

BAB IV

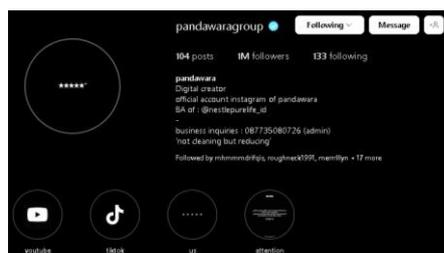
HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini, peneliti akan mendeskripsikan secara umum mengenai subyek penelitian. Kemudian, peneliti akan menjabarkan jumlah frekuensi postingan konten yang terdapat pada akun media sosial Instagram @PandawaraGroup. Konten yang akan dianalisis oleh peneliti yaitu mulai dari periode Oktober 2022 sampai dengan Februari 2023. Setelah itu, peneliti akan mengkategorisasikan data dari unit analisis tersebut, lalu memilih beberapa konten yang sangat menggambarkan kategori penting yang diperlukan dalam penelitian ini.

Peneliti akan melakukan proses interpretasi terhadap data yang sudah diorganisirkan. Interpretasi tersebut dilihat berdasarkan bagaimana Pandawara Group mengemas pesan berdasarkan dengan teks dan visual dalam konten yang ditampilkan. Selain itu, pemaknaan pesan ini akan dikaitkan dengan fenomena realita yang terjadi sesuai dengan konten yang diunggah pada media sosial Instagram @Pandawaragroup.

Lalu, interpretasi ini juga akan dijabarkan menggunakan sub bab berdasarkan dengan kategori yang sudah ditentukan untuk melihat pengemasan pesan lingkungan yang dilakukan Pandawara Group dalam media sosial Instagramnya. Penggambarannya akan dilakukan berdasarkan kategori bentuk pesan dengan dimensi informatif, persuasif dan koersif. Kategori tema pesan dengan dimensi project, prestasi, kolaborasi. Kategori Bentuk konten dengan dimensi tulisan, video, gambar dan kombinasi. Serta, kategori jenis konten yaitu hiburan, informasi dan inspirasi.

4.1. Gambaran Umum Subjek Penelitian



Gambar 4.1. Akun Instagram @Pandawaragroup

(sumber: <https://www.instagram.com/pandawaragroup/>)

Akun media sosial Instagram @pandawaragroup bergabung mulai pada bulan November 2019, namun mulai aktif sejak Oktober 2022. Saat ini sudah memiliki jumlah pengikut sebanyak 1 juta pengikut dengan jumlah postingan sebanyak 104 konten (data per tanggal 17 Mei 2023). Kemudian pada bulan Januari 2023, akun Instagram @Pandawaragroup sudah terverifikasi. Jika dilihat berdasarkan *postingan* pada awal-awal memposting konten, Pandawara Group melakukan postingan sebanyak 2-3 konten dalam 1 hari, namun setelahnya konten diposting sebanyak 1 kali dalam waktu 1-5 hari.

Bila melihat konten-konten Pandawara pada akun Instagramnya, terdapat keberagaman konten yang ditampilkan mulai dari tempatnya, visualnya, kata-katanya yang dikemas secara lebih menarik dan bervariasi. Hal ini didukung oleh banyaknya keterlibatan *followers* Instagram @Pandawaragroup dalam setiap kontennya yang memberikan komentar dan juga *like* pada *feeds*, sedangkan pada *postingan reels* selain komentar dan *like* juga *share*.

4.2. Hasil dan Analisis Penelitian

Pada sub bab ini, rumusan masalah secara umum menjadi acuan peneliti dalam menganalisis bagaimana pengemasan pesan lingkungan pada akun Instagram @Pandawaragroup yang kemudian dipecah kembali untuk melihat secara detail bagaimana bentuk pesan, tema, bentuk konten dan jenis konten bersih-bersih sampah di sungai pada akun Instagram @Pandawara group periode Oktober 2022 – Februari 2023. Kemunculan dan viralnya konten Pandawara Group ini menunjukkan secara langsung kepada masyarakat bahwa rusaknya lingkungan kita sudah sebegitu parah. Perlunya kesadaran masyarakat untuk sama-sama menjaga lingkungan sekitar terutama dari masalah sampah. Dengan konten-konten yang dibuat, diharapkan dapat menumbuhkan kesadaran masyarakat terhadap lingkungan.

4.2.1. Frekuensi Postingan Instagram @PandawaraGroup

Pada *postingan feeds* akun Instagram @Pandawaragroup peneliti menghitung berdasarkan frekuensi jumlah konten yang sudah tersusun berdasarkan dengan periode Oktober 2022 – Februari 2023. Hal ini dilakukan agar peneliti mengetahui jumlah konten per bulannya dalam periode tersebut.

Tabel 4.1. Tabel Frekuensi Postingan Konten Instagram

Bulan	Jumlah Postingan		Frekuensi	
	2022	2023	2022	2023
Oktober	14	0	22%	0%
November	9	0	15%	0%
Desember	13	0	21%	0%
Januari	0	13	0%	21%
Februari	0	13	0%	21%
Total	36	26	58%	42%
Total Keseluruhan	62		100%	

Sumber: Olahan Peneliti

Pada konten Instagram @Pandawaragroup, total keseluruhan *postingan* konten baik *feeds* maupun *reels* pada periode Oktober 2022 – Februari 2023 sebanyak 62 konten (100%). Jika ditinjau, dari persentase bulan dari yang terendah sampai ke yang rendah dari unggahan akun Instagram, di urutan pertama ialah pada bulan Oktober 2022 dengan persentase sebesar 22%. Di urutan kedua terdapat bulan Desember 2022, Januari dan Februari 2023 yaitu sebesar 21% sedangkan urutan terendah pada bulan November dengan persentase 15%.

Berdasarkan pada tabel di atas, dapat di konfirmasi bahwa tingginya jumlah postingan berada pada bulan Oktober 2022 dimana bulan tersebut adalah awal mula Instagram @pandawara memulai aktif mengunggah konten-konten, sehingga jumlah postingan lebih banyak dikarenakan harus lebih rutin mengingat terdapat sudah stok konten yang disediakan agar menyamakan dengan konten di media sosial lainnya.

4.2.2. Bentuk Pesan

Analisis isi kualitatif dalam penelitian ini akan digunakan untuk menentukan bentuk pesan yang terdapat dalam setiap konten berdasarkan dengan kategori yang telah dibuat sebelumnya. bentuk pesan merupakan pesan yang disampaikan oleh seseorang kepada khalayak, dimana pesan tersebut dibuat dalam bentuk yang lebih spesifik. Pada sebuah konten, bentuk pesan sangat bergantung pada apa yang ingin disampaikan. Dalam penelitian ini, bentuk pesan yang terdapat dalam konten dilihat berdasarkan dengan bentuk pesan komunikasi yaitu informatif, persuasif dan koersif.

bentuk pesan yang pertama ialah informatif, dimana pesan yang disampaikan dalam konten @pandawaragroup ini memperlihatkan secara nyata apa yang ditemukan oleh team pandawara dalam melakukan aksi bersih-bersih sampah. Informasi tersebut dapat berupa data maupun dalam bentuk visual yang diperlihatkan dan ingin disampaikan kepada khalayak.

Bentuk pesan yang kedua yaitu Persuasif, yaitu pesan yang disampaikan bertujuan untuk mengajak orang tergerak dalam melakukan aksi utamanya ialah menjaga lingkungan dan membersihkan lingkungan dari sampah. Bentuk pesan ketiga ialah Koersif dimana bentuk pesan ini bersifat memaksa dapat berupa intimidasi, ancaman dan tekanan kepada orang lain.

Setelah dilakukan pengelompokan berdasarkan bentuk pesan yang terdapat dalam setiap konten @pandawaragroup, hasilnya ialah sebagai berikut:

Tabel 4.2. Jumlah Postingan Berdasarkan Bentuk Pesan

Kategori	Dimensi	Deskripsi	Jumlah Postingan	%
Bentuk Pesan	Informatif	Pesan disampaikan bersifat informasi dengan menyajikan fakta atau data.	30	48%
	Persuasif	Pesan bersifat mengajak, dapat mempengaruhi dan meyakinkan orang lain untuk bertindak.	32	52%

	Koersif	Pesan bersifat memaksa.	0	0%
--	---------	-------------------------	---	----

Sumber: Olahan Peneliti

Dilihat berdasarkan tabel di atas, terdapat temuan menarik yang peneliti dapatkan yaitu sebagai berikut:

1. Konten dengan bentuk pesan persuasif merupakan konten yang paling banyak ditampilkan dengan jumlah sebanyak 32 konten.
2. Konten dengan bentuk pesan koersif merupakan konten yang tidak dibuat dan ditampilkan dalam akun Instagram @pandawaragroup.

Hal tersebut memperlihatkan bahwa akun Instagram @Pandawaragroup dalam mengemas pesan pada kontennya dalam melakukan kegiatan aksi bersih-bersih sampah di berbagai wilayah ialah dengan bentuk persuasif dimana dapat mengajak masyarakat untuk menjaga kebersihan. Dibandingkan melakukan membuat pesan yang memberikan paksaan kepada masyarakat bukan kemauan diri sendiri.

4.2.2.1. Informatif

Bentuk pesan informatif pada akun Instagram @Pandawaragroup memperlihatkan secara langsung hal-hal yang ditemui oleh Pandawara baik dalam bentuk data ataupun visual yang memperlihatkan kondisi sampah yang berdada di sungai, selokan ataupun wilayah-wilayah lainnya. Berikut ini peneliti sajikan analisis isi untuk bentuk pesan Informatif yang menjadi unit analisis dalam penelitian ini:



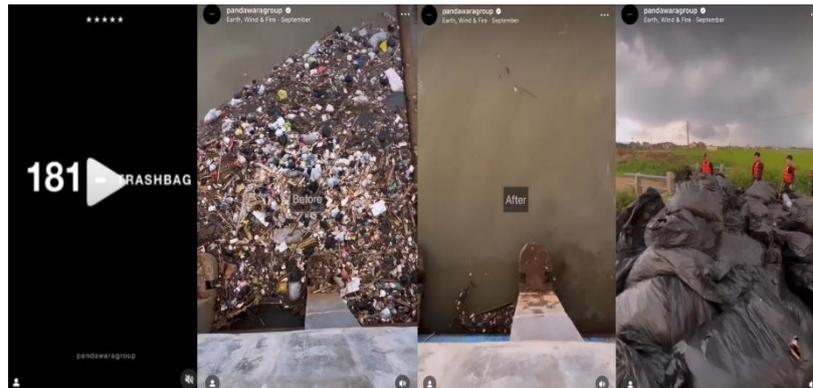
Gambar 4.2. Postingan Konten Informatif Periode 24 Desember 2022 (sumber: <https://www.instagram.com/p/Cmjni7tyDtK/>)

Pada konten di atas menunjukkan postingan konten informatif yang diunggah pada periode 24 Desember 2022. Dalam konten memperlihatkan jumlah banyaknya sampah dalam bentuk kilogram dan juga jumlah kantong sampah yang berhasil dikumpulkan oleh Pandawara Group pada tahun 2022. Konten yang dimuat dalam bentuk *double feeds* tersebut mendapatkan sebanyak 21.175 *like* dan 221 komentar.

