

Berdaya dengan Media Digital : PANDAWARA Group Mengkampanyekan Kebersihan Lingkungan Melalui Tik-Tok

Ilham Sukmono^{1✉}, Ana Kuswanti², Munadhil Abdul Muqsith³

^{1, 2, 3} Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional
"Veteran" Jakarta, Indonesia

Informasi Artikel

Riwayat Artikel

Diserahkan : 11-07-2024

Direvisi : 20-07-2024

Diterima : 27-07-2024

Kata Kunci:

Kebersihan lingkungan;
Keberlanjutan; Media
baru; Pandawara Group

Keywords :

*Environmental cleanliness,
New media, Pandawara
Group, Sustainability*

ABSTRAK

Kebiasaan membuang sampah sembarangan seolah sudah menjadi budaya dalam masyarakat. Penelitian ini akan menganalisa peran dan pendekatan Pandawara Group dalam menggunakan media baru untuk mendorong dan mengkampanyekan kebersihan lingkungan dengan menggunakan media sosial terutama TikTok. Penelitian ini menekankan manfaat kampanye tersebut terhadap kesadaran masyarakat dan perubahan perilaku dalam menjaga kebersihan lingkungan terutama Sungai dan Pantai melalui analisis konten media sosial mereka. Penemuan dari penelitian ini memberikan pemahaman yang penting tentang seberapa efektif media baru dalam membantu upaya keberlanjutan dan menjaga lingkungan yang lebih bersih dan sehat.

ABSTRACT

The habit of disposing of garbage in vain seems to have become a culture in society. The research will analyze the role and approach of the Pandawara Group in using new media to encourage and campaign environmental hygiene using social media especially TikTok. The research emphasizes the benefits of such campaigns to public awareness and behavioural change in keeping the environment clean especially River and Coast through the analysis of their social media content. The findings of this research are that it provides an important understanding of how effective new media are in helping sustainability efforts andining a cleaner and healthier environment.

Corresponding Author :

Ilham Sukmono

Magister Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, UPN Veteran Jakarta, Indonesia

Jalan RS. Fatmawati Raya, Pondok Labu, Cilandak, South Jakarta City, Jakarta 12450

[\(021\) 7656971](tel:0217656971)

Email: 2310422017@mahasiswaupnvj.ac.id

PENDAHULUAN

Persoalan tentang sampah berkembang menjadi salah satu masalah lingkungan yang paling penting di Indonesia. Jumlah sampah terus meningkat sebagai akibat dari pertumbuhan populasi yang cepat, peningkatan urbanisasi, dan peningkatan konsumsi masyarakat. Pengelolaan sampah yang buruk di banyak tempat menyebabkan sampah menumpuk di tempat-tempat tidak seharusnya. Sampah yang dibuang secara sembarangan atau tidak dikelola dengan baik dapat mencemari lingkungan, merusak ekosistem air, dan mengganggu kehidupan manusia serta hewan yang bergantung pada air.

Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup mengatur lingkungan hidup dengan tujuan melindungi dan mengelola

lingkungan hidup secara menyeluruh dan berkelanjutan dengan tujuan menciptakan keharmonisan antara manusia dan lingkungannya. Undang-undang ini mencakup berbagai aspek, seperti pengelolaan sumber daya alam, pencegahan dan kerusakan lingkungan, dan penegakkan hukum. Selain itu, pelanggaran yang berdampak buruk pada lingkungan memiliki konsekuensi administratif, pidana, dan perdata. Namun, karena korupsi dan ketidakjelasan sistem hukum, penegakan hukum lingkungan menjadi tidak efektif. Karena pelanggaran seringkali tidak ditindaklanjuti dengan tegas, masyarakat sering menganggap aturan lingkungan hidup tidak memiliki kekuatan (Nisa & Suharno, 2020).

Sungai memainkan peranan penting dalam kehidupan masyarakat Indonesia. Sungai mereka memberikan air untuk berbagai keperluan seperti mandi, mencuci, dan memasak. Namun, tujuan sungai sebagai sumber daya penting telah berubah menjadi tempat pembuangan limbah domestik dan industri seiring dengan perkembangan kota dan penduduk (SUNGAI Jihan ayu alip pristananda STIKes Surya Mitra Husada, n.d.) Meskipun telah dilakukan upaya untuk meningkatkan kesadaran akan pentingnya menjaga kebersihan sungai, keyakinan orang Indonesia tentang sungai sebagai tempat pembuangan sampah masih menjadi masalah yang persisten. Padahal air yang tercemar dapat menyebabkan gatal pada kulit atau masalah pencernaan jika terminum dan dapat menyebabkan masalah lebih lanjut jika mengandung B3 (Bahan Bahan Berbahaya). Tanah yang tercemar juga dapat mencemari sumber air di sekitarnya (Ramadhan, n.d.).

