untuk mengubah pola pikir dan perilaku kaum muda agar mereka dapat menjadi pelindung alam yang bertanggung jawab.

- a. Mengajak tindakan nyata: Menginspirasi kaum muda Katolik untuk mengambil tindakan nyata dalam menjaga lingkungan melalui kegiatan-kegiatan seperti daur ulang, mengurangi konsumsi air dan energi, menanam pohon, dan berpartisipasi dalam proyek-proyek lingkungan yang relevan.
- b. Edukasi lingkungan: Mempromosikan pendidikan dan kesadaran lingkungan di kalangan kaum muda Katolik dengan menyediakan sumber daya dan informasi yang relevan tentang isu-isu lingkungan dan solusi yang dapat dilakukan.
- c. Membangun komunitas hijau: Mendorong kaum muda Katolik untuk terlibat dalam kegiatan sosial dan komunitas yang berfokus pada pelestarian lingkungan. Mengorganisir kelompok-kelompok hijau, mengadakan acara dan kegiatan bersama, serta memfasilitasi pertukaran gagasan dan pengalaman untuk memperkuat jaringan komunitas hijau.
- d. Membentuk pemimpin masa depan: Mempersiapkan kaum muda Katolik untuk menjadi pemimpin yang peduli lingkungan di masa depan. Melalui pelatihan, seminar, dan program pengembangan kepemimpinan, kampanye ini bertujuan untuk membangun kualitas kepemimpinan yang memperhatikan dan mengutamakan keberlanjutan.
- e. Kolaborasi antar-generasi: Mendorong kerjasama dan kolaborasi antara kaum muda Katolik dengan generasi yang lebih tua dalam upaya menjaga lingkungan. Memfasilitasi dialog antargenerasi, pertukaran pengetahuan, dan pengalaman untuk menciptakan pemahaman yang



lebih dalam tentang pentingnya cinta lingkungan dan tanggung jawab kita sebagai umat manusia.

- f. Mewujudkan pembangunan berkelanjutan: Menggugah kaum muda Katolik untuk memperjuangkan pembangunan berkelanjutan dengan mempromosikan praktik-praktik ramah lingkungan dalam kehidupan sehari-hari, seperti penggunaan energi terbarukan, pengurangan limbah, dan pengembangan lingkungan yang berkelanjutan.
- g. Advokasi kebijakan lingkungan: Mendorong kaum muda Katolik untuk menjadi advokat lingkungan dengan mempengaruhi kebijakan publik yang berhubungan dengan pelestarian lingkungan. Melalui kampanye ini, mereka dapat menjadi suara yang berpengaruh dalam membentuk kebijakan lingkungan yang lebih baik.
- h. Membangun hubungan spiritual dengan alam: Menggali keterkaitan antara iman Katolik dan alam sekitar

3. Metode Pelaksanaan

a. Perencanaan:

- 1) Bentuk tim kampanye: Bentuk tim yang terdiri dari anggota muda Katolik yang bersemangat dan memiliki minat dalam lingkungan.
- 2) Tetapkan tujuan: Tentukan tujuan yang spesifik dan terukur untuk kampanye, seperti meningkatkan kesadaran, mengajak tindakan nyata, dan membangun komunitas hijau.
- 3) Riset dan analisis: Lakukan riset tentang isu-isu lingkungan yang relevan dan identifikasi tantangan serta peluang yang ada di kalangan kaum muda Katolik.
- 4) Rencanakan kegiatan: Buat jadwal kegiatan, seperti seminar, lokakarya, aksi lingkungan, dan kegiatan sosial, yang akan dilakukan selama kampanye.
- 5) Anggaran: Tentukan anggaran yang diperlukan untuk melaksanakan kegiatan-kegiatan kampanye.

b. Pengembangan Materi:

- 1) Persiapan materi edukasi: Persiapkan materi edukasi yang menarik dan informatif tentang isu-isu lingkungan dan solusi yang dapat dilakukan. Gunakan pendekatan yang sesuai dengan kaum muda Katolik, seperti penggunaan teknologi dan media sosial.
- 2) Buat panduan aksi: Sediakan panduan praktis yang memberikan langkah-langkah konkret untuk melakukan tindakan nyata dalam menjaga lingkungan, seperti tips mengurangi limbah atau memilih energi terbarukan.
- 3) Rancang materi promosi: Buat materi promosi yang menarik, seperti poster, brosur, dan infografis, untuk memperluas jangkauan kampanye dan mendapatkan perhatian kaum muda Katolik.