Jika melihat dari komentar, postingan di atas dari jumlah komentar yang ada keseluruhannya berisikan komentar yang positif. Komentar yang diberikan dapat berupa ucapan semangat, doa sampai dengan mendoakan team Pandawara dalam aksinya membersihkan sampah. Kemudian, terdapat masyarakat yang menanyakan juga untuk ikut bergabung dan bagaimana ketika ingin memberikan bantuan berupa alat alat kebersihan.

Konten ini merupakan salah satu konten dimana Pandawara Group ingin memperlihatkan data dan hasil yang dilakukan oleh Pandawara secara nyata yang merupakan hasil kerja keras mereka dalam melakukan bersih-bersih sampah di sungai. Dalam konten tersebut terdapat tulisan kecil di atas tersebut dapat menjelaskan bahwa sebanyak 27.066 kilogram atau setara dengan 4.511 trashbag ini dikumpulkan dari 78 sungai yang dikunjungi oleh Pandawara Group mulai dari sungai yang besar, kecil hingga septic tank. Pandawara Group ingin menginformasikan kepada pengikutnya di media sosial Instagram bahkan seluruh masyarakat Indonesia bahwa sampah yang berada di sungai dan juga septic tank ini sudah menumpuk dan banyak. Karena itu lah ini merupakan salah satu jenis konten yang termasuk dalam bentuk pesan informatif.

Dengan menuliskan *caption* “*we hope it stays consistent*” menyatakan bahwa Pandawara Group berharap, mereka dapat terus konsisten melakukan bersih-bersih sampah sehingga dapat konsisten juga memberikan informasi kepada publik jumlah sampah yang mereka berhasil bersihkan.



Gambar 4.3. Postingan Konten Informatif Periode 17 Januari 2023
(sumber: https://www.instagram.com/p/Cnf9zHr8_R/)

Konten di atas menunjukkan postingan konten informatif yang dikemas dalam bentuk video. Konten video yang diunggah pada periode 17 Januari 2023 dengan durasi 44 detik berhasil mendapatkan sebanyak 1.119.147 kali diputar, 112.549 like, 871 dibagikan dan 2.070 komentar. Dari keseluruhan komentar pada postingan ini, mayoritas publik memberikan komentar yang positif yaitu berupa ucapan semangat, memuji dan mendoakan kepada team. Selain itu, terdapat juga komentar yang memberikan saran dan saling mengingatkan satu sama lain kepada masyarakat. Serta, banyak juga masyarakat yang bantu *mention* ke beberapa influencer, gubernur dan media untuk bantu membuat Pandawara mendapatkan support dan liput agar semakin banyak yang mengetahui Pandawara.

Konten tersebut salah satu konten yang dibuat pada salah satu sungai besar dimana dimana Pandawara group memperlihatkan secara nyata berupa potongan-potongan video proses mereka melakukan aksi bersih-bersih sampah. Dalam video tersebut juga berada pada perbatasan sungai besar yang ditemukannya banyak sekali sampah-sampah. Hal ini bisa dilihat pada teks yang terdapat dalam video tersebut yakni dapat diartikan bahwa dalam sungai besar, Pandawara group berhasil membersihkan dan mengumpulkan sebanyak 181 kantong sampah.

Selain itu, pada konten diberikan *caption* “tentang kepekaan terhadap sumber kehidupan” ini menjelaskan bahwa Pandawara Group berharap dengan diperlihatkan secara nyata bahwa sungai sudah tercemar dengan banyaknya sampah, ingin masyarakat dan publik sadar bahwa kita semua perlu untuk menjaga yang menjadi sumber kehidupan semuanya.

Berdasarkan Dilihat dari bagaimana Pandawara mengemas pesan dengan memperlihatkan jumlah sampah dan memperlihatkan secara fakta sampah yang sudah mencemari lingkungan ini menjadi alasan mengapa konten tersebut termasuk dalam bentuk pesan informatif.

4.2.2.2. Persuasif

bentuk pesan yang kedua ialah persuasif, dimana bentuk pesan ini merupakan bentuk pesan yang memperlihatkan konten yang dibuat ini bersifat mengajak dan juga dapat mempengaruhi serta meyakini orang lain untuk melakukan sesuatu tindakan atau kegiatan. Berikut ini peneliti sajikan analisis isi untuk bentuk pesan persuasif yang menjadi unit analisis dalam penelitian ini:



Gambar 4.4. Postingan Konten Persuasif Periode 1 Februari 2023
(sumber: https://www.instagram.com/p/CoG5_yJyQmv/)

Pada konten di atas menunjukkan satu postingan yang termasuk dalam bentuk pesan persuasif. Konten tersebut dipublikasikan pada 1 Februari 2023 yang mendapatkan jumlah like sebanyak 51.555 ribu dan 433 komentar. Melihat dari jumlah komentar dan isinya, banyak masyarakat yang memberikan komentar yang positif pada postingan ini. Komentarnya berupa banyaknya jawaban dari masyarakat yaitu “bersihkan bumi” beserta pendapat yang disampaikan masing-masing masyarakat.

Kemudian, terdapat juga beberapa perusahaan yang ikut komentar untuk mengajak Pandawara dalam bekerja sama. Dalam konten tersebut, berisikan tulisan yang menjelaskan bahwa Pandawara group ingin mengajak pengikutnya dan juga seluruh masyarakat Indonesia untuk menjaga kebersihan bumi agar tidak bumi yang

membersihkan seluruh manusia. Maksudnya ialah ketika bumi yang membersihkan kita berarti terjadinya bencana alam yang sebenarnya disebabkan oleh perbuatan oleh manusia sendiri.

Dengan diberikan *caption* “jadi gimana?” memperlihatkan bahwa Pandawara Group kembali menanyakan kepada seluruh pengikutnya di Instagram terkait apakah semuanya akan melakukan bersih-bersih atau tidak. Hal ini secara tidak langsung membuat publik merenungkan kembali apa yang sudah dilakukan. Kemudian publik akan terpengaruh dan meyakini untuk semuanya ikut tergerak melakukan suatu perubahan untuk menjaga kebersihan bumi.

4.2.3. Tema Pesan

Penelitian analisis isi kualitatif ini digunakan untuk menentukan tema konten berdasarkan dari kategori-kategori yang sebelumnya telah ditentukan. Kategori tersebut dilihat dari relevansi konten pada akun Instagram @Pandawaragroup. Setiap konten yang terpilih menjadi unit analisis dalam penelitian ini ialah yang paling merepresentasikan tema yang terdapat pada setiap kategori.

Tema pesan adalah gabungan dari ide tentang pikiran tentang suatu hal yang akan disampaikan komunikator pada penerima pesan (Narudin, 2016). Dalam menentukan dimensi dari tema pesan, peneliti melakukan analisis lebih dalam dan membagikannya menjadi beberapa dimensi berdasarkan dari konten-konten yang diunggah pada akun Instagram @Pandawaragroup yaitu pertama ialah project yang terbagi menjadi 3 lokasi sungai, selokan dan pesisir. Kemudian prestasi dan kolaborasi.

Tema pesan pertama ialah Project yang memiliki pengertian kegiatan yang direncanakan untuk mencapai tujuan tertentu (Arifin, 2018). Dimana dari pengertian tersebut dapat dilihat bahwa Pandawara melakukan kegiatan aksi bersih-bersih sampah yang direncanakan yaitu berdasarkan lokasi pembersihan yang menjadi tujuan ialah terdapat tiga sungai, selokan dan pesisir.

Pesisir yang berarti Pandawara Group memperlihatkan kondisi sampah-sampah yang berada di sekitaran pesisir pantai. Kedua ialah Selokan, tema ini

memperlihatkan kondisi selokan-selokan rumah sekitar warga yang sangat banyak sehingga hal tersebutlah yang menyebabkan banjir. Terakhir adalah sungai, dimana dalam konten tersebut memperlihatkan kondisi sampah yang berada di sungai. Pada ketiga tema tersebut diperlihatkan bagaimana proses bersih-bersih sampah yang dilakukan oleh Pandawara Group.

Tema pesan kedua ialah Prestasi, dimana konten yang disajikan dalam akun Instagram @pandawaragroup adalah konten yang memperlihatkan hasil yang mereka capai dari apa yang telah mereka kerjakan yaitu aksi bersih-bersih sampah. Tema pesan terakhir yaitu adalah kolaborasi, dimana konten yang diunggah oleh Pandawara memperlihatkan aksi bersih-bersih sampah di berbagai wilayah yang didukung oleh perusahaan atau brand-brand tertentu.

Setelah melakukan pengelompokan, berikut adalah jumlah konten berdasarkan tema pesan dari setiap unit analisis:

Tabel 4. 3. Jumlah Postingan Berdasarkan Tema Pesan

Kategori	Dimensi	Deskripsi	Jumlah Postingan	%
Tema Pesan	Project	suatu kegiatan yang memerlukan daya, biaya dan menghasilkan sesuatu dalam jangka waktu tertentu untuk mencapai suatu tujuan yang spesifik berdasarkan lokasi.	44	71%
	Prestasi	Prestasi adalah suatu hal yang membanggakan dan didapatkan hasil dari upaya yang telah dikerjakan. memperlihatkan apa yang telah dicapai dari apa yang telah dikerjakannya bersama team dalam melakukan aksi bersih-bersih sampah.	9	14,5%
	Kolaborasi	Kolaborasi adalah suatu hal yang dilakukan bersamaan dengan pihak lain untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan atau disepakati bersama. Dalam tema ini, Pandawara melakukan aksi bersih-bersih sampah bersamaan dengan perusahaan atau <i>content creator</i> lainnya.	9	14,5%

Sumber: Olahan Peneliti

Dari tabel di atas, peneliti menemukan beberapa hal yang menarik yaitu:

1. Tema pesan yang ingin disampaikan oleh Pandawara ialah bahwa project yang berdasarkan lokasi ialah konten yang memiliki jumlah postingan paling banyak.
2. Tema pesan prestasi dan kolaborasi memiliki jumlah postingan yang seimbang.

Artinya dalam membagi konten berdasarkan tema, Pandawara banyak melakukan project yang dimana kegiatan aksi bersih-bersih sampah berdasarkan lokasi yang sudah ditentukan yaitu sungai, selokan dan pesisir. Sedangkan untuk tema prestasi dan kolaborasi mendapatkan jumlah yang seimbang ini dapat dijadikan bukti kepada masyarakat membersihkan sampah bisa menjadi kegiatan yang membanggakan dan menarik perusahaan untuk bekerja sama.

4.2.3.1. Project

Project adalah kegiatan yang dilakukan dan memerlukan beberapa hal seperti daya, biaya dimana akan menghasilkan sesuatu dalam jangka waktu tertentu dengan memiliki tujuan yang spesifik untuk dicapai. Dalam penelitian ini, untuk mengetahui project dilihat berdasarkan lokasi dalam aksi Pandawara melakukan bersih-bersih sampah sesuai dengan konten yang dijadikan unit analisis yaitu:

1. Pesisir

Tema pesan pesisir pada konten yang diunggah dalam akun Instagram @pandawaragroup adalah konten yang ingin memperlihatkan bahwa pada lokasi pesisir pun masih ditemukan sampah-sampah. Berikut adalah analisis isi peneliti dari tema pesan pesisir yang menjadi unit analisis penelitian ini:



Gambar 4.5. Postingan Tema Pesan Pesisir Periode 4 October 2022
(sumber: <https://www.instagram.com/p/CjSAG2vL6ID/>)

Pada gambar di atas, merupakan salah satu postingan Pandawara group yang di unggah pada 4 Oktober 2022. Konten tersebut merupakan konten-konten awal yang di unggah oleh Pandawara Group di akun Instagramnya dan mendapatkan jumlah *like* sebanyak 8.802 dan 70 komentar. Menganalisis berdasarkan komentar, pada unggahan pertama ini berhasil mendapatkan komentar positif yaitu berupa pujian, ucapan semangat dan doa kepada team Pandawara.