Karena berpengaruh terhadap berbagai aspek kehidupan masyarakat di kota-kota besar, sampah dianggap sebagai masalah kultural (Mohamad Mulyadin et al., 2018). Selain itu, perspektif masyarakat tentang sungai sebagai tempat pembuangan sampah dipengaruhi oleh alasan ekonomi dan kebutuhan akan ruang tambahan. Akibatnya, pemerintah dan masyarakat itu sendiri harus melakukan upaya yang lebih besar dan berkelanjutan untuk mengubah pandangan ini dan mendorong praktik pengelolaan sampah yang lebih berkelanjutan. Pelestarian lingkungan harus melibatkan negara dan masyarakat. Menurut Purwo Santoso (2003:73-74) dalam (Baidawi & Dewi, n.d.), ada beberapa indikator yang harus digunakan untuk menilai upaya penyelenggaraan pemerintahan yang baik agar konsep *Good Environmental Governance* dapat diterapkan. Daya tanggap (respon) terhadap aspirasi dan dinamika lingkungan adalah indikator yang paling penting.

Tujuan utama dari penelitian berjudul "Berdaya dengan Media Digital: PANDAWARA Group Mengkampanyekan Kebersihan Lingkungan Melalui Tik-Tok" adalah untuk menganalisis dan memahami seberapa efektif kampanye kebersihan lingkungan Pandawara Group yang dilakukan melalui media sosial, khususnya Tik-Tok, dalam meningkatkan kesadaran masyarakat tentang kebersihan lingkungan dan mendorong mereka untuk berpartisipasi aktif dalam kegiatan kebersihan. Selain itu, tujuan penelitian ini adalah untuk menemukan bagaimana penggunaan media digital dapat memengaruhi pandangan dan tindakan masyarakat tentang kebersihan lingkungan, khususnya di sungai dan pantai.

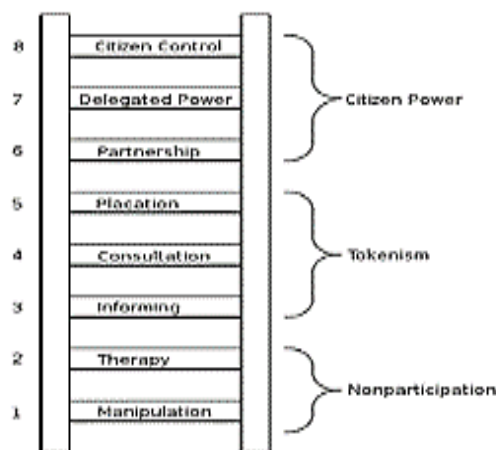
METODE PENELITIAN

Kombinasi studi kasus dan analisis dokumen dan konten di media sosial TIKTOK Group Pandawara dapat memberikan pemahaman yang cukup mendalam tentang dedikasi dan aktivitas Komunitas Pandawara dalam membantu membangun lingkungan yang lebih bersih. Studi kasus akan memungkinkan peneliti untuk menyelidiki kegiatan dan partisipasi anggota komunitas, sementara analisis dokumen dan konten di media sosial akan memberikan wawasan tentang tujuan, strategi, dan dampak dari kampanye.

Penelitian ini akan menyelidiki komitmen Pandawara Group untuk membantu membangun lingkungan yang lebih bersih. Penelitian akan melihat konsep dan teori seperti Teori Keterlibatan Komunitas, sebuah teori yang dikemukakan oleh Sherry R. Arnstein dalam artikelnya yang berjudul "*A Ladder of Citizen Participation*" yang diterbitkan pada tahun 1969. Konsep ini digunakan untuk memahami dan mengevaluasi tingkat partisipasi masyarakat dalam proses

pengambilan keputusan public (Indriani et al., 2021). Teori ini sangat relevan dengan gerakan pembersihan pantai Pandawara Group. Pandawara Group melibatkan masyarakat secara langsung dalam upaya pembersihan pantai, baik melalui partisipasi langsung dalam kegiatan membersihkan pantai maupun melalui penggunaan media sosial untuk mendorong lebih banyak orang untuk bergabung. dalam mengkampanyekan kebersihan lingkungan melalui media baru, Strategi yang tepat, seperti penggunaan konten visual yang kuat dan emosional, narasi yang asli dan inspiratif, dan kolaborasi dengan influencer untuk meningkatkan jangkauan pesan, meningkatkan keberhasilan kampanye kebersihan lingkungan Pandawara Group melalui media sosial. Menurut Pratiwi (2016) dalam (Rizky Amarta & Anwar, 2023), Pemilihan strategi yang tepat sangat penting untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Mengelola media sosial harus menerima komentar dan pendapat penonton untuk membuat konten yang menarik bagi masyarakat.

Mereka juga memanfaatkan partisipasi aktif masyarakat dengan mengundang mereka untuk terlibat langsung dalam kegiatan pembersihan, menjaga konsistensi dalam penyampaian pesan. Teori Partisipasi Masyarakat oleh Sherry R. Arnstein membahas konsep "tangga partisipasi", yang terdiri dari delapan tingkat partisipasi masyarakat dalam pengambilan keputusan, mulai dari tingkat partisipasi yang rendah dan hanya simbolis hingga tingkat partisipasi yang lebih besar dan berdampak nyata (Dewi et al., 2019). Menurut Konsep Tangga Arnstein tersebut, keberhasilan partisipasi masyarakat mendukung program pembangunan ketika partisipasi mencapai tingkat kolaborasi atau lebih tinggi. Pada tingkat kolaborasi ini, masyarakat secara aktif terlibat dengan pihak berwenang dalam perencanaan dan pelaksanaan proyek pembangunan, memiliki suara yang signifikan dalam pengambilan keputusan, dan berkontribusi pada proses evaluasi. Tingkat ini menunjukkan hubungan yang seimbang antara masyarakat dan pemerintah atau pihak yang berwenang; mereka bekerja sama untuk membuat keputusan dan membagi tanggung jawab. Dalam situasi ini, masyarakat tidak hanya diberikan informasi atau konsultasi; mereka juga bertanggung jawab secara signifikan atas hasil program pembangunan.



