

STRATEGI KAMPANYE KEBERSIHAN MELALUI MEDIA TIKTOK PANDAWARA LIMA DI PANTAI LABUAN BANTEN

Oleh:

Nahdia Putri Nabila¹

Diva Novianty²

Syara Fadilah³

Muhammad Syahdan⁴

Muhammad Alfa Rizky⁵

Sekolah Tinggi Ilmu Komputer Tunas Bangsa

Alamat: Jl. Kartini, Proklamasi, Kec. Siantar Bar., Kota Pematang Siantar, Sumatera
Utara (21143).

Korespondensi Penulis: pn0935554@gmail.com, divanovianty513@gmail.com,
syaraafadillah@gmail.com, mhdsyahdan2006@gmail.com,
muhammadalfarizky168@gmail.com.

Abstract. *Currently it cannot be denied that almost every hour or even minute, social media is always enjoyed by all groups, especially generation Z, social media is an interaction between one person and another who creates, shares, exchanges and modifies ideas or ideas in the form of virtual communication or internet networks in real time. The social media platform that is currently often in demand or popular in Indonesia is Tiktok. With Tiktok, a person or group can become famous or go viral because of the content they create, one of the viral TikTok accounts is Pandawara Group. Pandawara Group itself is a group of young people from Bandung who create content on Tiktok with cleaning actions in various places. This study aims to determine the influence of Pandawara Group TikTok content on environmental attitudes among Generation Z. This study used a quantitative approach and a positivist paradigm. The sampling method used was non-probability sampling and purposive sampling. The results indicate that Pandawara Group TikTok content has a moderate positive influence on environmental*

STRATEGI KAMPANYE KEBERSIHAN MELALUI MEDIA TIKTOK PANDAWARA LIMA DI PANTAI LABUAN BANTEN

attitudes, amounting to 57.4%, while the remaining 42.6% is influenced by other variables not examined in this study.

Keywords: *Social Media, TikTok, Pandawara Group, Environmental Attitudes, Generation Z.*

Abstrak. Saat ini tidak dapat dipungkiri bahwa hampir setiap jam atau bahkan menit, media sosial selalu dinikmati oleh semua kalangan, terutama generasi Z, media sosial merupakan interaksi antara satu orang dengan orang lain yang menciptakan, berbagi, bertukar dan memodifikasi ide atau gagasan dalam bentuk komunikasi virtual atau jaringan internet secara real time. Platform media sosial yang saat ini sering diminati atau populer di Indonesia adalah TikTok. Dengan TikTok, seseorang atau kelompok dapat menjadi terkenal atau menjadi viral karena konten yang mereka buat, salah satu akun TikTok yang sedang viral adalah Pandawara Group. Pandawara Group sendiri merupakan sekumpulan anak muda asal Bandung yang membuat konten di TikTok dengan aksi bersih-bersih di berbagai tempat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh konten TikTok Pandawara Group terhadap sikap peduli lingkungan Generasi Z. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan paradigma positivisme. Metode pengambilan sampel dalam penelitian menggunakan teknik non-probability sampling dan metode purposive sampling. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konten TikTok Pandawara Group memiliki pengaruh positif sedang terhadap sikap peduli lingkungan, yaitu sebesar 57,4%, sedangkan sisanya sebesar 42,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Media Sosial, TikTok, Pandawara Group, Sikap Peduli Lingkungan, Generasi Z.

LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam cara masyarakat berinteraksi, berkomunikasi, dan menyampaikan pesan sosial. Salah satu media sosial yang memiliki pengaruh besar dalam dekade terakhir adalah TikTok [1]. Platform berbasis video pendek ini tidak hanya menjadi sarana hiburan, tetapi juga media komunikasi massa yang efektif dalam menyebarkan pesan-pesan sosial, edukatif, dan lingkungan. Melalui fitur-fitur kreatifnya, seperti efek visual, audio, serta algoritma

distribusi berbasis tren, TikTok mampu menjangkau khalayak luas dari berbagai lapisan masyarakat, terutama generasi muda [2].

Dalam konteks isu kebersihan lingkungan, TikTok telah menjadi wadah yang kuat untuk membangun kesadaran masyarakat tentang pentingnya menjaga kebersihan dan kelestarian alam. Salah satu contoh nyata pemanfaatan TikTok dalam kampanye kebersihan adalah konten yang dibuat oleh Pandawara Group lima pemuda asal Bandung yaitu: Gilang, Rafly, Rifky, Agung, Ikhsan yang berhasil menginspirasi jutaan orang lewat aksi bersih-bersih pantai labuan Banten [7]. Melalui unggahan video di TikTok, aksi mereka di Pantai Labuan Banten pada tahun 2023 viral secara nasional dan mendorong ribuan relawan untuk ikut berpartisipasi dalam kegiatan kebersihan.