Dalam video tersebut berbentuk video singkat yang memperlihatkan Pandawara sedang melakukan aksi bersih-bersih sampah di pinggir Pantai. Hal tersebutlah yang menjadi alasan mengapa konten ini termasuk dalam tema pesan kategori pesisir dikarenakan pesisir merupakan daerah tepi laut sebagai wilayah peralihan antara darat dan laut.



Gambar 4.6. Postingan Tema Pesan Pesisir Periode 27 Februari 2023
(sumber: <https://www.instagram.com/p/CpKWwNrtKg9/>)

Gambar di atas merupakan salah satu konten Pandawara Group yang di unggah dalam akun Instagramnya pada 27 Februari 2023. Pada konten tersebut mendapatkan sebanyak 1.108.790 kali dan mendapatkan sejumlah 111.730 like, dibagikan ke media sosial lainnya sebanyak 300 serta 1.053 komentar. Komentar yang diberikan pada konten di atas banyak hal-hal yang positif yaitu jawaban dari caption yaitu masyarakat juga mau ikut membersihkan sampah di pesisir, kemudian saran-saran yang diberikan berupa lokasi bersih-bersih, tak sedikit juga pujian untuk Pandawara.

Dalam postingan tersebut menunjukkan bahwa Pandawara Group melakukan aksi bersih-bersih sampah di pinggir pantai dengan kondisi sampah yang penuh di sepanjang pinggir pantai. Dilengkapi dengan caption “*ada yang mau ikut sama kita cleaning beach? Jadilah sustainable traveler! Kurangi sampah, bikin lebih indah nusantara*” menjelaskan bahwa Pandawara mengajak masyarakat untuk

membersihkan pantai bersama. Sedangkan untuk kata “*sustainable traveler*” dimaksud dengan jadilah seseorang yang melakukan perjalanan yang tidak hanya bertujuan untuk kesenangan semata. Namun, bagaimana proses menuju kesenangan tersebut dapat memberikan manfaat kepada lingkungan dan dunia. (Iskandar, 2019). Salah satunya yaitu dengan dapat menjaga kebersihan di wilayah pesisir.

Dari isi dan juga caption kita melihat bahwa konten tersebut termasuk dalam jenis tema pesan pesisir dikarenakan mereka memperjelas melalui gambar dan caption yang berada di pinggir pantai.

2. Selokan

Konten dengan tema pesan selokan pada konten yang diunggah dalam akun Instagram @pandawaragroup adalah konten yang ingin memperlihatkan aksi bersih-bersih sampah oleh team Pandawara di sekitar Selokan. Selokan adalah saluran untuk menyalurkan air yang pada umumnya terdapat di pinggir jalan ataupun sekitaran rumah warga. Berikut adalah analisis isi peneliti dari tema pesan Selokan yang menjadi unit analisis penelitian ini:



Gambar 4. 7 Postingan Tema Pesan Selokan Periode 17 Oktober 2022
(sumber: <https://www.instagram.com/p/Cj0PmaorDKr/>)

Konten di atas di unggah di akun Instagram pada 17 Oktober 2022 yang berarti merupakan salah satu konten awal Pandawara. Konten tersebut mendapatkan sebanyak 11.434 like dan 217 komentar. Dilihat berdasarkan komentar, postingan di atas mendapatkan komentar positif dari pengikutnya. Komentar tersebut berupa ucapan semangat, mendoakan, mengingatkan menjaga kesehatan serta tak sedikit yang *tag* para influencer, media dan pemerintahan untuk mengingatkan bahwa ada hal yang perlu didukung.

Postingan tersebut memperlihatkan aksi Pandawara Group yang sedang melakukan aksi bersih-bersih sampah di saluran air yang berada di pinggir jalan. Hal ini yang menjadikan konten tersebut termasuk dalam kategori tema pesan Selokan. Dilengkapi dengan *caption* “*happiness*”. Jika dilihat berdasarkan arti dari *caption* yaitu “kebahagiaan”. Dapat diartikan bahwa kebahagiaan yang dirasakan Pandawara Group ketika mereka sedang melakukan aksi bersih-bersih sampah demi menjaga kebersihan lingkungan dari sampah. Dalam postingan di atas juga terlihat bahwa banyaknya sampah yang menumpuk dari selokan kecil tersebut.



Gambar 4.8. Postingan Tema Pesan Selokan Periode 17 Desember 2022
(sumber: <https://www.instagram.com/p/CmQXLdPyY6J/>)

Gambar di atas adalah konten akun Instagram @Pandawaragroup yang di unggah pada 17 Desember 2022. Konten tersebut mendapatkan jumlah *like* sebanyak 31.496 dan 524 komentar dari publik. Berdasarkan komentar yang ada, keseluruhan pengikutnya memberikan komentar yang positif. Komentarnya berupa ucapan bangga dan semangat. Kemudian terdapat juga yang memberikan saran berupa menggunakan masker dan juga ditaruhkan papan berupa mengingatkan jangan buang sampah sembarangan. Selain itu, terdapat komentar yang mendukung untuk membuka donasi agar Pandawara dapat membeli peralatan yang lebih memadai untuk kesehatan mereka.

Dengan ditambahkan *caption* “Cuma pengen konsisten” menjelaskan kalau Pandawara ingin tetap melakukan aksi bersih-bersih sampah seperti yang dilakukannya sampai saat ini. Pada konten tersebut memperlihatkan Pandawara sedang melakukan aksi bersih-bersih sampah di saluran air kecil yang berada di pinggir jalan. Hal ini yang disebut sebagai konten yang termasuk dalam tema pesan Selokan. Dalam postingan tersebut juga menunjukkan kalau sampah-sampah masih banyak ditemukan di selokan.

3. Sungai

Konten dengan tema pesan sungai pada konten yang diunggah dalam media sosial Instagram @pandawaragroup adalah konten yang ingin memperlihatkan aksi bersih-bersih sampah oleh team Pandawara di sungai baik sekitar pinggiran ataupun dalam sungainya. Sungai adalah aliran air yang permukaannya berbentuk memanjang dan mengalir secara terus menerus dari hulu ke hilir. Berikut adalah analisis isi peneliti dari tema pesan sungai yang menjadi unit analisis penelitian ini:



Gambar 4.9. Postingan Tema Pesan Sungai Periode 19 Desember 2022
(sumber: https://www.instagram.com/p/CmWxcK_JHrr/)

Gambar di atas merupakan konten yang di unggah pada akun media sosial Instagram @Pandawaragroup pada 19 Desember 2022. Konten tersebut telah diputar sebanyak 3.744.375 kali, mendapatkan 475 ribu like, 4.969 komentar dan dibagikan ke media sosial lainnya sebanyak 3.186. Dalam konten diperlihatkan secara langsung oleh Pandawara group banyaknya sampah yang mereka temukan di dalam aliran air tersebut.

Melihat meningkatkan jumlah komentar, isi dari komentar keseluruhannya adalah komentar positif. Komentar yaitu berupa pujian, penyemangat sampai mendoakan Pandawara. Selain itu, tak sedikit juga masyarakat yang menyampaikan komentar yang memberikan kesan aneh kenapa konten Pandawara tidak viral padahal konten yang positif. Namun ditemukan komentar yang mempertanyakan kepada Pandawara sampah yang dikumpulkan nantinya akan diapakan selanjutnya.

Dilengkapi dengan *caption* “*stayin alive river*” yang jika diartikan ke dalam bahasa Indonesia yaitu menjaga sungai agar tetap hidup. Dari hal tersebut menjelaskan bahwa Pandawara ingin sungai yang saat itu sedang dibersihkan agar tetap bersih dan hidup. Maka dari itu, konten di atas termasuk dalam kategori tema pesan Sungai di karenakan dalam gambar tersebut terlihat bahwa Pandawara sedang melakukan aksi bersih-bersih sampah di dalam aliran air yang lebih besar dan memanjang.



Gambar 4.10. Postingan Tema Pesan Sungai Periode 23 Desember 2022
(sumber: <https://www.instagram.com/p/CmftgANPjr2/>)

Konten di atas merupakan salah satu konten akun Instagram @Pandawaragroup yang diunggah pada 23 Desember 2022. Konten tersebut saat ini sudah diputar oleh publik yaitu sebanyak 4.666.222 kali dengan total *like* sebanyak 451 ribu, 8.583 komentar dan 4.660 dibagikan ke media sosial lainnya.

Dilihat dari isi komentarnya, banyak masyarakat yang memberikan komentar positif namun ditemukan satu komentar negatif kepada Pandawara. Komentarnya ialah berupa berikan dukungan dan semangat, serta pujian bahwa Pandawara adalah contoh anak muda yang dapat menginspirasi. Selain itu, terdapat juga beberapa influencer, komunitas yang memberikan komentar.

Dalam konten di atas terlihat kondisi sampah yang berada di dalam sungai tersebut dan terdapat tulisan dimana kata-kata tersebut menunjukkan bahwa setelah Pandawara melakukan aksi bersih-bersih sampah di sungai tersebut Pandawara mengucapkan rasa syukurnya melalui kata “alhamdulillah” dan dari kata-kata “bisa dipake renang” mengartikan bahwa sungai tersebut airnya sudah bersih dari

sampah. Karena ketika seseorang melakukan aktivitas renang, air yang digunakan pastinya harus bersih.

Pada bagian *caption* konten di atas ditambahkan dengan “*make it better place*” yang jika diartikan ke dalam Bahasa Indonesia berarti “menjadikan tempat yang lebih baik”. Dimana menjelaskan bahwa, Pandawara group ingin mewujudkan melalui aksi bersih-bersih sampahnya dapat menjadikan sungai tersebut menjadi lebih baik. Maka dari itu, Postingan di atas termasuk dalam tema pesan sungai karena selain memperlihatkan lokasi aliran air yang dibersihkan yaitu lebih besar dan memanjang. Selain itu konten yang diunggah dalam bentuk video dengan durasi 39 detik.

4.2.3.2. Prestasi

- Konten dengan tema pesan prestasi pada konten yang diunggah dalam media sosial Instagram @pandawaragroup adalah konten yang ingin memperlihatkan Prestasi adalah suatu hal yang membanggakan dan didapatkan hasil dari upaya yang telah dikerjakan. memperlihatkan apa yang telah dicapai dari apa yang telah dikerjakannya bersama team dalam melakukan aksi bersih-bersih sampah Berikut adalah analisis isi peneliti dari tema pesan Prestasi yang menjadi unit analisis penelitian ini:



Gambar 4.11. Postingan Tema Pesan Prestasi 22 Februari 2023
(sumber: <https://www.instagram.com/p/Co-EIcdvMEt/>)

Gambar di atas diunggah pada akun media sosial Instagram @Pandawaragroup pada 22 Februari 2023. Konten di atas mendapatkan like sebanyak 653.546 ribu dan 5.218 komentar dari pengikutnya. Melihat ke dalam komentar keseluruhan, Pandawara mendapatkan komentar yang positif berupa

ucapan pujian dari masyarakat, influencer, perusahaan atau brand dan juga gubernur Jawa Tengah. Selain itu pernyataan betapa bangganya masyarakat kepada Pandawara sekaligus mendoakan. Tak sedikit juga yang memberikan komentar hanya berupa *emoticon* tepuk tangan, api dan *love*.