Gambar 1. Tangga Arnstein

Sumber : https://www.researchgate.net/figure/Gambar-2-Tangga-Partisipasi-Arnstein-1969-Kedua-Anak-Tangga-Terbawah-Manipulation-Dan_fig1_299980366, n.d.

Tangga Arnstein menunjukkan delapan tingkat partisipasi publik, mulai dari manipulasi hingga kontrol warga penuh. Dalam penelitian ini, konsep tersebut membantu mengevaluasi bagaimana kampanye media sosial oleh Pandawara Group berhasil mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam menjaga kebersihan lingkungan, terutama melalui platform TikTok. Tingkat partisipasi ini

berkisar dari mendapatkan informasi dan konsultasi hingga berkolaborasi secara aktif dan mengambil alih kegiatan pembersihan lingkungan, menunjukkan seberapa efektif kampanye digital dalam meningkatkan kesadaran dan ketekunan masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Viralitas Aksi Pandawara di Media Sosial

Pandawara sering menjadi topik diskusi dan trending topik di sosial media karena tindakan heroik mereka dalam membersihkan sampah,. Dokumentasi tindakan ini sering diposting di akun sosial media TikTok. Sejak pertengahan tahun 2022 lalu, kelima pemuda asal Bandung ini bergabung dengan Grup Pandawara. Mereka awalnya mengenal satu sama lain melalui kelompok teman sekolah di sekolah menengah atas. Namun, terbentuknya Pandawara adalah hasil dari keresahan tentang sampah yang menumpuk pada aliran sungai yang sering menyebabkan banjir (<https://www.detik.com/Jabar/Jabar-Gaskeun/d-6968906/Profil-Dan-Awal-Terbentuknya-Pandawara-Group>, n.d.)

Salah satu aksi yang viral di media sosial adalah saat Pandawara Group melakukan pembersihan Pantai Sukaraja, Lampung. Pantai ini dianggap sebagai pantai terkotor nomor dua di Indonesia. Berikut ini adalah satu ajakan Pandawara Group di akun Tik-Tok mereka @pandawaragroup dan respon Masyarakat Lampung pada khususnya dan Masyarakat Indonesia secara luas dalam kolom komentar :



Gambar 2. Postingan dan komentar di akun Tik-Tok @pandawaragroup

sumber : TikTok @pandawaragroup

“ Warga Lampung mohon maaf, tanpa mengurangi rasa hormat, Pantai terkotor nomor dua ada di Kota kalian. Dicari seribu orang warga Lampung untuk mengurangi sampah di daerah ini. Untuk warga Lampung Let's join the Party. Untuk kegiatan bersih-bersih akan dilakukan hari Senin (10/7/2023) dimulai pukul 07.00 “

Kampanye tersebut berhasil menarik perhatian publik dan menjadi viral di media sosial berkat kerja sama antara anggota Pandawara Group dan masyarakat lokal. Sebanyak 4,8 juta likes dan 40.380 komentar yang masuk menunjukkan atensi Masyarakat yang sangat tinggi akan aksi yang mereka lakukan. Gambar dan video yang diunggah oleh Pandawara Group menunjukkan kerja keras para relawan dalam membersihkan sampah plastik dan limbah lainnya dari pantai. Dukungan dan apresiasi masyarakat lokal dan nasional muncul sebagai hasil dari keberhasilan kampanye ini. Fenomena ini terjadi karena beberapa alasan yang saling berkaitan. Media sosial memiliki manfaat karena memungkinkan kita untuk berhubungan dengan lebih banyak orang,

memperluas hubungan, membuat ekspresi diri lebih mudah, membuat waktu dan jarak tidak lagi menjadi hambatan, dan menyebarkan informasi dengan cepat, hemat biaya, dan lebih murah (Anggraini et al., n.d.).

Pandawara Group telah berhasil menarik perhatian publik dengan strategis menggunakan media sosial. Media sosial sangat baik untuk menyebarkan pesan secara cepat (Kustiawan, Nurlita, et al., n.d.). Penonton sangat dipengaruhi oleh gambar dan video yang menampilkan kondisi pantai sebelum dan sesudah pembersihan. Melihat tumpukan sampah yang mengotori pantai dan kemudian melihat upaya keras para relawan untuk membersihkannya membuat Anda kagum. Dampak visual ini membuat masalah lingkungan yang seringkali dianggap abstrak menjadi nyata dan mendesak bagi banyak orang. Selain itu, pandangan yang konkret tentang hasil kerja relawan memberi bukti nyata tentang manfaat dari inisiatif tersebut, mendorong lebih banyak orang untuk terlibat dan mendukungnya.