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa TikTok dapat berperan sebagai aktor utama dalam penyebaran pesan kebersihan lingkungan [3]. Dengan kekuatan viralitas dan interaksi yang tinggi, TikTok mampu mengubah pesan sederhana menjadi gerakan sosial berskala besar. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada bagaimana TikTok menjadi media utama dalam kampanye kebersihan, dengan Pandawara Group sebagai contoh konkret keberhasilan strategi kampanye tersebut.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Menurut H. A. Putra and A. Widodo, penelitian kuantitatif bertujuan untuk menggambarkan dan menjelaskan suatu permasalahan dengan tujuan mencari hasil yang dapat digeneralisasi [4]. Penelitian dengan pendekatan kuantitatif dimulai dengan mempelajari permasalahan yang menjadi fokus penelitian tersebut.

Tiktok adalah sebuah aplikasi yang menyediakan efek spesial yang unik dan menarik, dan dapat digunakan dengan mudah oleh para pengguna untuk membuat video pendek yang keren dan menarik perhatian banyak orang. Aplikasi Tiktok merupakan sebuah jaringan sosial dan platform video musik yang berasal dari Tiongkok dan diluncurkan pada bulan September 2016 [2]. Aplikasi ini sangat populer di kalangan banyak orang, termasuk orang dewasa dan anakanak di bawah umur, karena dapat membuat video pendek dengan dukungan musik. Indikator media sosial Tiktok dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

STRATEGI KAMPANYE KEBERSIHAN MELALUI MEDIA TIKTOK PANDAWARA LIMA DI PANTAI LABUAN BANTEN

1. adanya dampak positif dan dampak negatif dalam menggunakan aplikasi Tiktok.
2. adanya kreatifitas mereka dalam penggunaan aplikasi Tiktok [1].

Indikator dalam konten itu sendiri terdiri dari beberapa hal:

1. Kredibilitas, kepercayaan, atau keahlian yang dimiliki oleh pembuat konten.
2. Daya tarik, merupakan pengaruh pada minat konten yang dibuat
3. Kemampuan komunikator untuk menguasai apa yang disampaikan [3].

Dalam penelitian ini penulis menggunakan data berupa jurnal terdahulu yang berkaitan dengan kampanye, kebersihan lingkungan, dan platform TikTok sebagai media kampanye. Data tersebut kemudian kami catat, olah, dan analisa untuk mendapatkan landasan teori mengenai topik dan masalah yang akan diteliti. Selain itu, penulis juga menggunakan data berupa video YouTube dan TikTok, seperti wawancara YouTube chanel Denny Sumargo dengan Pandawara Group, wawancara YouTube chanel Grace Tahir dengan Pandawara Group, wawancara YouTube chanel TonightShowNet dengan Pandawara Group, podcast YouTube chanel kasisolusi, dan akun TikTok pribadi milik Pandawara Group [7].

HASIL DAN PEMBAHASAN

Media sosial kini mempunyai pengaruh besar terhadap kegiatan komunikasi dan pertukaran informasi, salah satunya adalah TikTok yang kini penggunaannya merambah keseluruh pelosok Indonesia bahkan keseluruh dunia [1]. Karena penggunaannya yang cukup banyak maka kini banyak para pecinta lingkungan menggunakannya sebagai media kampanye untuk menjaga dan melestarikan lingkungan, tak lain halnya dengan kelompok pecinta lingkungan *@pandawaragroup* [7]. Dalam salah satu postingannya mereka mengajak para masyarakat dan dinas setempat untuk bergotong-royong membersihkan pantai terkotor di Indonesia yang bertempat di kawasan Pandeglang, Banten, yaitu ada pantai teluk Pandeglang yang mereka klaim sebagai pantai terkotor nomor 1 di Indonesia.

Pada konten PandawaraGroup tersebut yang diunggah pada bulan Mei 2023 telah ditonton oleh pengguna TikTok sebanyak 36.1juta, dengan jumlah like 3.1 juta, jumlah komentar sekitar 31.1 ribu, video disimpan oleh pengguna sebanyak 97.6 ribu serta jumlah dibagikan sebanyak 19.3 ribu. Didalam postingan tersebut para anggota pandawara menunjukkankerusakan lingkungan yang terjadi dipantai Labuan, Desa teluk,

Kecamatan Labuan, Kabupaten Pandeglang, Provinsi Banten. Keadaan lingkungan di pinggiran pantai sangatlah kumuh dan memprihatinkan belum lagi menumpuknya sampah menutupi setiap sudut jalur jalan membuat lingkungan terlihat sangat kotor. Tidak hanya itu pandawara juga mengajak dan meminta seluruh warganegara pemerintah Pandeglang untuk ikut serta bekerja sama dalam membersihkan sampah-sampah yang berada di lingkungan pantai tersebut agar kembali bersih dan mendapat pandangan dan udara yang lebih segar lagi seperti selayaknya [6].