Konten tersebut menampilkan foto kebahagiaan Pandawara group pada saat menerima penghargaan sebagai “The Best Green Communication 2023” dari Indonesian Green Awards 2023. Penghargaan itu diberikan dikarenakan konten aksi bersih-bersih sampah yang dilakukan oleh Pandawara menjadi remain dan menginspirasi banyak pihak untuk mengikuti jejak Pandawara.

Pada konten tersebut ditambahkan pelengkap caption yang bertuliskan “kali2 fotonya pake baju bersih. Penghargaan ini kita dedikasikan untuk seluruh pejuang lingkungan yang ada di Indonesia”. Dari *caption* tersebut menjelaskan bahwa Pandawara ingin memberikan penghargaan ini juga kepada teman-teman atau komunitas lainnya yang ikut berjuang bersama dalam menjaga lingkungan di Indonesia ini agar tetap bersih.

Konten di atas termasuk dalam tema pesan prestasi karena ini merupakan salah satu prestasi yang mereka terima dari apa upaya yang telah mereka lakukan. serta penghargaan tersebut adalah merupakan hal yang bisa mereka banggakan hanya dengan melakukan aksi bersih-bersih sampah.



Gambar 4.12. Postingan Tema Pesan Prestasi 24 Februari 2023
(sumber: <https://www.instagram.com/p/CpDDCyGyJ3H/>)

Gambar di atas termasuk dalam salah satu konten tema pesan prestasi dikarenakan memperlihatkan hal yang bisa dibanggakan dari grup Pandawara group asal Indonesia di negara lain. Konten tersebut diunggah pada 24 Februari 2023

dengan mendapatkan jumlah like sebanyak 168.077 ribu dan 2.418 komentar dari pengikutnya.

Komentar yang didapatkan pada postingan di atas mayoritas ialah komentar yang positif berupa pernyataan bahwa Pandawara memang keren dan juga memberikan semangat kepada tim. Selain itu tidak hanya masyarakat, tetapi juga influencer, komunitas dan beberapa perusahaan ikut memberikan komentar. Pandawara juga beberapa menjawab komentar yang diberikan oleh semuanya. Tidak hanya serius, terdapat juga komentar yang berupa lelucon karena tidak mengerti arti dari postingan tersebut.

Dilengkapi dengan *caption* “jadi kebanggaan Indonesia sama buka aib Indonesia itu beda tipis *emot sad*” kata-kata di atas menjelaskan bahwa di sisi lain Pandawara merasa bangga bahwa mereka diperkenalkan di negara lain. Namun, di satu sisi, hal yang dikenalkan oleh Pandawara ini juga memperlihatkan betapa banyaknya sampah yang dihasilkan oleh Indonesia sehingga, sama saja Pandawara seperti memperlihatkan secara nyata aib Indonesia. Selain itu, melalui *emoticon* yang dicantumkan dalam *caption* memperlihatkan perasaan Pandawara akan kondisi sampah di Indonesia.

4.2.3.3. Kolaborasi

Konten dengan tema pesan kolaborasi pada konten yang diunggah dalam media sosial Instagram @pandawaragroup adalah konten yang memperlihatkan kerja sama dengan komunitas atau perusahaan lainnya untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan atau disepakati bersama. Dalam tema ini, Pandawara melakukan aksi bersih-bersih sampah bersamaan dengan perusahaan atau *content creator* lainnya Berikut adalah analisis isi peneliti dari tema pesan Prestasi yang menjadi unit analisis penelitian ini:



Gambar 4.13. Postingan Tema Pesan Kolaborasi Pada 20 Desember 2022
(sumber: <https://www.instagram.com/p/CmZDFnePUhG/>)

Gambar di atas adalah konten yang di unggah pada 20 Desember 2022 ke dalam akun Instagram @Pandawaragroup. Konten tersebut mendapatkan sebanyak 57.652 ribu like dan 665 komentar dari pengikutnya. Komentar yang dinyatakan oleh pengikutnya merupakan komentar – komentar yang positif yaitu berupa ucapan semangat, mengingatkan untuk menjaga kesehatan. Selain itu, banyak juga masyarakat yang memberikan komentar terkait bagaimana kesadaran lingkungan. Serta, banyaknya masyarakat yang mention ke influencer, berbagai gubernur dan juga presiden.

Dalam konten tersebut memperlihatkan aksi bersih-bersih Pandawara group di dalam selokan dengan menggunakan baju yang diberikan oleh #siapdarling sebagai bentuk support dan kerja sama antara #siapdarling dengan Pandawara group. Siap Darling merupakan Gerakan yang dibentuk oleh Bakti Lingkungan Djarum Foundation sejak November 2018. Gerakan ini bertujuan untuk menyebarkan konten positif mengenai kegiatan mencintai lingkungan dan bumi dan target utamanya ialah generasi milenial (SiapDarling, 2020). Dimana, hal ini sejalan dengan apa yang dilakukan oleh Pandawara Group saat ini.

Dengan mencantumkan *caption* “siap sadar lingkungan with siap darling #siapdarling” menjelaskan bahwa Pandawara menunjukkan kesiapannya untuk bersama-sama sadar terhadap lingkungan di Indonesia. Hal ini juga menunjukkan bahwa konten di atas termasuk dalam konten tema pesan Kolaborasi bersama dengan komunitas lainnya.



Gambar 4.14. Postingan Tema Pesan Kolaborasi Pada 23 Februari 2023
(sumber: <https://www.instagram.com/p/CpAb1iTrnx7/>)

Gambar di atas adalah konten yang diunggah dalam akun Instagram @Pandawaragroup pada 23 Februari 2023. Konten tersebut sudah diputar sebanyak 1.062.991 juta kali dan di like sebanyak 82.756 ribu like, 1.016 komentar serta 335 kali di bagikan ke media sosial lainnya. Dari komentar masyarakat, Pandawara banyak yang menyatakan dukungan, terimakasih udah mengedukasi dan menjadi contoh yang baik untuk masyarakat, mengingatkan untuk terus menjaga kesehatan. Serta, banyak juga masyarakat yang mempertanyakan terkait sikap penghuni pasar yang hanya diam saja melihat sampah yang berserakan.

Konten tersebut memperlihatkan kegiatan bersih-bersih sampah oleh Pandawara Group di Pasar dengan menggunakan baju dari BRI Peduli. Dalam video tersebut juga berisikan tulisan dimana kata-kata yang terdapat dalam konten tersebut dapat dijelaskan bahwa Pandawara melakukan Kerjasama dengan BRI Peduli untuk memberikan edukasi kepada pedagang di Pasar agar dapat mengelola dengan baik dan terpadu sampah-sampah yang dihasilkan. BRI Peduli Gerakan Anti Sampah “Yok Kita Gas” merupakan salah satu program pengelolaan sampah terpadu yang terintegrasi (Anam, 2023).

Ditambah dengan *caption* “sampah di pasar hinggapnya di TPA ya bukan di sungai ya! #GerakanAntiSampah #YokKitaGas #BRIPeduli” menunjukkan agar seluruh pengikutnya mengetahui kalau sampah di pasar tersebut jangan sampai dibuang ke sungai. Ditambah dengan adanya hashtag pada *caption* semakin mendukung bahwa konten ini termasuk dalam tema pesan Kolaborasi.

4.2.4. Bentuk Konten

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis kualitatif konten dengan tujuan untuk menentukan bentuk-bentuk konten yang di buat pada akun Instagram @Pandawaragroup berdasarkan kategori yang terdapat pada alat ukur sebelumnya. Dimensi dalam alat ukur penelitian ini dilihat berdasarkan relevansi konten yang di unggah dalam media sosial Instagram.

Penelitian ini melihat berdasarkan tulisan, gambar, video dan juga kombinasi antara ketiga bentuk konten tersebut. Pada akun Instagram @Pandawaragroup menggunakan keempat penyajian tersebut untuk menarik perhatian pengikutnya. Setelah melakukan pengelompokan konten, berikut adalah hasil angka yang diperoleh berdasarkan bentuk konten:

Tabel 4.4. Jumlah Postingan Berdasarkan Bentuk Konten

Kategori	Dimensi	Deskripsi	Jumlah Postingan	%
Bentuk Konten	Tulisan	Bentuk konten tulisan atau kata-kata yang dibuat oleh Pandawara Group dalam kontennya menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh <i>followersnya</i> . Pada konten ini berisikan kata-kata saja atau juga terdapat kata-kata bersama dengan angka atau data yang ditemukan dalam melakukan aksi bersih-bersih sampah	4	6%
	Gambar	Bentuk konten gambar biasanya menggambarkan apa yang sedang lakukan dan didapatkan oleh Pandawara pada saat melakukan aksi bersih-bersih di beberapa wilayah.	16	26%
	Video	Bentuk konten video biasanya menggambarkan aktivitas dari kreator. Dalam konten	9	15%

		Instagram @pandawaragroup video menggambarkan sebuah aksi pandawara yang sedang melakukan bersih-bersih di beberapa wilayah seperti selokan, pesisir, sungai dan juga pasar.		
	Kombinasi	Bentuk konten kombinasi ini merupakan gabungan antara gambar yang bergerak dengan tulisan, gambar tidak bergerak dengan tulisan yang disertai audio.	33	53%

Sumber: Olahan Peneliti

Dari hasil tabel di atas, peneliti menemukan beberapa temuan menarik sebagai berikut:

1. Dalam membuat konten akun Instagram @Pandawaragroup paling banyak menggunakan bentuk konten kombinasi. Dimana, konten tersebut berisikan gabungan antara tulisan, gambar dan video serta dilengkapi dengan musik.
2. Bentuk konten paling sedikit diunggah yaitu bentuk konten tulisan.

Artinya konten yang dibuat dan diunggah oleh Pandawara banyak menggunakan konten kombinasi dengan persentase 53% agar masyarakat dapat lebih tertarik dan menikmati konten tersebut dibandingkan konten bentuk tulisan. Hal ini di dukung oleh adanya data dari Kominfo pada tahun 2020 terkait format dan ragam konten digital di berbagai media sosial. Hasilnya menyatakan bahwa konten teks merupakan data paling rendah dengan 35% (PRINDONESIA.CO, 2021).

4.2.4.1. Tulisan

Bentuk konten yang dibuat hanya terdapat tulisan saja merupakan konten yang dibuat untuk menyampaikan informasi ataupun data dengan lebih detail. Dalam akun Instagram @Pandawaragroup, bentuk konten tulisan ini menggunakan

bahasa yang mudah dipahami oleh followersnya serta berisikan kata-kata yang singkat namun persuasif atau juga terdapat kata-kata bersama dengan angka atau data yang ditemukan dalam melakukan aksi bersih-bersih sampah. Berikut adalah analisis isi peneliti dari bentuk konten tulisan yang menjadi unit analisis penelitian ini:



Gambar 4.15. Postingan Bentuk Pesan Tulisan Pada 7 Desember 2022
(sumber: <https://www.instagram.com/p/Cl2oG9typWL/>)

Gambar di atas merupakan konten yang diunggah pada 7 Desember 2022 dalam akun Instagram @Pandawaragroup. Konten tersebut mendapatkan 14.639 like dan 83 komentar. Komentar dari postingan di atas mendapatkan banyak komentar positif yaitu banyaknya yang setuju dengan konten yang dibuat oleh Pandawara. Masyarakat juga menyampaikan beberapa pendapatnya bahwa kebersihan bumi harusnya tanggung jawab bersama. Selain itu, banyak juga yang memberikan komentar hanya berupa *emoticon*.