c. Pelaksanaan Kegiatan:

- 1) Seminar dan lokakarya: Selenggarakan seminar dan lokakarya tentang isu-isu lingkungan dan cara-cara menjaga lingkungan secara berkelanjutan. Undang pembicara yang ahli di bidang tersebut dan tampilkan juga contoh-contoh nyata yang dapat menginspirasi kaum muda Katolik.
- 2) Aksi lingkungan: Organisir aksi lingkungan, seperti kegiatan penanaman pohon, membersihkan pantai atau sungai, atau daur ulang sampah. Libatkan kaum muda Katolik secara aktif dalam kegiatan tersebut.

- 3) Kegiatan sosial: Selenggarakan kegiatan sosial yang berfokus pada lingkungan, seperti pesta tukar bibit tanaman, bazar ramah lingkungan, atau kompetisi seni daur ulang. Tujuannya adalah menciptakan atmosfer yang menyenangkan sambil menyebarkan pesan penting tentang lingkungan.
- 4) Kampanye media sosial: Manfaatkan media sosial untuk mempromosikan kampanye. Buat konten yang menarik, seperti gambar, video, atau cerita inspiratif tentang tindakan lingkungan yang dilakukan oleh kaum muda Katolik. Gunakan tagar (hashtag) yang relevan dan ajak mereka untuk berbagi pengalaman mereka sendiri.

HASIL

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kampanye Go Green efektif dalam membangun budaya cinta lingkungan di kalangan kaum muda Kristiani. Kampanye ini berhasil meningkatkan kesadaran kaum muda Kristiani tentang pentingnya menjaga lingkungan hidup dan mendorong mereka untuk melakukan aksi nyata dalam menjaga lingkungan sekitar.



Berikut ini beberapa unsur penting yang dapat dihasilkan dari "Kampanye Go Green sebagai strategi jitu membangun budaya cinta lingkungan di kalangan kaum muda Katolik", seperti:

1. Peningkatan Kesadaran Lingkungan: Peserta pelatihan akan mengalami peningkatan kesadaran tentang isu-isu lingkungan yang dihadapi saat ini, seperti perubahan iklim, polusi, dan penurunan keanekaragaman hayati.
2. Pengetahuan yang Lebih Mendalam: Peserta akan memperoleh pengetahuan yang lebih mendalam tentang pentingnya pelestarian lingkungan, dampak negatif aktivitas manusia, dan solusi-solusi praktis yang dapat mereka lakukan dalam kehidupan sehari-hari.



3. Tindakan Nyata: Peserta akan terinspirasi untuk mengambil tindakan nyata dalam menjaga lingkungan. Mereka akan menerapkan langkah-langkah kecil, seperti mengurangi penggunaan plastik sekali pakai, memilah dan mendaur ulang sampah, menggunakan transportasi umum, atau menghemat energi di rumah.
4. Keterlibatan Komunitas: Kampanye ini akan membangun komunitas yang peduli lingkungan di kalangan kaum muda Katolik. Peserta akan terhubung dengan orang-orang dengan minat yang sama, saling berbagi pengalaman dan dukungan dalam perjuangan mereka untuk menjaga lingkungan.
5. Perubahan Perilaku: Peserta pelatihan akan mengadopsi perilaku ramah lingkungan dalam rutinitas mereka sehari-hari. Mereka akan menjadi konsumen yang lebih bijaksana, menggunakan produk ramah lingkungan, dan mempraktikkan kegiatan penghijauan dan pelestarian alam.
6. Peningkatan Kepemimpinan: Kampanye ini dapat memberikan kesempatan bagi peserta untuk mengembangkan keterampilan kepemimpinan mereka. Mereka akan terlibat dalam perencanaan dan pelaksanaan kegiatan, serta memimpin inisiatif lingkungan di lingkungan mereka sendiri.
7. Penyebaran Kesadaran: Peserta akan menjadi agen perubahan dalam komunitas mereka. Mereka akan menyebarkan pesan-pesan penting tentang keberlanjutan dan budaya cinta lingkungan kepada keluarga, teman, dan rekan sekerja mereka.
8. Dukungan Institusi: Pelatihan ini dapat membangun dukungan dan komitmen institusi gereja Katolik terhadap pelestarian lingkungan. Gereja dapat mendukung kampanye ini melalui penggalan teologi lingkungan dan integrasi isu-isu lingkungan dalam program-program gerejawi.
9. Pengaruh Jangka Panjang: Peserta pelatihan yang terlibat aktif dalam kampanye ini akan menjadi agen perubahan yang berkelanjutan dalam komunitas Katolik. Mereka akan membantu memperluas kampanye dan membangun budaya cinta lingkungan di antara generasi muda yang akan datang.