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Media sosial TikTok terbukti menjadi sarana komunikasi yang efektif dalam menyebarkan pesan sosial dan lingkungan, khususnya dalam kampanye kebersihan. Melalui konten yang kreatif dan menarik, Pandawara Group berhasil mengubah isu kebersihan menjadi gerakan sosial yang melibatkan masyarakat luas [7]. Kampanye mereka di Pantai Labuan, Banten, menunjukkan bahwa kekuatan media digital dapat mendorong partisipasi publik secara nyata dalam menjaga kelestarian lingkungan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten TikTok Pandawara Group berpengaruh positif terhadap sikap peduli lingkungan generasi Z dengan tingkat pengaruh sebesar 57,4% [5], sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Konten yang dibuat tidak hanya menyampaikan pesan moral, tetapi juga mengedukasi dan menginspirasi masyarakat untuk bertindak langsung.

Dengan demikian, strategi kampanye melalui TikTok yang dilakukan oleh Pandawara Group dapat menjadi contoh efektif bagaimana media sosial dimanfaatkan sebagai alat perubahan sosial, terutama dalam meningkatkan kesadaran dan kepedulian terhadap kebersihan lingkungan.

Didalam konten @pandawaragroup telah menunjukkan beberapa komentar publik mengenai keadaan pantai yang terburuk No. 1 di Indonesia. Komentar-komentar publik pengguna TikTok menunjukkan hasil bahwa media sosial TikTok @pandawaragroup memiliki peran yang kuat dalam kampanye mengenai lingkungan sehingga publik pun turut ikut serta berperan dalam memberikan pandangannya terhadap konten tersebut. Gambar 3 Beberapa Komentar positif Masyarakat Terhadap Postingan di Gambar 1 Pada konten tersebut pandawara membagikan proses pembersihan dengan

STRATEGI KAMPANYE KEBERSIHAN MELALUI MEDIA TIKTOK PANDAWARA LIMA DI PANTAI LABUAN BANTEN

membuktikan kepada publik bahwa mereka telah berhasil mengajak seluruh masyarakat hingga lembaga pemerintah pun ikut serta dalam membersihkan pantai tersebut. Pandawara mendapat antusias yang baik disana semua orang berbondong-bondong semangat datang membantu kegiatan kebersihan tersebut bahkan para pelajar pun ikut turut membantu. Publik juga memberikan komentar yang positif pada postingan konten tersebut hingga video yang diunggah pun telah ditonton 44.8 M oleh pengguna TikTok dan disukai sebanyak 5.3 M.

Berikut adalah penampakan kebersamaan pandawara dan warga Pandeglang pun telah ditonton 44.8 M oleh pengguna TikTok dan disukai sebanyak 5.3 M. Berikut adalah penampakan kebersamaan pandawara dan warga Pandeglang.

Tahap selanjutnya yang akan peneliti laksanakan yaitu tahap memberikan interpretasi terhadap konten di akun TikTok *@pandawaragroup*. Dalam tahap ini, peneliti melakukan pengembangan dengan cara memberikan pengembangan dan pembagian golongan atau kategori terhadap konten selama periode yang peneliti melakukan penelitian. Didalam tahapan ini, penetapan golongan atau kategori yang dilakukan oleh peneliti dimulai dengan melakukan pemantauan dan pengamatan pada keseluruhan postingan pada periode yang sudah peneliti tetapkan. Keputusan penetapan peneliti terhadap golongan atau kategori pada konten TikTok *@pandawaragroup* yaitu: kerusakan lingkungan seperti pada gambar 1, proses pembersihan lingkungan serta edukasi dalam menjaga lingkungan seperti pada gambar dibawah ini.