Kisah tentang relawan yang tanpa pamrih membersihkan pantai dari sampah memberikan teladan yang baik yang dapat menginspirasi orang lain dan komunitas. Testimoni dan kisah langsung dari relawan meningkatkan keaslian dan kredibilitas kampanye. Kebersamaan dan solidaritas juga memengaruhi dukungan dari masyarakat lokal dan nasional. Melihat orang lain berjuang untuk hal-hal baik mendorong orang lain untuk membantu, baik melalui dukungan moral, uang, atau partisipasi langsung dalam kegiatan. Mereka berhasil menyampaikan berbagai pesan secara efektif kepada masyarakat dan mendorong mereka untuk terus meningkatkan kesadaran akan menjaga kelestarian lingkungan. Pandawara juga selalu mengingatkan bahwa kebersihan adalah tanggung jawab semua orang untuk menciptakan lingkungan yang bersih dan bebas sampah (Wahyuni et al., 2023).



Gambar 3. Postingan setelah Pantai di bersihkan dan komentar apresiasi warganet

Sumber : Tik-Tok @pandawaragroup

Aksi Pandawara Group ini tidak hanya di Lampung saja. Masifnya berita tentang mereka di sosial media membuat Masyarakat di seluruh penjuru Indonesia terbuka matanya dan akhirnya ikut berpartisipasi dengan Gerakan ini. Selaras dengan teori keterlibatan masyarakat bahwa Masyarakat diberikam kesempatan untuk merasa memiliki tanggung jawab atas kebersihan lingkungan mereka. Mereka melakukan ini dengan berpartisipasi aktif dalam kegiatan pembersihan dan menjadi lebih terlibat dalam pengambilan keputusan tentang upaya pelestarian lingkungan. Dengan demikian, keterlibatan masyarakat memperkuat dan memperluas dampak gerakan ini karena masyarakat merasa memiliki peran yang harus mereka mainkan (Keterlibatan Masyarakat dalam Program Pembangunan Askar et al., 2019).

Dalam konteks kampanye kebersihan lingkungan Pandawara Group yang dilakukan melalui media digital TikTok, konsep Tangga Arnstein dapat digunakan untuk menggambarkan tingkat partisipasi masyarakat dalam proses pengambilan keputusan publik:

a. Tahapan Konsultasi

Pandawara Group memberikan ruang bagi public untuk berpartisipasi dengan memberikan masukan atau tanggapan melalui kolom komentar di TikTok, misalnya dengan mengajukan pertanyaan, mengadakan polling , atau merespon komentar, maka kampanye tersebut bisa dikategorikan sebagai Tingkat konsultasi.

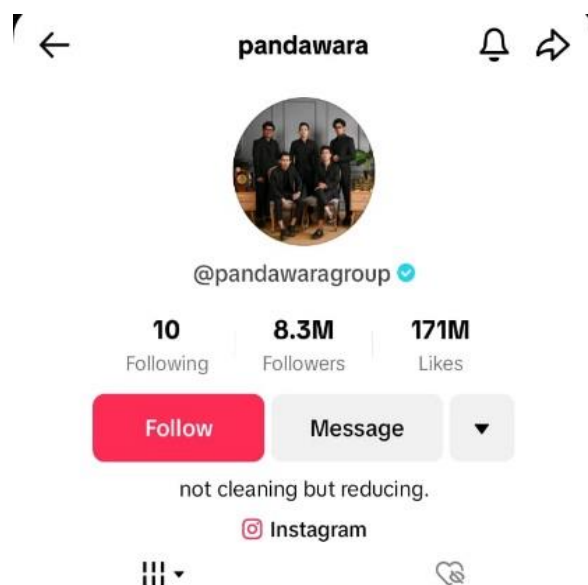
b. Tahapan Kolaborasi

Pandawara Group melibatkan Masyarakat secara aktif dalam proses kampanye, misalnya dengan mengajak untuk berkolaborasi dalam pembuatan konten, merencanakan kegiatan, atau menyebarkan pesan kampanye. Hal ini bisa dikatakan bahwa tingkatnya ada dalam Tingkat kolaborasi.

Dampak dan efektivitas Kampanye Pandawara melalui media digital Tik-Tok

TikTok adalah salah satu platform media sosial paling populer di dunia, yang membawa gelombang inovasi dalam video pendek yang kreatif dan kaya akan edukasi. Aksi baik mereka kemudian diupload dalam video tersebut, yang kemudian berakhir viral karena banyak orang yang memuji dan mendukung tindakan baik mereka. Pandawara Group memanfaatkan kekuatan teknologi ini untuk membagikan aksinya pada masyarakat luas. TikTok telah menjadi peran penting bagi Pandawara Group dalam mengkampanyekan kebersihan lingkungan dan menyebarkan pesannya ke khalayak luas. Kelima pemuda ini melakukan tindakan yang menarik perhatian orang di seluruh dunia menjaga ekosistem laut dan sungai tetap bersih (Shabrina et al., n.d.).