Postingan di atas termasuk dalam bentuk konten tulisan dikarenakan pada postingan tersebut berisikan kata-kata saja. Dari kata-kata tersebut menjelaskan bahwa Pandawara Group ingin menyampaikan kalau yang menjaga kebersihan di bumi ini bukan hanya Petugas Kebersihan saja, melainkan kita semua yang sebagai makhluk Tuhan dan juga orang-orang yang menggunakan fasilitas yang Tuhan sediakan. Fasilitas yang dimaksud adalah seluruh lingkungan, benda, hewan dan lain-lainnya yang ada di bumi.

Dilengkapi dengan *caption* “reminder” menjelaskan sekali bahwa ini adalah bentuk pengingat dari Pandawara Group kepada seluruh pengikutnya dan juga seluruh masyarakat di Indonesia agar sama-sama ikut menjaga kebersihan bumi ini.



Gambar 4.16. Postingan Bentuk Pesan Tulisan Pada 6 Januari 2023
(sumber: <https://www.instagram.com/p/CnEa9QYw2C/>)

Gambar di atas konten yang diunggah pada 6 Januari 2023 dalam akun Pandawara Group berhasil mendapatkan like sebanyak 30.716 ribu dan 292 komentar dari pengikutnya. Komentar yang banyak dituliskan oleh pengikutnya pada konten di atas ialah komentar yang positif. komentarnya berupa ungkapan rasa setuju pengikut dari konten yang dibuat oleh Pandawara, ada juga yang menyampaikan beberapa pengalaman, pendapat dan perasaan mereka kepada orang-orang yang masih membuat sampah sembarangan.

Konten tersebut termasuk dalam bentuk konten tulisan dikarenakan konten tersebut berisikan kata-kata saja yang mengajukan pertanyaan kepada pengikutnya tersebut dapat menjelaskan bahwa Pandawara Group juga mempertanyakan ini kepada diri mereka dan kepada publik dan masyarakat lainnya tentang bagaimana seorang manusia bisa tidak memikirkan terkait kesejahteraan bumi yaitu sebagai tempat tinggal manusia.

Hal ini juga dilihat dari *caption* yang berisikan “padahal biaya pergi ke mars mahal” memperkirakan dampak jika bumi nantinya hancur karena ulah manusia sendiri, maka seluruh manusia akan pindah ke Mars yang diperkirakan bahwa akan memakan biaya yang lebih mahal.

4.2.4.2. Gambar

Bentuk konten gambar yang dibuat berisikan gambaran kegiatan yang dilakukan atau temuan oleh Pandawara Group dalam melakukan aksi bersih-bersih di beberapa wilayah. Bentuk konten gambar ini juga dapat menarik perhatian para

pengikutnya. Berikut adalah analisis isi peneliti dari bentuk konten gambar yang menjadi unit analisis penelitian ini:



Gambar 4.17. Postingan Bentuk Konten Gambar Pada 12 Oktober 2022
(sumber: <https://www.instagram.com/p/CjnqnXbJthb/>)

Gambar di atas merupakan salah satu konten gambar yang diunggah pada 12 Oktober 2022 pada akun Instagram @Pandawaragroup. Konten tersebut adalah awal konten yang dibuat dan termasuk konten gambar dikarenakan menggambarkan secara langsung kondisi sungai yang dipenuhi dengan sampah.

Konten di atas mendapatkan jumlah like 7.819 ribu dan 33 komentar. Komentar yang diberikan berupa pujian. Konten di atas dilengkapi dengan *caption* “ada bukan pada tempatnya”. Dari *caption* tersebut dapat menjelaskan bahwa sungai atau selokan bukan tempat yang seharusnya dipenuhi dengan sampah. Sampah sendiri memiliki tempat pembuangan yang seharusnya ditempatkan.



Gambar 4.18. Postingan Bentuk Konten Pada 18 Januari 2023
(sumber: https://www.instagram.com/p/Cnjilv_yt0J/)

Di atas merupakan salah satu bentuk konten gambar yang di unggah dalam akun Instagram @Pandawaragroup pada 18 Januari 2023. Konten di atas termasuk bentuk gambar dikarenakan memperlihatkan apa yang sedang dilakukan oleh Pandawara dan hasil yang didapatkan dari aksinya yaitu sampah-sampah.

Konten tersebut mendapatkan perhatian dari masyarakat dan pengikutnya, hal ini terlihat dari jumlah *like* yang didapatkan yaitu sebanyak 131.229 ribu *like* dan jumlah komentar sebanyak 1.219 komentar. Secara keseluruhan, komentar yang terdapat pada konten di atas merupakan komentar yang positif. Komentarnya yaitu berupa memberikan pujian serta pernyataan bahwa Pandawara keren dan harus disebarluaskan. Selain itu, banyak juga yang mendoakan kesehatan dan memberikan semangat kepada anggota Pandawara. Terdapat juga beberapa komentar lucu terkait caption yang dituliskan.

Caption pada konten di atas yaitu bertuliskan “*banyak banget kenangan mantan*” dapat diartikan bahwa kata “mantan” memiliki makna “tidak berfungsi lagi” begitupun dengan sampah-sampah yang ditemukan tinggal lagi berfungsi dan berguna tetapi justru dapat merusak lingkungan.

4.2.4.3. Video

Bentuk konten video merupakan salah satu bentuk konten yang banyak menarik perhatian masyarakat, dikarenakan konten video lebih memudahkan masyarakat untuk memahami apa yang ditonton. Dalam akun Instagram @Pandawaragroup bentuk konten video berisikan aktivitas atau aksi Pandawara yang sedang melakukan bersih-bersih di beberapa wilayah. Berikut adalah analisis isi peneliti dari bentuk konten Video yang menjadi unit analisis penelitian ini:



Gambar 4.19. Postingan Bentuk Konten Video Pada 26 November 2022
(sumber: <https://www.instagram.com/p/ClamLMUJdn2/>)

Gambar di atas ialah salah satu bentuk konten video Pandawara pada saat sedang melakukan aksi bersih-bersih sampah yang diunggah pada 26 November 2022. Konten video ini mendapatkan sebanyak 90.687 *like* dan juga 1.357

komentar. Keseluruhan komentar, postingan ini mendapatkan banyak komentar positif seperti, Memberikan semangat, pujian, mendoakan dan juga masukan kepada Pandawara. Tak sedikit masyarakat yang ikut memberikan komentar menyatakan terkait pemerintahan yang hanya diam saja.

Dengan menambahkan *caption* “*sungai paling rusak sejauh ini*” menjelaskan bahwa, dari keseluruhan sungai yang dibersihkan oleh Pandawara sungai tersebut adalah sungai yang menghasilkan sampah yang banyak dari arti kata “rusak”. Durasi dalam konten ini ialah selama 1 menit 29 detik, sehingga objek dalam video akan terus bergerak atau berubah sesuai dengan durasinya serta diiringi oleh lagu sebagai pelengkap. Dari penjelasan itu lah, konten ini termasuk dalam bentuk konten video.



Gambar 4.20. Postingan Bentuk Konten Video Pada 14 Februari 2023
(sumber: <https://www.instagram.com/p/CoouOa6rj34/>)

Hasil tangkap layar dari konten video di atas diunggah dalam akun Instagram @Pandawaragroup pada 14 Februari 2023. Konten tersebut telah diutar sebanyak 996.517 ribu kali, 104.856 like, 1.094 dibagikan ke media sosial lainnya serta 1.669 komentar. Komentar yang membanjiri unggahan ini ialah berupa komentar positif seperti, mendoakan seluruh anggota Pandawara, saling mengingatkan kepada yang lain untuk tidak membuang sampah sembarangan dan juga memberikan pujian dan semangat.

Konten video di atas sebagai bentuk perayaan “valentine” atau yang dikenal sebagai hari kasih sayang. Namun, cara Pandawara merayakannya dengan cara berbeda yaitu dengan melakukan aksi bersih-bersih sampah. Hal ini didukung dari *caption* yang bertuliskan “*Valentine with earth*” dimana bisa diartikan juga sebagai,

kalau bumi juga kita perlu sayang dan jaga. Konten video dengan durasi 1 menit 25 detik yang dilengkapi dengan lagu sebagai penyemangat dan memperindah konten.

4.2.4.4. Kombinasi

Bentuk konten Kombinasi merupakan salah satu bentuk konten yang banyak dibuat dan diunggah ke dalam media sosial Instagram @Pandawaragroup. Konten kombinasi ini merupakan gabungan antara video dan gambar, atau video dengan tulisan maupun tulisan dan gambar, tulisan yang disertai juga dengan audio nyata. Dalam kontennya, Pandawara memperlihatkan potongan-potongan kegiatan mereka melakukan aksi bersih-bersih sampah di berbagai wilayah. Berikut adalah analisis isi peneliti dari bentuk konten kombinasi yang menjadi unit analisis penelitian ini:



Gambar 4.21. Postingan Bentuk Konten Kombinasi Pada 12 Oktober 2022
(sumber: <https://www.instagram.com/p/CjnqRC1Jqyl/>)

Konten di atas diunggah dalam akun Instagram @Pandawaragroup pada 12 Oktober 2022 merupakan konten yang baru-baru diunggah. Pada konten tersebut Pandawara mendapatkan 10.360 like dan 127 Komentar. Dimana, komentar yang mereka dapatkan mayoritas adalah komentar yang positif berupa ucapan semangat, mengingatkan untuk menjaga kesehatan. Memberikan saran untuk bekerja sama dengan warga atau pengurus sekitar sampai dengan untuk menjaga kesehatan. Sekaligus pujian-pujian untuk Pandawara dan tim.

Dalam konten tersebut, dilampirkan berupa foto dan video dimana memperlihatkan secara nyata bahwa di selokan saja terdapat sampah plastik yang sudah menyatu. Dari penjelasan di atas, konten ini termasuk dalam bentuk konten kombinasi. Selain itu, Pandawara juga menambahkan caption “harus nunggu banjir

sampe atap rumah?”. Dari caption tersebut dapat menjelaskan bahwa ini sebagai bentuk pertanyaan bahwa kapan masyarakat sadar bahwa sampah yang bertumpuk di selokan ini dapat menyebabkan banjir yang besar.



Gambar 4.22. Postingan Bentuk Konten Kombinasi Pada 9 November 2022 (sumber: <https://www.instagram.com/p/Ckuq8KdS-Dn/>)

Konten di atas ialah termasuk bentuk konten kombinasi karena dalam satu feeds melampirkan konten tulisan, kemudian gambar dan juga video. Konten tersebut diunggah pada 9 November 2022 dan memperoleh 11.709 ribu like, dan 79 Komentar. Komentar pada postingan tersebut, komentar yang terdapat pada postingan tersebut keseluruhannya ialah komentar yang positif. Komentar positif itu berupa pernyataan bahwa salut dan bangga kepada team Pandawara, kemudian menyatakan bahwa mereka sebagai anak muda juga malu membuang sampah sembarangan, ada juga yang menceritakan pengalamannya. Komentar yang memberikan semangat sampai dengan saran untuk memberikan informasi lokasi yang Pandawara kunjungi untuk melakukan bersih-bersih sampah.