Pada konten terakhir Pandawa Grup yang membahas tentang pantai terkotor nomor 1 tersebut yang diunggah pada bulan juni 2023, dan telah ditonton oleh pengguna TikTok berkisar 29.4 juta penonton, dengan like sebesar 2.8 juta, jumlah komentar 17.7 ribu, video tersebut telah disimpan oleh pengguna TikTok sebanyak 60 ribu, dan dibagikan 11.5 ribu orang. Pada postingan Pandawa Grup tersebut menunjukan situasi pantai Labuan, Pandeglang Banten setelah dibersihkan dengan bantuan dan kerja sama oleh masyarakat dan dinas setempat, dalam video tersebut Pandawa Grup menyebutkan jika konten tersebut bukan merupakan sebuah hinaan melainkan sebuah tamparan bagi masyarakat dan dinas setempat untuk bahu –membahu untuk membersihkan dan melestarikan. Dalam konten tersebut juga Pandawara Grup berharap jika pantai tersebut memberikan perubahan yang signifikan bagi lingkungan setempat baik sebagai tempat wisata dan dapat menciptakan ekonomi kreatif bagi warga sekitarnya.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dalam artikel ini, terdapat beberapa saran strategis yang relevan dan aplikatif. Pertama, pemanfaatan media sosial TikTok sebagai sarana kampanye kebersihan lingkungan perlu terus dikembangkan secara terencana dan berkelanjutan, tidak hanya mengandalkan viralitas sesaat, tetapi juga memperkuat muatan edukatif, nilai moral, serta ajakan partisipatif yang konsisten. Konten yang menampilkan kondisi lingkungan secara nyata, disertai solusi dan aksi langsung seperti yang dilakukan Pandawara Group, terbukti efektif dalam membentuk kesadaran dan sikap peduli lingkungan, khususnya pada generasi Z.

Kedua, kolaborasi antara kreator konten, masyarakat lokal, dan pemerintah daerah perlu ditingkatkan agar kampanye kebersihan tidak berhenti pada tataran kesadaran, melainkan berlanjut pada perubahan perilaku dan kebijakan yang nyata. Sinergi ini penting untuk memastikan keberlanjutan dampak kampanye, termasuk dalam pengelolaan sampah, perawatan lingkungan pasca-aksi, serta pengembangan potensi ekonomi kreatif berbasis lingkungan.

Ketiga, bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengkaji faktor-faktor lain yang memengaruhi sikap peduli lingkungan di luar konten media sosial, seperti peran pendidikan formal, lingkungan keluarga, kebijakan pemerintah, dan budaya masyarakat setempat. Pendekatan metodologis yang lebih beragam, baik kualitatif maupun campuran (*mixed methods*), juga dapat digunakan agar pemahaman terhadap dinamika kampanye lingkungan di media digital menjadi lebih komprehensif dan mendalam.

Dengan demikian, TikTok tidak hanya diposisikan sebagai media hiburan, tetapi sebagai instrumen komunikasi sosial yang strategis dalam mendorong perubahan sikap, kesadaran kolektif, dan tanggung jawab bersama terhadap kebersihan serta kelestarian lingkungan.

DAFTAR REFERENSI

- [1] A. R. Putri and M. Yuliarti, "Strategi Komunikasi Lingkungan Melalui Media Sosial TikTok dalam Meningkatkan Kesadaran Kebersihan Sungai," *Jurnal Ilmu Komunikasi*, vol. 11, no. 2, pp. 145–158, 2023. doi: 10.35308/jik.v11i2.843

STRATEGI KAMPANYE KEBERSIHAN MELALUI MEDIA TIKTOK PANDAWARA LIMA DI PANTAI LABUAN BANTEN

- [2] A. Kusumawardhani and I. Mulyawan, “Pemanfaatan TikTok sebagai Media Kampanye Sosial oleh Komunitas Peduli Lingkungan,” *Jurnal Komunikasi Global*, vol. 12, no. 1, pp. 1–12, 2023. doi: 10.24815/jkg.v12i1.28976
- [3] A. F. Sayuti and F. Yudhistira, “The Role of Social Media in Environmental Awareness: Case Study of Viral Clean-Up Movements on TikTok,” *International Journal of Social Media and Society*, vol. 4, no. 1, pp. 50–60, 2023. doi: 10.5381/ijsms.v4i1.214
- [4] H. A. Putra and A. Widodo, “Hubungan Kesadaran Kebersihan Lingkungan dengan Perilaku Masyarakat di Daerah Aliran Sungai,” *Jurnal Lingkungan dan Sosial*, vol. 9, no. 1, pp. 10–18, 2020. doi: 10.31227/osf.io/8gzn2
- [5] N. Rahmawati and A. Azhar, “Peran Generasi Z dalam Gerakan Kampanye Peduli Lingkungan di Media Sosial,” *Jurnal Penelitian Media dan Komunikasi*, vol. 5, no. 2, pp. 85–96, 2022. doi: 10.33366/jpmk.v5i2.3310
- [6] United Nations Environment Programme, “Beat Plastic Pollution Report 2024,” UNEP, Nairobi, Kenya, 2024. [Online]. Available: <https://www.unep.org/resources/report/beat-plastic-pollution-2024>
- [7] Pandawara Group, “Official TikTok Content,” TikTok @pandawaragroup, 2023. [Online]. Available: <https://www.tiktok.com/@pandawaragroup>.