Pandawara Group memiliki 8,3 juta pengikut di TikTok dan dapat menjadi pemimpin dalam kampanye peduli lingkungan. Mereka dapat menyebarkan pesan tentang pentingnya kebersihan lingkungan dengan banyak pengikut. Video yang menarik dan menginspirasi tentang transformasi pembersihan pantai adalah contoh konten yang dapat menjadi viral dengan cepat dan menarik perhatian publik secara besar-besaran. Pandawara dapat dengan lebih efektif menjangkau banyak orang, termasuk generasi muda yang aktif di media sosial, dengan kekuatan ini untuk meningkatkan kesadaran dan edukasi tentang masalah lingkungan.



Gambar 4. Akun TikTok Pandawara Group

Sumber : Akun Tiktok @pandawara

Selain itu, interaksi langsung dengan pengikut melalui tantangan (*challenges*), *live streaming*, dan komentar dapat meningkatkan keterlibatan dan komunitas. Pengikut dapat dimotivasi untuk

meningkatkan pengaruh kampanye dengan berpartisipasi dalam tindakan nyata seperti membersihkan lingkungan tempat tinggal mereka. Kolaborasi dengan *influencer* lain di TikTok juga dapat membantu kampanye ini menyebar dan mendapatkan lebih banyak perhatian. Pandawara Group memiliki kemampuan untuk memanfaatkan media sosial secara efektif untuk mendorong jutaan orang untuk menunjukkan kepedulian dan bertindak nyata untuk menjaga kebersihan dan kelestarian lingkungan, menciptakan perubahan besar di seluruh Indonesia.

TikTok, dari sudut pandang media baru, memiliki potensi yang luar biasa sebagai platform yang efektif untuk menyebarkan pesan atau program ke *audiens* yang luas, terutama generasi muda, yang merupakan pengguna utama *platform*. Banyak orang atau komunitas memilih TikTok sebagai media propaganda karena banyaknya fitur yang ditawarkannya, termasuk jangkauan audiens, format konten, interaksi, dan kemampuan untuk menyesuaikan diri dengan tren dan budaya populer (*Jurnal Komunikasi Nusantara*, n.d.).

TikTok memiliki audiens yang luas yang terdiri dari berbagai kelompok usia, terutama generasi muda, sehingga banyak orang atau komunitas memilihnya sebagai media propaganda pesan atau program. Dengan jumlah pengguna yang mencapai jutaan bahkan miliaran orang di seluruh dunia, pesan atau program yang disebarkan di *platform* ini dapat mencapai audiens yang lebih besar daripada media konvensional. TikTok juga menawarkan fitur kreatif yang memungkinkan pengguna menyampaikan pesan atau program dengan cara yang menarik dan inovatif, seperti video pendek, musik, filter, dan efek visual. Ini membantu pesan menarik perhatian dan diingat oleh pengguna (Ayu Aqillah et al., 2024).

Selain itu, dengan fitur like, komentar, dan berbagi, TikTok mendorong interaksi dan keterlibatan pengguna. Melalui efek viral, hal ini memungkinkan interaksi langsung antara pembuat konten dan audiensnya, dan memungkinkan pengguna untuk memperluas jangkauan pesan atau program mereka. TikTok tidak hanya menjadi media untuk menyebarkan pesan atau program, tetapi juga menjadi tempat di mana pengguna aktif membuat dan menyebarkan konten propaganda. Ini membuat platform ini sangat menarik dari sudut pandang media baru untuk propaganda. (Sutrisni, n.d.)

TikTok memiliki lebih dari 100 juta unduhan aplikasi. Data ini diperoleh dari salah satu situs yang dapat digunakan untuk mengunduh aplikasi, Playstore. Aplikasi ini menerima nilai tertinggi 5, sementara nilai rata-ratanya adalah 4,4. Sebuah laporan dari riset pasar aplikasi mobile sensor tower tahun 2020 menunjukkan peningkatan 21.4% dari tahun sebelumnya. Selain itu, Indonesia adalah negara keempat dengan pengguna aplikasi TikTok terbanyak (2020), diikuti oleh Amerika Serikat dengan 8,5% dan 9.7% masing-masing. Ini berdasarkan keterangan resmi yang diberikan oleh analis Mobile Insights, Julia Chan. Banyak faktor menarik jelas berkontribusi pada peningkatan jumlah pengguna aplikasi TikTok di Indonesia (Ma'una et al., 2021).

Sebagian orang di Indonesia melihat sungai dan laut sebagai tempat sampah menunjukkan realitas sosial yang rumit yang berakar dalam budaya dan cara berpikir kolektif. Teori kultivasi dalam studi komunikasi massa dapat digunakan untuk menganalisis fenomena ini. Teori ini berpendapat bahwa persepsi dan realitas sosial individu dapat dipengaruhi oleh paparan terus-menerus terhadap pesan yang ditemukan dalam media massa (Program et al., 2018). Media di Indonesia sering memberikan gambaran bahwa sungai dan laut adalah tempat pembuangan sampah yang dapat diterima, baik secara langsung melalui liputan berita maupun secara tidak langsung melalui cerita budaya yang telah ditanamkan dalam masyarakat. Berulang kali mendengar cerita ini dapat membangun keyakinan yang salah bahwa membuang sampah ke sungai atau laut adalah hal yang wajar dan tidak memiliki dampak yang terlalu buruk.