Dalam konten tersebut dilampirkan gambar dan video bergerak singkat yang memperlihatkan kondisi sungai dan juga selokan yang tercemar oleh sampah. Selain itu, terdapat tulisan dalam konten tersebut yang dapat diartikan sebagai bahwa yang menyebabkan sungai ataupun selokan dipenuhi dengan sampah ialah orang-orang dewasa. Hal ini dikarenakan mereka juga pernah melihat secara langsung, ketika sedang membuang sampah bapak-bapak atau ibu-ibu justru membuangnya ke sungai atau selokan yang sedang mereka bersihkan. Sedangkan cara membuang sampah yang benar ialah buang pada tempatnya yang sudah tersedia.

Dilengkapi dengan *caption* “hmm” memperlihatkan bahwa Pandawara juga memikirkan bagaimana hal tersebut bisa terjadi. Hal tersebut dikarenakan sebagai

orang dewasa harusnya lebih memahami hal ini dan menjadi contoh untuk anak-anak di luar sana.

4.2.5. Jenis Konten

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan analisis kualitatif untuk menemukan jenis-jenis konten apa saja yang digunakan dalam mengemas konten dalam media sosial Instagram @Pandawaragroup sesuai dengan alat ukur penelitian ini yang relevansi dengan kontennya. Penelitian ini melihat terdapat 3 jenis konten yang diunggah yaitu, konten Informasi, Inspirasi dan Hiburan. Setelah melakukan pembagian konten, berikut hasil angka berdasarkan jenis konten:

Tabel 4.5. Jumlah Postingan Berdasarkan Jenis Konten

Kategori	Dimensi	Deksripsi	Jumlah Postingan	%
Jenis Konten	Hiburan	Konten mengandung hal yang lucu atau seru	4	6%
	Informasi	Informasi berupa data atau fakta dari penemuan Pandawara	26	43%
	Inspirasi	Konten yang dapat memberikan semangat dan menumbuhkan keinginan.	32	51%

Sumber: Olahan Peneliti

Berdasarkan tabel di atas, terdapat beberapa hal-hal menarik yang ditemukan oleh peneliti yaitu:

1. Jenis konten yang banyak diunggah dalam akun Instagram ialah Inspirasi
2. Jenis konten hiburan yang paling jarang diunggah oleh Pandawaragroup

Artinya, akun Instagram @Pandawaragroup dalam membuat konten untuk menyampaikan pesan yang ingin disampaikan kepada masyarakat ialah dalam jenis Inspirasi dengan besar persentase 51%. Hal ini memperlihatkan bahwa dengan menginspirasi orang banyak, maka akan banyak masyarakat yang tergerak dan

memikirkan persoalan yang sama. Hal ini menjadi tujuan Pandawara yang ingin membuat masyarakat bersama-sama untuk menjaga kebersihan bumi.

4.2.5.1. Hiburan

Jenis konten hiburan merupakan salah satu konten yang menggabungkan unsur keseruan dan kelucuan dalam video, gambar ataupun tulisan dengan tujuan menghibur audiens. Dalam konten Pandawara Group, jenis konten hiburan di buat untuk memperlihatkan hal-hal yang lucu atau keseruan yang mereka lakukan pada saat melakukan aksi bersih-bersih sampah di berbagai wilayah. Berikut adalah analisis isi peneliti dari jenis konten hiburan yang menjadi unit analisis penelitian ini:



Gambar 4.23. Postingan Jenis Konten Hiburan Periode 30 November 2022
(sumber: <https://www.instagram.com/p/CIIS7-HOgdh/>)

Pada gambar di atas merupakan tangkap layar dari salah satu konten yang di unggah pada 30 November 2022. Dalam konten tersebut memiliki durasi 26 detik, yang memperlihatkan potongan video keseruan dan hal-hal lucu yang terjadi di tengah waktu Pandawara melakukan aksi bersih-bersih sampah di berbagai wilayah. Dari penjelasan di atas maka konten tersebut termasuk dalam jenis konten hiburan.

Konten ini sudah diputar sebanyak 491.702 kali, mendapatkan 25.975 *like*, dibagikan ke berbagai media sosial sebanyak 368 kali dan memiliki 296 komentar

dari publik. Menganalisis komentar yang terdapat pada konten di atas, mayoritas komentar yang didapatkan ialah termasuk komentar yang positif. Hal ini dilihat karena banyak yang memberikan komentar berupa mendoakan, memuji dan juga memberikan semangat kepada Pandawara. Serta tidak sedikit juga masyarakat yang *mention* ke berbagai pemerintahan, gubernur, influencer bahkan presiden.

Caption yang dilihat dari “*thank you November*” yang dapat diartikan bahwa konten ini merupakan konten penutup pada bulan November.



Gambar 4.24. Postingan Jenis Konten Hiburan Periode 10 Desember 2022 (sumber: <https://www.instagram.com/p/Cl-h4navaJb/>)

Konten di atas adalah hasil dari tangkap layar yang diambil dari unggahan pada tanggal 10 Desember 2022. Video tersebut berdurasi 1 menit 29 detik sudah ditonton sebanyak 2.026.730 kali, mendapatkan 247.959 like, 1.483 kali dibagikan ke berbagai media sosial serta mendapatkan 2.920 komentar dari publik.

Melihat banyaknya komentar ternyata mayoritas komentar yang didapatkan pada konten tersebut ialah komentar yang mendukung Pandawara dan membela Pandawara yang mendapatkan komentar negatif dari konten media sosial lainnya. Komentar dari masyarakat justru menyetujui bahwa konten yang dibuat oleh Pandawara harus dilirik oleh Pemerintah dikarenakan konten ini berhubungan dengan kondisi lingkungan bersama.

Selain itu, tidak sedikit juga masyarakat yang marah kepada pengguna yang memberikan komentar negatif tersebut. Dalam video diperlihatkan komentar tersebut dimana merupakan salah satu mendapatkan komentar yang negatif, namun justru Pandawara menanggapi dengan memperlihatkan keseruan dan kelucuan

pada saat melakukan aksi bersih-bersih sampah yang dapat diartikan dengan meskipun Pandawara belum memiliki pekerjaan, namun mereka bisa berkontribusi kepada bumi. Dari penjelasan di atas, maka konten tersebut termasuk jenis konten hiburan.

4.2.5.2. Informasi

Jenis konten informasi adalah konten yang menginformasikan dan memberikan pengetahuan kepada khalayak terkait hal-hal penting baik. Dalam akun Instagram @Pandawaragroup, jenis konten informasi berisikan terkait penyajian data, memperlihatkan secara nyata atau informasi terkait kerja sama. Berdasarkan analisis isi peneliti dari jenis konten informasi yang menjadi unit analisis penelitian ini sebagai berikut:



Gambar 4. 25 Postingan Jenis Konten Informasi Periode 17 November 2022
(sumber: <https://www.instagram.com/p/CIEGAQoy7ST/>)

Gambar di atas ialah hasil dari tangkap layar video yang terdapat pada akun Instagram @Pandawaragroup periode 17 November 2022. Konten di atas berisikan cuplikan cuplikan video dalam bentuk feeds yang membicarakan terkait pemberitahuan kepada seluruh pihak eksternal yang ingin bekerja sama untuk tidak hanya untuk “*gimmick*”.

Selain video tersebut, Pandawara juga menampilkan video dan foto pada saat mereka sedang membersihkan secara nyata sampah-sampah yang ada di sungai. Hal tersebut memperlihatkan kalau konten yang mereka buat ini memang bukan hanya untuk rekayasa. Ini diperjelas juga dalam caption “*jaga bumi kita tanpa rekayasa yukk*”. Jika diartikan, maksud dari caption tersebut adalah mengajak

untuk seluruh pihak kalau ingin menjaga bumi ini bersama jangan hanya rekayasa saja, tapi secara nyata dan tidak dibuat-buat.

Selain itu, konten yang di atas mendapatkan 16.525 like dan 309 komentar. Melihat jumlah komentar tersebut, mayoritas isi dari kolom komentar adalah komentar yang positif yaitu berupa, mendoakan, mengucapkan semangat dan memuji Pandawara serta banyak publik yang mendukung Pandawara untuk tidak bekerja sama dengan yang ingin hanya rekayasa saja.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dari itu konten tersebut termasuk dalam jenis konten informasi.



Gambar 4. 26 Postingan Jenis Konten Informasi Periode 27 Januari 2023
(sumber: <https://www.instagram.com/p/Cn5xDjPOwCH/>)

Gambar di atas adalah hasil dari potongan video berdurasi 1 menit 21 detik yang diunggah dalam akun Instagram @Pandawaragroup pada 27 November 2022. Konten di atas berisikan video proses bagaimana Pandawara melakukan aksi bersih-bersih sampah di Sungai dan tulisan dalam video. Dari tulisan tersebut dapat menjelaskan bahwa 1,014kilogram sampah tersebut merupakan sampah-sampah yang berhasil dikumpulkan oleh Pandawara dalam satu sungai tersebut. Dari tulisan dan video di atas dapat menjelaskan bahwa Pandawara ingin menginformasikan secara langsung bahwa hanya satu sungai saja terkumpul sampah sebanyak itu, hal ini dirasa penting untuk diinformasikan kepada masyarakat agar sama-sama untuk tidak membuang sampah sembarangan lagi.

Hal ini didukung dengan adanya caption bertuliskan “1,4ton sampah dalam satu sungai berhasil kita ambil dan itu bukan sesuatu yang perlu dibanggakan.”. Artinya, walaupun Pandawara berhasil mengumpulkan banyak sampah dalam satu

sungai, justru hal tersebut bukan sesuatu yang dibanggakan karena sampah seharusnya tidak banyak ditemukan di sungai.

Sehingga sebanyak 5.930.833 orang yang memutar video ini, di like sebanyak 866.424, sebanyak 9.777 ribu dibagikan ke berbagai media sosial dan 25.785 komentar. Dari banyaknya jumlah komentar pada konten ini, setelah di analisis komentarnya dipenuhi dengan komentar yang positif. Karenakan banyak masyarakat yang justru mendukung kalau Pandawara harus di undang ke televisi, kemudian mendukung dan memuji serta mendoakan Pandawara. Selain itu banyak Influencer dan Aktris yang ikut berkomentar, serta saling mengingatkan untuk tidak membuang sampah di sungai lagi.

Dari penjelasan di atas, maka konten ini merupakan konten yang termasuk dalam jenis konten informasi.

4.2.5.3. Inspirasi

Jenis konten inspirasi adalah konten yang membuat masyarakat atau pengikutnya dampak positif berupa semangat dan juga menumbuhkan keinginan kepada khalayaknya. Dalam akun Instagram @Pandawaragroup, konten Inspirasi memperlihatkan perjuangan yang membawa suasana kepada khalayaknya untuk sama-sama menjaga lingkungan baik video, gambar ataupun *caption* dan lagu. Berdasarkan analisis isi peneliti dari jenis konten inspirasi yang menjadi unit analisis penelitian ini sebagai berikut:



Gambar 4.27. Postingan Jenis Konten Inspirasi Periode 11 November 2022
(sumber: <https://www.instagram.com/p/CkzoMCEPCmT/>)

Gambar di atas adalah merupakan salah satu konten video yang di unggah pada 11 November 2022 dalam akun Instagram @Pandawaragroup. Dalam konten ini memperlihatkan perjuangan Pandawara proses melakukan aksi bersih-bersih sampah di salah satu sungai.