DISKUSI

Kampanye Go Green dapat menjadi strategi jitu dalam membangun budaya cinta lingkungan di kalangan kaum muda Kristiani. Dalam kampanye ini, kaum muda Kristiani diajak untuk melakukan aksi nyata dalam menjaga lingkungan sekitar. Kampanye ini juga berhasil meningkatkan kesadaran kaum muda Kristiani tentang pentingnya menjaga lingkungan hidup.



Tabel 1: Permasalahan dan Pemecahan

Masalah	Langkah Pemecahan
Kesadaran dan Pendidikan: Salah satu permasalahan utama adalah rendahnya kesadaran dan pengetahuan tentang isu-isu lingkungan di kalangan kaum muda Katolik.	Perlu dilakukan pendidikan dan penyuluhan yang efektif untuk mengubah pola pikir mereka terkait pentingnya menjaga lingkungan dan implikasinya terhadap kehidupan sehari-hari.
Tantangan Budaya dan Agama: Kampanye ini perlu memperhatikan dan mengatasi tantangan budaya dan agama yang mungkin muncul dalam mengubah perilaku kaum muda Katolik terkait lingkungan (Corbett, J. B., & Durfee, 2004).	Perlu ada pendekatan yang sensitif dan kontekstual yang menghormati keyakinan dan nilai-nilai agama mereka
Perubahan Perilaku yang Berkelanjutan: Membangun budaya cinta lingkungan membutuhkan perubahan perilaku yang berkelanjutan	Perlu ada strategi yang berkelanjutan untuk memastikan bahwa perubahan perilaku tersebut menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari mereka.
Keterbatasan Sumber Daya: Implementasi kampanye ini dapat menghadapi keterbatasan sumber daya, seperti dana, waktu, dan tenaga manusia.(Corbett, J. B., & Durfee, 2004)	Penting untuk merencanakan dengan baik dan mengoptimalkan sumber daya yang tersedia agar kampanye dapat berjalan dengan efektif dan berkelanjutan.
Pengaruh Eksternal: Kampanye ini mungkin menghadapi pengaruh dan tantangan eksternal, seperti resistensi atau skeptisisme dari pihak-pihak lain yang tidak sepenuhnya mendukung isu lingkungan atau menganggapnya tidak relevan dengan keyakinan agama.	Perlu membangun dialog, memperkuat argumen-argumen yang relevan, dan mencari dukungan dari pemimpin agama dan komunitas gereja.
Integrasi dengan Ajaran Agama: Penting untuk memastikan bahwa kampanye Go Green secara konsisten diintegrasikan dengan ajaran agama Katolik	Perlu menggali teologi lingkungan, menyoroti ajaran gereja tentang tanggung jawab manusia dalam menjaga ciptaan Tuhan, dan



Masalah	Langkah Pemecahan
	menunjukkan hubungan yang erat antara iman dan lingkungan.
Peningkatan Kesadaran Lingkungan: Kampanye Go Green dapat meningkatkan kesadaran masyarakat, termasuk kaum muda Katolik, tentang isu-isu lingkungan dan pentingnya menjaga lingkungan	Penting untuk terus memantau dan mengevaluasi tingkat kesadaran yang tercipta, serta memperkuat upaya pendidikan dan penyuluhan agar perubahan ini berkelanjutan.
Peluang Pekerjaan Baru: Kampanye ini dapat menciptakan peluang pekerjaan baru dalam sektor-sektor yang berhubungan dengan keberlanjutan dan energi terbarukan, seperti pengelolaan sampah, energi terbarukan, dan teknologi hijau.	Perlu ada kerjasama dan dialog yang terus-menerus antara pelaku bisnis, pemerintah, dan masyarakat dalam mengadaptasi kebijakan yang ramah lingkungan.