Paradigma ini juga mencerminkan infrastruktur dan kondisi sosio-ekonomi yang terbatas di banyak wilayah Indonesia. Masyarakat mungkin lebih senang membuang sampah ke sungai atau laut karena tidak ada fasilitas pengelolaan sampah yang memadai serta kurangnya kesadaran lingkungan. Dalam teori teori kultivasi, paradigma ini juga dapat dianggap sebagai produk dari konstruksi realitas sosial yang dipengaruhi oleh paparan media serta elemen struktural seperti pendidikan, akses terhadap informasi, dan keadaan. Untuk mengubah paradigma ini bukan hal

yang mudah, diperlukan komunikasi yang luas dan terintegrasi yang melibatkan pemerintah, masyarakat, dan media massa

Tindakan anak-anak muda yang tergabung dalam Pandawara Grup menginspirasi anak-anak muda lain untuk peduli juga dengan kebersihan lingkungan sekitar dengan membentuk komunitas-komunitas peduli lingkungan. Komunitas yang terbentuk dan tersebar di beberapa daerah antara lain;

1. Superhero Kebersihan

Pahlawan fiksi seperti *Batman*, *Ironman*, *Hulk*, *Spiderman*, dan *Ultraman* dikenal karena menghentikan kejahatan. Tetapi di Kabupaten Karawang, Jawa Barat, mereka dikenal sebagai Superhero Kebersihan. Mereka menjadi viral melalui konten yang menampilkan kegiatan sosial, seperti membersihkan saluran air dan tempat-tempat ibadah. Mereka mengatakan bahwa mereka terinspirasi oleh Pandawara Group untuk mengajak masyarakat lingkungan melalui media sosial. Sebuah kelompok pencipta konten yang dikenal sebagai Pandawara Group dianggap menginspirasi mereka. (<https://www.pikiran-rakyat.com/Jawa-Barat/Pr-016077765/Superhero-Kebersihan-Dari-Karawang-Pembasmi-Sampah-Bertopeng-Pahlawan-Super?Page=all>, n.d.)

2. Street Ant

Kelompok remaja ini adalah *Street Ant*. Mereka menyebarluaskan video aksi mereka membersihkan sampah di pantai Jakarta Utara (Jakut) di media sosial. Nama *Street Ant* mengangkut sampah di pantai sekitar PLTU Pluit, Jakut. Mereka mengangkut berbagai sampah di tempat tersebut. (<https://news.detik.com/berita/d-6512048/terinspirasi-pandawara-anak-anak-muda-ini-singkirkan-sampah-pantai-jakut>, n.d.)

3. Bumantara Team

Bumantara Team adalah kelompok pemuda yang peduli dengan lingkungan dan didirikan di Medan pada 29 Januari 2023. Keberhasilan Grup Pandawara untuk meningkatkan kesadaran akan lingkungan di Pulau Jawa telah memberikan inspirasi bagi banyak pemuda di Medan. Untuk mencegah banjir, Ali Ridho dan empat temannya membersihkan gorong-gorong, sungai, dan saluran air yang tersumbat. (<https://daaitv.co.id/DAAI-WP/Bumantara-Team-Jadi-Kelompok-Pemuda-Peduli-Lingkungan-Di-Medan-Mirip-Pandawara/>, n.d.)

Hal ini tentu saja menggambarkan bahwa media sosial dalam hal ini Tik-Tok cukup efektif dalam mempengaruhi dan menginspirasi generasi muda. Ini terjadi karena empat alasan utama. TikTok menjadi media yang sangat efektif dalam mempengaruhi kaum muda untuk peduli terhadap kebersihan lingkungan. Pertama, "jangkauan luas" TikTok, yang memiliki jutaan pengguna muda yang aktif, memungkinkan pesan lingkungan menyebar dengan cepat. Kedua, "konten kreatif dan inspiratif" dalam format video pendek menarik perhatian dan mendorong tindakan. Ketiga, "interaktivitas tinggi" yang ditawarkan TikTok melalui fitur tantangan, komentar, dan berbagi video membentuk komunitas aktif dan peduli. Keempat, algoritma efektif yang digunakan oleh TikTok untuk menampilkan konten yang relevan dan menarik meningkatkan kemungkinan video viral. (Kustiawan, Ma, et al., n.d.).

Pandawara Group memanfaatkan teknologi baru untuk mendukung kampanye mereka. Dengan mengikuti kemajuan dalam teknologi media, mereka dapat menggunakan berbagai platform media sosial, alat analitik, dan teknologi lainnya untuk meningkatkan visibilitas, keterlibatan, dan pengaruh kampanye mereka. Teknologi ini juga dapat membantu mereka mengumpulkan data dan menganalisis informasi untuk merancang strategi yang lebih efektif dalam menyampaikan pesan-pesan kebersihan lingkungan. Teknologi informasi dan komunikasi ini mencakup semua aspek, termasuk teknik rekayasa dan penegelolaan informasi. Hal ini digunakan untuk mengendalikan, memproses, dan menggunakan informasi karena globalisasi dan kebutuhan akan komunikasi yang cepat (Wirany et al., 2022).