Dalam konten tersebut dilengkapi dengan lagu “Ibu Pertiwi” dimana, makna lagu dari Ibu Pertiwi ialah tanah air Indonesia ini yang memiliki keindahan dan kekayaan alam sangat melimpah, namun saat ini sedang dilanda kesusahan. Kesusahan yang dimaksud ialah melihat kerusakan yang saat ini keindahan alam yang tertutup oleh sampah-sampah.

Selain itu, konten tersebut dilengkapi dengan *caption* berisikan “hanya sampah yang bisa kami jajah. ‘selamat hari pahlawan’”. maksud dari kata jajah adalah sesuatu yang bisa di perangi. Sedangkan maksud dari Pandawara ialah mereka hanya bisa memerangi sampah sebagai bentuk mereka menghargai para Pahlawan yang sudah berjuang untuk memerdekakan Indonesia. Dari penjelasan di atas, maka konten ini termasuk dalam jenis konten inspirasi.

Konten di atas sudah diputar sebanyak 652.693 kali, mendapatkan *like* sebanyak 62.846 *like*, 2.244 dibagikan ke media sosial lainnya dan 1.546 komentar. Dari banyaknya jumlah komentar dalam konten tersebut, mayoritas komentar yang didapatkan ialah komentar yang positif. Berisikan seperti memuji, mendoakan dan memberikan semangat. Selain itu, banyak masyarakat yang menyampaikan bahwa Pandawara juga merupakan pahlawan dan bisa menjadi contoh untuk anak muda lainnya.



Gambar 4.28. Postingan Jenis Konten Inspirasi Periode 14 Januari 2023 (sumber: <https://www.instagram.com/p/CnZeGKRsJ-w/>)

Di atas merupakan salah satu gambaran dari konten yang diunggah pada 14 Januari 2023. Konten di atas berisikan potongan-potongan kisah Pandawara, awal mula Pandawara, alasan membuat konten, keluh kesah dan apa yang mereka temukan pada saat mereka melakukan aksi bersih-bersih sampah di seluruh wilayah.

Dalam video tersebut juga berisikan tulisan dan sound yang menceritakan tentang alasan Pandawara melakukan aksi bersih-bersih sampah itu ialah karena mereka korban dari banjir. Kemudian mereka membersihkan sampah tersebut namun banjir tidak berkurang, ini terjadi karena saat mereka sedang membersihkan pun masih terdapat warga membuang sampah. Selain itu, Pandawara juga menceritakan pada saat mereka bersih-bersih mereka bertemu dengan hewan ular namun ular tersebut tidak menyerang karena Pandawara beranggapan bahwa ketika niat kita baik dan ingin membersihkan rumah mereka, mereka akan tahu dan tidak akan mengganggu manusia balik.

Dilengkapi dengan caption “Berikan aku 5 pemuda maka” dari kalimat tersebut juga menjelaskan bahwa angka “5” menggambarkan Pandawara yang beranggotakan lima orang. Kemudian kata “berikan aku pemuda maka” merupakan kata-kata dari Bung Karno yang ingin generasi muda harus berani menghadapi tantangan, hambatan dan ancaman baik dari dalam maupun dari luar.

Dari penjelasan di atas, maka dari itu konten ini termasuk dalam konten inspirasi. Konten di atas telah di putar sebanyak 3.059.081 juta kali, mendapatkan 258.912 ribu like, 3.079 kali dibagikan serta 6.061 komentar. Dari keseluruhan komentar, mayoritas konten tersebut mendapatkan komentar positif berupa, kata-kata semangat, rasa bangga masyarakat kepada Pandawara, terdapat juga beberapa masyarakat yang menyampaikan pendapatnya. Serta tidak sedikit masyarakat yang meneruskan kata-kata dengan sedikit candaan.

4.2.6. Tanggapan Konten

Tanggapan konten diartikan sebagai persepsi atau pandangan dari yang diutarakan oleh masyarakat terhadap suatu konten, Dimana, dalam melihat tanggapan masyarakat terhadap suatu konten dalam media sosial dibagi menjadi

dua yaitu positif dan negatif (Salim P. O., 2022). Tanggapan positif adalah tanggapan yang dimana suatu individu tau masyarakat menyatakan persetujuan terhadap topik yang di bahas. Hal tersebut ditandai dengan bahasa yang santun, tidak menyinggung perasaan orang lain serta dukungan. Sedangkan tanggapan negatif ialah suatu individu menyampaikan kalimat yang tidak mendukung berupa kalimat menyudutkan, hinaan ataupun cacian (Salim P. O., 2022).

Pada konten yang diunggah dalam akun Instagram @Pandawaragroup, setelah peneliti melakukan analisis terhadap 62 konten yang dipilih sebagai unit analisis penelitian ini, keseluruhan kontennya memiliki tanggapan dan secara mayoritas tanggapan positif lebih tinggi dibandingkan dengan tanggapan negatif. Tanggapan positif berada pada angka 62 *postingan* setara dengan 100%. Sedangkan tanggapan negatif tidak sama sekali ditemukan pada kolom komentar konten Pandawara atau setara dengan 0%.

- Setelah dilakukannya pengelompokan berdasarkan tanggapan konten dari setiap unit analisis dalam penelitian ini, persentase yang diperoleh ialah sebagai berikut:

Tabel 4. 6. Jumlah Postingan Berdasarkan Tanggapan Konten

Kategori	Dimensi	Deksripsi	Jumlah Postingan	%
Tanggapan Konten	Tanggapan Positif	Tanggapan berupa pernyataan dukungan	62	100%
	Tanggapan Negatif	Tanggapan berupa kalimat hinaan atau cacian	0	0%

Sumber: Olahan Peneliti

Dari tabel di atas, terdapat beberapa temuan menarik yang peneliti dapatkan sebagai berikut:

1. Keseluruhan konten Pandawara mendapatkan tanggapan positif dari masyarakat ataupun content creator lainnya.

Artinya, walaupun konten yang dibuat hanya melakukan aksi bersih-bersih sampah, namun, banyak masyarakat merasa hal tersebut adalah kegiatan yang positif terbukti dari jumlah persentase di atas yaitu 100%. Sedangkan untuk tanggapan negatif dengan persentase 0% dapat dikatakan dengan tidak adanya

masyarakat menganggap yang dilakukan oleh Pandawara merupakan hal yang negatif.

4.2.6.1. Tanggapan Positif

Konten yang memiliki tanggapan positif dapat dilihat dari pernyataan dukungan terhadap konten yang diunggah. Pernyataan tersebut bertujuan untuk mengutarakan rasa setuju terhadap isi pesan terdapat dalam konten. Tanggapan positif yang dimaksud ialah berupa sebuah memberikan semangat, mendoakan, memuji serta memberikan saran.

Berikut ini peneliti sajikan analisis isi dari tanggapan positif yang terdapat dalam keseluruhan konten yang menjadi unit analisis dalam penelitian ini:

1. Memberikan Semangat

Memberikan semangat merupakan salah satu tanggapan positif yang diutarakan oleh masyarakat dalam setiap konten yang diunggah oleh Pandawara. Dengan memberikan semangat merupakan salah satu bentuk pernyataan yang mendukung Pandawara untuk terus membuat konten. Berikut ialah contoh tanggapan yang memberikan semangat:



Gambar 4. 29 Contoh Tanggapan Positif Memberikan Semangat (sumber: Olahan Peneliti)

Berdasarkan tanggapan semangat di atas, masyarakat menyatakan bahwa Pandawara adalah salah satu sosok yang dianggap sebagai pahlawan ataupun pejuang lingkungan.

2. Mendoakan

Mendoakan merupakan salah satu tanggapan positif, dimana tanggapan tersebut dapat dikatakan sebagai salah satu pernyataan yang mendukung Pandawara. Mendoakan adalah akhlak terpuji dan menunjukkan kepedulian

antara satu sama lain (Kesan.id, 2021). Berdasarkan hasil analisis peneliti, banyak ditemukan tanggapan yang mendoakan Pandawara sebagai berikut:



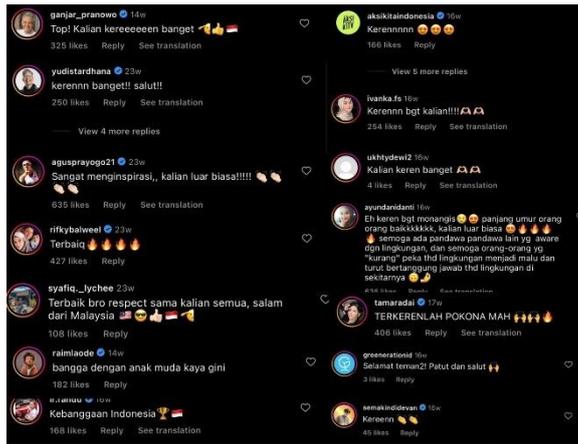
Gambar 4. 30. Bukti Tanggapan Positif Mendoakan (sumber: Olahan Peneliti)

Berdasarkan dengan beberapa contoh tanggapan di atas, dapat dijelaskan

- bahwa masyarakat banyak mendoakan untuk kesehatan, keselamatan Pandawara. Selain itu, masyarakat juga mendoakan agar kegiatan yang Pandawara lakukan saat ini dapat menjadi contoh dan menumbuhkan kesadaran bagi anak muda lainnya.

3. Memuji

Memuji adalah salah satu tanggapan positif yang terdapat dalam konten Instagram @Pandawaragroup. Memuji adalah melahirkan kekaguman dan penghargaan terhadap sesuatu (yang dianggap baik, indah dan lainnya) (Susanti, 2019). Secara mayoritas, dalam setiap konten Pandawara banyak mendapatkan tanggapan memuji baik dari masyarakat, influencer, komunitas lainnya ataupun Pemerintahan. Berikut adalah contoh tanggapan positif memuji yang peneliti temukan:

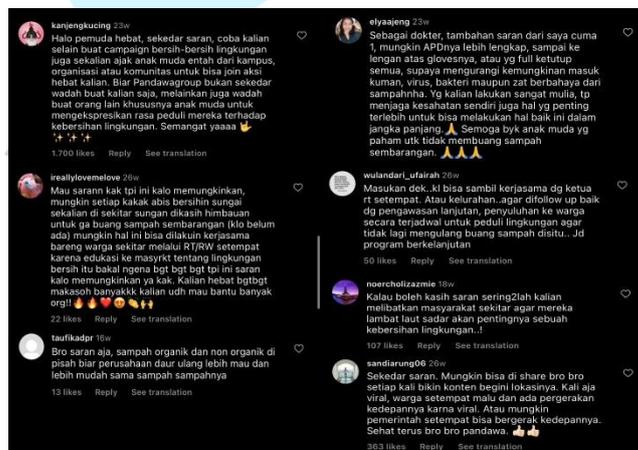


Gambar 4. 31. Contoh Tanggapan Positif Memuji (sumber: Olahan Peneliti)

Dari contoh di atas, dapat dikatakan bahwa apa yang dilakukan oleh Pandawara yaitu melakukan aksi bersih-bersih sampah merupakan tindakan yang keren. Tidak hanya masyarakat Indonesia, namun terdapat juga pengguna Malaysia yang memberikan pujian kepada Pandawara.