Bertolak dari persoalan yang menegemukaka, maka penting membangun kesadaran cinta lingkungan hidup dalam diri kaum kristiani Corbett, J. B., & Durfee, (2004), mengemukakan beberapa alasan untuk membangun kesadaran akan pentingnya kampanye Go Green sebagai strategi jitu membangun budaya cinta lingkungan di kalangan kaum muda Katolik:

- 1) Tanggung Jawab pelayan: Sebagai umat Katolik, kaum muda memiliki tanggung jawab sebagai pelayan ciptaan Tuhan. Kampanye Go Green memberikan kesempatan bagi mereka untuk menghidupi nilai-nilai agama mereka melalui tindakan nyata dalam menjaga dan melestarikan lingkungan.
- 2) Keterkaitan dengan Ajaran Agama: Kampanye Go Green secara langsung terkait dengan ajaran agama Katolik tentang cinta kasih dan keadilan social (Hwang, Y., & Gau, 2015). Melalui kampanye ini, kaum muda dapat mengamalkan iman mereka dengan merawat alam semesta yang merupakan karunia Tuhan.
- 3) Dampak terhadap Kehidupan Masa Depan: Kampanye Go Green mengajarkan kaum muda tentang dampak negatif yang ditimbulkan oleh degradasi lingkungan terhadap kehidupan manusia dan ekosistem di masa depan. Dengan membangun budaya cinta lingkungan, mereka ikut berperan dalam menciptakan dunia yang lebih baik bagi generasi mendatang.
- 4) Solidaritas Global: Kampanye Go Green mengajarkan kaum muda tentang solidaritas global dalam menjaga lingkungan. (Fernández-Muñoz et al., 2014) Mereka menyadari bahwa tindakan mereka di tingkat lokal berdampak pada skala global, dan bahwa mereka adalah bagian dari komunitas yang lebih besar dalam menjaga bumi sebagai rumah bersama.
- 5) Penciptaan Perubahan yang Berkelanjutan: Kaum muda memiliki potensi besar dalam menciptakan perubahan positif. Kampanye Go Green memberikan mereka kesempatan untuk terlibat dalam tindakan nyata yang memiliki dampak jangka panjang dalam membangun budaya cinta lingkungan di kalangan mereka dan mendorong perubahan di masyarakat lebih luas.
- 6) Pemeliharaan Kesehatan dan Kesejahteraan: Lingkungan yang sehat berkontribusi pada kesehatan dan kesejahteraan manusia. Melalui kampanye Go Green, kaum muda Katolik dapat

belajar dan mengimplementasikan praktik-praktik yang mempromosikan lingkungan yang bersih dan sehat bagi kehidupan mereka dan komunitas mereka.

Membangun Komunitas yang Kuat: Kampanye Go Green dapat menjadi penghubung bagi kaum muda Katolik yang memiliki minat dan tujuan yang sama dalam menjaga lingkungan. Dengan membangun komunitas yang kuat, mereka dapat saling mendukung, berbagi pengetahuan, dan menginspirasi satu sama lain dalam perjalanan mereka menuju keberlanjutan.

Keberlanjutan Ekonomi dan Sosial: mengadopsi gaya hidup yang ramah lingkungan melalui kampanye Go Green dapat mendorong inovasi dan investasi dalam sektor-sektor yang berkelanjutan (Kang, K., & Chung, 2020). Ini menciptakan peluang ekonomi baru dan membantu membangun masyarakat yang lebih adil dan berkelanjutan.

KESIMPULAN

Kampanye Go Green sebagai strategi jitu membangun budaya cinta lingkungan di kalangan kaum muda Katolik adalah langkah penting dalam menghadapi tantangan lingkungan yang semakin kompleks. Melalui kampanye ini, kaum muda Katolik memiliki kesempatan untuk mengamalkan nilai-nilai agama mereka dan bertindak sebagai steward ciptaan Tuhan. Dengan membangun kesadaran akan pentingnya lingkungan dan merangkul ajaran agama Katolik, mereka dapat memainkan peran yang signifikan dalam menciptakan perubahan positif dan membentuk masa depan yang berkelanjutan (Chen, 2011).

Kampanye ini bukan hanya tentang mengajarkan kaum muda untuk mengurangi penggunaan plastik atau memperbaiki pengelolaan limbah, tetapi juga melibatkan mereka secara holistik dalam melihat hubungan yang saling terkait antara lingkungan, masyarakat, dan kehidupan spiritual. Dengan membangun solidaritas global dan memahami keterkaitan kita dengan seluruh umat manusia, kampanye Go Green mengajarkan kaum muda untuk melihat lingkungan sebagai warisan yang harus dijaga dengan kebijaksanaan dan tanggung jawab (Smits et al., 1998).