KESIMPULAN

Studi ini menemukan bahwa kampanye kebersihan lingkungan Pandawara Group di media baru, terutama media sosial terutama TikTok, telah berhasil meningkatkan kesadaran masyarakat. Pandawara Group berhasil menarik perhatian publik dan mendorong partisipasi aktif dalam kegiatan pembersihan lingkungan melalui inovasi dan dedikasi mereka untuk menyampaikan pesan lingkungan. Munculnya respons yang positif, baik dalam bentuk dukungan di media sosial maupun partisipasi langsung dalam kegiatan pembersihan Pantai dan aliran sungai, menunjukkan bahwa kampanye tersebut telah mengubah perspektif dan kebiasaan masyarakat tentang kebersihan lingkungan. Pandawara Group juga menerapkan strategi sosiokultural dalam kampanye lingkungan mereka, memahami dan menghargai keragaman budaya lokal. Mereka berkolaborasi dengan tokoh lokal untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dan menyesuaikan komunikasi dengan pemangku kepentingan

Pandawara Group menunjukkan bahwa kampanye lingkungan dapat berhasil dengan media sosial. Mereka berhasil menarik perhatian khalayak luas, terutama generasi muda, melalui video pendek yang menarik dan informatif. Video-video yang menunjukkan upaya nyata untuk membersihkan lingkungan menjadi viral dan mendapatkan banyak dukungan dari masyarakat. Ini menunjukkan bahwa media sosial dapat digunakan untuk mendorong masyarakat untuk melakukan hal-hal nyata untuk menjaga kebersihan dan kelestarian lingkungan dengan konten dan pendekatan yang tepat. Dengan menggunakan media sosial, pesan tentang pentingnya menjaga kebersihan lingkungan dapat mencapai target audiens yang lebih luas dan beragam. Ini juga menunjukkan bahwa kampanye lingkungan yang dilakukan dengan cara yang inovatif dapat menarik perhatian dan mendapatkan dukungan masyarakat dengan lebih baik. Kemudian yang tidak kalah penting adalah berkolaborasi dengan pihak lain dalam hal ini *influencer*. Dari sisi bahasa, *influencer* berarti “memberi pengaruh” atau “orang-orang yang memberi pengaruh” dalam konteks penggunaan media sosial. Mereka ini biasanya mempunyai pengikut di media sosial dengan jumlah yang cukup banyak. Dengan bantuan *influencer*, pesan tentang pentingnya menjaga kebersihan lingkungan dapat sampai ke lebih banyak orang.

REFERENSI

- Anggraini, R., Suhendri, N., Shintia, Y., Amanda, X., & Safa, F. (n.d.). *Prosiding National Conference for Community Service Project (NaCosPro)*. <http://journal.uib.ac.id/index.php/nacospro>
- Ayu Aqillah, M., Wahyuningsih, S., & Islam Negeri Abdurrahman Wahid Pekalongan, U. K. (2024). Da'wah Ecology In Digital Space: A Study Of Tiktok Content Pandawara Group Account Afina Aninnas. In *International Journal of Islamic Thought and Sciences* (Vol. 1, Issue 1). <http://ejournal.tathoinstitute.org/index.php/tatho>
- Baidawi, A., & Dewi, R. (n.d.). *Sosialisasi Pelestarian Lingkungan Berbasis Konsep Good Environmental Governance Di Kecamatan Alam Barajo Kota Jambi*. <http://jurnal.ugj.ac.id/index.php/JPAS>
- Bumantara-team-jadi-kelompok-pemuda-peduli-lingkungan-di-medan-mirip-pandawara. Diakses pada Juni 10, 2024, dari <https://daaitv.co.id/DAAI-WP/>
- Dewi, L. S., Tan, F., & Nazer, M. (2019). Menapaki Tangga Arnstein Dalam Perencanaan Tata Ruang (Studi Kasus Kecamatan Aua Birugo Tigo Baleh Kota Bukittinggi). *Jurnal Spasial*, 6(1), 19–26. <https://doi.org/10.22202/js.v6i1.3318>
- Gambar-2-Tangga-partisipasi-Arnstein-1969-Kedua-anak-tangga-terbawah-manipulation-dan_fig1_299980366. Diakses pada Juni 6, 2024, dari <https://www.researchgate.net/figure/> <https://nuwsp.web.id/artikel/6993>. (n.d.).
- Indriani, C., Asang, S., Hans, A., Kunci, K., Perencanaan, :, & Masyarakat, P. (2021). Tingkat Partisipasi Masyarakat dalam Perencanaan Pembangunan di Desa Pali Kecamatan Bittuang Kabupaten Tana Toraja Level of Community Participation in Development