4. Saran

Saran adalah sesuatu pendapat, anjuran ataupun usulan yang diungkapkan dengan tujuan agar adanya peningkatan ataupun perbaikan dari keadaan sebelumnya (Qothrunnada, 2022). Pada keseluruhan konten Pandawara, saran merupakan salah satu tanggapan positif yang diberikan oleh masyarakat. Berikut adalah contoh tanggapan saran yang ditemukan oleh peneliti pada setiap konten Pandawara:



Gambar 4. 32. Contoh Tanggapan Positif Saran (sumber: Olahan Peneliti)

Pada contoh tanggapan di atas yang terdapat pada keseluruhan konten Pandawara, tanggapan saran diutarakan tidak hanya masyarakat, namun terdapat juga saran dari orang yang berprofesi, salah satunya ialah dokter. Saran yang diberikan juga terkait kebersihan dan kesehatan dari team Pandawara, kemudian saran untuk menginformasikan lokasi yang dibersihkan Pandawara serta saran untuk Pandawara dapat bekerja sama oleh masyarakat sekitar.

4.2.7. Pembahasan Penelitian

Setelah peneliti menyajikan hasil analisis mengenai pengemasan pesan lingkungan pada akun Instagram @Pandawaragroup yang terbagi menjadi sifat dan tema pesan serta bentuk dan jenis konten yang dijelaskan pada subbab di atas. Maka pada sub bab ini, peneliti akan menguraikan penjelasan secara menyeluruh terkait pengemasan pesan lingkungan. Tujuannya ialah untuk menjelaskan pengemasan pesan lingkungan pada akun Instagram @Pandawaragroup yang dilihat dari sifat dan tema pesan, bentuk dan jenis konten serta tanggapan konten. Berikut ini peneliti uraikan pembahasan hasil dari analisis yang telah dilakukan pada sub bab sebelumnya:

4.2.6.1. Bentuk Pesan

Bentuk pesan merupakan salah satu cara bagaimana seorang kreator yang ingin menyampaikan pesan kepada audiensnya yang dibagi menjadi beberapa sifat yaitu informatif, persuasif dan koersif. Setelah melakukan analisa pada pembahasan sebelumnya, bentuk pesan yang ingin disampaikan oleh pandawara kepada audiens yang paling sering digunakan ialah persuasif.

Bentuk pesan persuasif bersifat mengajak dan dapat mempengaruhi serta meyakinkan orang lain untuk dapat melakukan suatu tindakan atau kegiatan. Dalam konten bersifat persuasif ini, Pandawara juga memperlihatkan proses dan perjuangan pandawara melakukan aksinya yaitu bersih-bersih sampah di berbagai lokasi yang tertumpuk sampah seperti sungai, selokan dan pesisir. Selain itu, dalam

kontennya memainkan pengambilan angle kamera yang dapat memperlihatkan sisi perjuangan.

Dari konten-konten tersebut jika dilihat dari komentar-komentarnya yang secara mayoritas adalah komentar positif. Dimana, komentarnya berupa ucapan terimakasih kepada Pandawara yang sudah menginspirasi serta beberapa doa agar anak muda lainnya dapat mengikuti jejak Pandawara. Selain itu komentar juga dari masyarakat yang ikut saling mengingatkan kepada masyarakat lainnya.

Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa ternyata konten persuasif merupakan konten yang paling sering digunakan dalam membuat konten pada akun Instagram @Pandawaragroup yang dibuat dengan semenarik mungkin. Karena sejalan dengan tujuan Pandawara yaitu ingin membuat masyarakat Indonesia dari berbagai daerah sadar dan tergerak untuk bersama-sama menjaga kebersihan lingkungan dari sampah. Selain itu, bentuk pesan informatif hanya berbeda sedikit dikarenakan Pandawara juga ingin melalui informasi yang diberikan dengan banyaknya sampah yang didapatkan dari hasil aksinya dapat menumbuhkan kesadaran. Serta untuk bentuk pesan koersif, Pandawara tidak membuat sama sekali karena Pandawara sendiri tidak ingin membuat masyarakat tersadar dari hal-hal yang dipaksakan.

4.2.6.2. Tema Pesan

Tema pesan digunakan untuk mengkategorikan penyajian pesan yang akan disampaikan kepada audiensnya melalui konten-konten. Dimana dalam penyajian ini terbagi menjadi Project, Prestasi dan Kolaborasi. Setelah peneliti melakukan analisa pada konten yang ditampilkan pada media sosial Instagram @Pandawaragroup tema pesan yang banyak ditampilkan ialah project. Dimana, dimensi tersebut meliputi dan menampilkan kegiatan Pandawara yang sedang melakukan aksinya dalam membersihkan tumpukan sampah yang berada di selokan, sungai dan pesisir. Dengan menyajikan kondisi sampah yang bertumpuk di lokasi tersebut, hal ini bertujuan untuk Pandawara menyampaikan pesan bahwa

kondisi selokan dan sungai, pesisir saat ini ialah kondisi yang buruk dikarenakan tumpukan sampah.

Selain itu, tema pesan yang selanjutnya sering diunggah ialah prestasi dan kolaborasi. Dimana konten prestasi ini memperlihatkan hal yang mereka dapatkan sebagai bentuk penghargaan untuk menjadi anak muda yang sadar akan lingkungannya. Selain itu, hal ini juga berdampak baik untuk kolaborasi karena melihat banyaknya perusahaan atau brand yang ikut mendukung Pandawara untuk membangun kesadaran masyarakatnya.

Dari penjelasan di atas, maka dapat dinyatakan bahwa pada Instagram @Pandawaragroup tema pesan yang paling sering di angkat ialah project Akan tetapi, disamping itu untuk tema pesan prestasi dan kolaborasi menjadi konten kedua yang paling sering diunggah untuk membuktikan hal-hal positif lainnya.

4.2.6.3. Bentuk Konten

Bentuk konten yang digunakan dalam media sosial Instagram @Pandawaragroup merupakan bentuk yang dibuat semenarik mungkin agar pesan yang ingin disampaikan oleh Pandawara dapat dipahami oleh audiensnya sesuai dengan bagaimana kreator ingin mengekspresikan kegiatan yang dilakukan. Berdasarkan analisa yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya, Pandawara menyampaikannya secara sederhana dan memperlihatkan langsung kondisi yang saat ini terjadi.

Dilihat berdasarkan kontennya, Pandawara membagi menjadi bentuk tulisan, video, gambar dan kombinasi. Dari keempat bentuk tersebut, paling banyak bentuk yang diunggah ialah bentuk konten kombinasi. Kombinasi ialah gabungan dari gambar, tulisan dan juga video dalam satu unggahan terkait aksinya dalam melakukan bersih-bersih sampah.

Bentuk konten kombinasi tersebut dibuat agar melalui tulisan, audiens mengetahui tanggapan Pandawara terkait kondisi sampah tersebut, kemudian melalui foto dan video Pandawara dapat membuktikan kepada masyarakat bahwa kondisi saat ini terlanjur sudah sangat tidak baik. Tulisan sendiri dalam konten kombinasi dapat diluar gambar atau video atau berada di dalamnya.

Untuk bentuk konten yang cukup sering diunggah ialah Gambar, dimana dalam kontennya menampilkan salah satu gambaran kondisi Pandawara saat melakukan bersih-bersih sampah. Selanjutnya ialah bentuk konten video dimana konten video ini dikemas lebih berbeda dilengkapi dengan lagu dan juga menampilkan proses sampai kondisi *before and after* lokasi yang sedang dibersihkan oleh Pandawara. Serta yang jarang diunggah ialah bentuk konten tulisan. Dimana, konten tulisan ini hanya berbentuk *reminder* dan juga pertanyaan serta pernyataan dari Pandawara terkait permasalahan sampah dan juga tingkah dari masyarakat.

Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa bentuk konten yang diunggah paling sering oleh Pandawara ialah kombinasi. Dikarenakan, konten kombinasi dikatakan konten yang lebih lengkap untuk menyampaikan pesan kepada audiensnya agar pesan yang disampaikan juga dapat tersampaikan dengan baik dan mudah dimengerti.

4.2.6.4. Jenis Konten

Jenis konten merupakan salah satu cara untuk mengetahui jenis konten apa yang paling diminati oleh audiens. Dalam akun Instagram @Pandawaragroup, jenis konten yang diunggah terbagi menjadi tiga bentuk hiburan, informasi dan inspirasi. Ketiga kategori tersebut dibuat berdasarkan jenis konten yang banyak diminati.

Berdasarkan hasil analisis peneliti pada sub-bab sebelumnya, jenis konten yang banyak digunakan oleh Pandawara pada media sosial Instagramnya ialah jenis konten Inspirasi. Jenis konten ini berguna untuk memberikan dampak yang positif, memberi dan membangun inspirasi dan semangat untuk pada khalayak agar dapat bersama membangkitkan kesadaran untuk menjaga lingkungan terutama untuk tidak membuang sampah sembarangan.

Dalam membuat jenis konten Inspirasi, konten dibuat lebih mendramatisir dan memainkan perasaan masyarakat baik dari pengeditan video ataupun pilihan lagu dan juga *caption*. Sebagai contoh dari gambar 4.27 dan 4.28 banyak menarik perhatian masyarakat terlihat dari jumlah pemutar video, like, bagikan dan juga

komentarnya. Sehingga, banyak masyarakat yang terinspirasi dan menyadari bahwa seberapa pentingnya untuk menjaga lingkungan terutama dari sampah.

Selain itu, jenis konten yang cukup sering diunggah ialah informasi. Dalam jenis konten ini informasi yang dibagikan yaitu data sampah ataupun terkait Pandawara. Informasi yang dijelaskan juga tidak secara detail. Selain itu, jenis konten yang jarang diunggah ialah Hiburan. Dimana, konten hiburan berupa potongan video lucu yang terjadi pada saat Pandawara melakukan aksi bersih-bersih sampah.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa, audiens banyak menyukai jenis konten yang menginspirasi dari keseluruhan konten akun Instagram @Pandawaragroup. Karena konten-konten yang dibuat oleh Pandawara ialah konten yang baru dan sangat menginspirasi bagi anak muda ini terlihat dari komentar yang disampaikan dari setiap postingan konten Pandawara.

4.2.6.5. Tanggapan Konten

Tanggapan konten pada penelitian ini digunakan untuk membuktikan bahwa konten yang diunggah oleh Pandawara memang dapat memberikan dampak positif bagi masyarakat. Hal ini dibuktikan melalui tanggapan positif yang diberikan oleh seluruh audiens pada setiap konten.

Setelah dilakukan analisis, ternyata tanggapan positif yang diberikan oleh audiens dikarenakan audiens merasa bahwa Pandawara adalah salah satu sosok yang dapat dikatakan menjadi contoh untuk anak muda dan juga dapat menginspirasi anak muda di luar sana untuk bersama-sama menjaga kebersihan sungai dari sampah.

Dimana berbagai macam tanggapan positif yang ada yaitu seperti memberikan semangat, mendoakan, memuji dan saran. Keempat tanggapan tersebut banyak ditemukan dalam konten-konten Pandawara tidak hanya masyarakat, tapi juga influencer, komunitas lain sampai dengan orang-orang ternama dari pemerintahan.