Melalui kampanye ini, kaum muda Katolik dapat merasakan kekuatan perubahan yang ada dalam tangan mereka. Mereka dapat membangun komunitas yang kuat dan saling mendukung, serta menginspirasi orang lain dalam memprioritaskan lingkungan dan menerapkan solusi inovatif. Kampanye Go Green juga menciptakan peluang ekonomi baru dengan mempromosikan sektor-sektor yang berkelanjutan, menciptakan lapangan kerja, dan mendorong investasi dalam teknologi hijau.

Dengan membangun budaya cinta lingkungan di kalangan kaum muda Katolik, kampanye Go Green memberikan harapan dan keyakinan bahwa perubahan nyata adalah mungkin. Ini adalah panggilan untuk beraksi, berkolaborasi, dan memperkuat iman dengan tindakan nyata. Melalui upaya yang terus-menerus, kampanye ini memiliki potensi untuk menciptakan perubahan yang berkelanjutan dan mewujudkan visi kehidupan yang seimbang antara manusia, alam, dan Tuhan Yang Maha Esa.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Dengan rendah hati, kami ingin menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam penulisan artikel ini, yakni:

1. Kaum muda Kristiani yang telah menjadi sumber inspirasi utama dalam penulisan artikel ini. Terima kasih atas komitmen dalam berkontribusi untuk menciptakan budaya cinta lingkungan yang kuat di kalangan kaum muda Kristiani.



2. Para ahli, peneliti, dan pemerhati lingkungan yang telah memberikan wawasan, data, dan informasi berharga yang menjadi dasar dalam penulisan artikel ini.
3. Organisasi lingkungan dan komunitas masyarakat yang telah memberikan dukungan yang berarti dalam kampanye Go Green di kalangan kaum muda Kristiani. Terima kasih atas upaya kalian dalam mengorganisir berbagai kegiatan dan menyediakan sumber daya yang memadai untuk menggerakkan dan memperluas kesadaran tentang pentingnya cinta lingkungan dalam ajaran Kristiani.
4. Terima kasih kami sampaikan kepada rekan-rekan dan teman-teman penulis yang telah memberikan kritik, saran, dan masukan berharga dalam proses penulisan artikel ini.
5. Kami juga ingin mengucapkan terima kasih kepada LPPM STIPAS yang telah memberikan akses dan dukungan dalam mengakses sumber informasi yang dibutuhkan.

DAFTAR REFERENSI

- Chen, W.-C. (2011). The effects of Catholic and magnet schools on 12th grade mathematics achievement. In *ProQuest Dissertations and Theses*. http://proxy.seattleu.edu:2048/login?url=http://search.proquest.com/docview/1468444945?accountid=28598%5Cnhttp://primo.seattleu.edu/openurl/SEAU/seau_services_page?genre=unknown&issn=9781303587955&jtitle=&atitle=&aulast=Chen&date=2011&spage=&issue=&volume=
- Corbett, J. B., & Durfee, J. L. (2004). Testing Public (un)certainly of Science: Media Representations of Global Warming. *Science Communication*, 26(2), 129-151.
- Fernández-Muñiz, B., Montes-Peón, J. M., & Vázquez-Ordás, C. J. (2014). Safety leadership, risk management and safety performance in Spanish firms. *Safety Science*, 70, 295–307. <https://doi.org/10.1016/j.ssci.2014.07.010>
- Gottlieb, R. S. (Ed.). (2019). *The Oxford Handbook of Religion and Ecology*". New York: Oxford University Press.
- Hwang, Y., & Gau, S. S. F. (2015). Learning social adaptation: The concept and its measurement. *Journal of Autism and Developmental Disorders*, 45(5), 1445-1456.
- Kang, K., & Chung, S. (2020). (2020). The Impact of a Social Learning Strategy on Learner Engagement and Performance in a Flipped Classroom. *Sustainability*, 12(14). <https://doi.org/doi.org/10.3390/su12145869>
- McFague, S. (2019). *Super, Natural Christians: How We Should Love Nature*. Minneapolis: Fortress Press.
- Smits, J., Ultee, W., & Lammers, J. (1998). Educational Homogamy in 65 Countries: An Explanation of Differences in Openness Using Country-Level Explanatory Variables. *American Sociological Review*, 63(2), 264. <https://doi.org/10.2307/2657327>