- Planning in Pali, Bittuang District, Tana Toraja Regency. In *Development Policy and Management Review (DPMR)* (Vol. 1, Issue 1). <https://journal.unhas.ac.id/index.php/DPMR/>
- Jurnal Komunikasi Nusantara*. (n.d.). <https://doi.org/10.33366/jkn.v%vi%i.260>
- Keterlibatan Masyarakat dalam Program Pembangunan Askar, D., Info, A., Kunci, K., & Pembangunan, P. (2019). *Jurnal Sosio Sains Artikel dengan akses terbuka di bawah lisensi CC BY* (Vol. 5, Issue 1). <http://journal.ildikti9.id/sosiosains>
- Kustiawan, W., Ma, R., Nanda, A., & Sugiarto, S. (n.d.). *Dampak Media Sosial Tiktok terhadap perilaku remaja pada Era globalisasi*.
- Kustiawan, W., Nurlita, A., Siregar, A., Aini Siregar, S., Ardianti, I., Rahma Hasibuan, M., & Agustina, S. (n.d.). *Media Sosial Dan Jejaring Sosial*.
- Mohamad Mulyadin, R., Ariawan, K., & Iqbal, M. (2018). Conflict Of Waste Management In Dki Jakarta And Its Recomendated Solutions. *Jurnal Analisis Kebijakan Kehutanan*, 15(2), 179–191. <https://doi.org/10.20886/jakk.2018.15.2.179-191>
- Nisa, A. N., & Suharno, S. (2020). Penegakan Hukum Terhadap Permasalahan Lingkungan Hidup Untuk Mewujudkan Pembangunan Berkelanjutan. *Jurnal Bina Mulia Hukum*, 4(2), 294. <https://doi.org/10.23920/jbmh.v4i2.337>
- Oktora, B., Wijaya, S., Bogor, H., Letjend, J., Adjie, I., 180, N., Barang, S., & Barat, B. (n.d.). *Hubungan Sikap Dengan Perilaku Masyarakat Dalam Pengelolaan Sampah*. www.jurnalwijaya.com;
- Pengentasan Kemiskinan, D., Ishartono, O. :, Santoso, &, & Raharjo, T. (n.d.). *SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS (SDGs)*. http://www.bappenas.go.id/id/berita-dan-siaran-Pernah-dibersihkan-pandawara-pantai-yang-sempat-dijuluki-terkotor-kembali#google_vignette. Diakses pada Juni 10, 2024, dari <https://regional.kompas.com/read/2024/04/22/165727378/>
- Pianaung, R., Kesehatan, J., Poltekkes, L., & Manado, K. (n.d.). *Sikap Dan Perilaku Masyarakat Dalam Pengelolaan Sampah Di Kota Manado*.
- Profil-dan-awal-terbentuknya-pandawara-group*. Diakses Juni 6, 2024 , dari <https://www.detik.com/jabar/jabar-gaskeun/d-6968906/>
- Program, J., Pemikiran, S., & Islam, P. (2018). Mengenal Teori Kultivasi dalam Ilmu Komunikasi Cultivation Theory in Communication Science. *SIMBOLIKA*, 4(1). <http://ojs.uma.ac.id/index.php/simbolika>
- Ramadhan, M. A. (n.d.). *Permasalahan Sampah Menjadi Dampak Lingkungan Tidak Sehat*.
- Rizky Amarta, M., & Anwar, F. (2023). Strategi Kreatif Membuat Konten Media Sosial TikTok Yang Diminati Remaja. *Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 1(2), 259–270.
- Sempat-dibersihkan-warga-bareng-pandawara-pantai-di-banten-ini-kotor-lagi*. Diakses pada Juni 10, 2024, dari <https://news.detik.com/berita/d-7306149/>
- Shabrina, A., Nuraini, K., & Naufal, A. (n.d.). *Prosiding Seminar Nasional Strategi Kampanye Kebersihan Lingkungan Oleh Pandawara Group Melalui Media Tiktok*.
- Sungai Jihan ayu alip pristananda STIKes Surya Mitra Husada, S. DI. (n.d.). *Pengaruh Perilaku Masyarakat Membuang*.
- Superhero-kebersihan-dari-karawang-pembasmi-sampah-bertopeng-pahlawan-super*. Diakses pada Juni 12, 2024, dari <https://www.pikiran-rakyat.com/jawa-barat/pr-016077765/>
- Sutrisni, K. (n.d.). *Peran Generasi Z Dalam Mewujudkan SDGs Di era Society 5.0 : Peran Generasi Z Sebagai Agent Of Change Dalam Mencapai Era Society 5.0 I Kadek Agus Aditya Putra 1 , I Putu Rai Purna Wibawa 2 , I Made Ode Subawa 3 , Ni*.

- Terinspirasi-pandawara-anak-anak-muda-ini-singkirkan-sampah-pantai-jakut*. Diakses pada Juni 11, 2024, dari <https://news.detik.com/berita/d-6512048/>
- Wahyuni, F. A., Az'zahra, Q., & Larasati, S. C. (2023). Pesan Kesadaran Lingkungan di Akun TikTok Pandawara. *Prosiding Seminar Nasional*, 1280–1290.
- Wirany, D., Natasha, S., Kurniawan, R., Komunikasi, J. I., & Bandung, M. (2022). Perkembangan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Terhadap Perubahan Sistem Komunikasi Indonesia. In *Jurnal Nomosleca, Oktober* (Vol. 8, Issue 2).