

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Relawan Pandawara Group

Pandawara Group merupakan komunitas yang terdiri dari 5 pemuda asal Kopo, Bandung. Mereka membuat laman di media sosial yang berisikan dokumentasi dari kegiatan Gerakan peduli lingkungan mereka (Muhammad, 2023). Bermula pada pertengahan 2022, mereka terdorong untuk mengatasi permasalahan yang mereka rasakan yaitu banjir karena sampah yang menumpuk di aliran Sungai. Aksi yang dilakukan berupa membersihkan sampah di sungai dan parit yang dipenuhi sampah. Anggota Pandawara Group memiliki tujuan besar dimana melalui aksi lingkungan yang mereka sebar di media sosial dapat mengajak semua pemuda di Indonesia untuk peduli alan lingkungan (Muhammad, 2023).

Aksi Bersih-Bersih Pantai atau Cleanup Pantai menjadi salah satu aksi yang viral di tahun 2023. Pada aksi bersih pantai ini, Pandawara Group berhasil menarik ribuan relawan yang terdiri dari masyarakat hingga aparat berwajib dan pemerintah seperti DLHK dari berbagai daerah bahkan aparat desa (BBC, 2023). Mulai dari masyarakat hingga pemerintah ikut berpartisipasi dalam Gerakan peduli lingkungan yang diadakan Pandawara dan menjadi relawan Pandawara. Pandawara group menggunakan media sosial salah satunya TikTok untuk mengajak dan menyebar luaskan kesadaran serta edukasi dan mengajak aksi nyata kepada masyarakat (Halim, 2023)

Pandawara melakukan Aksi Bersih-Bersih Pantai di sejumlah daerah di Indonesia. Aksi Bersih-Bersih Pantai Loji bertepatan di Sukabumi dilaksanakan pada tanggal 12-13 Agustus 2023 dan berhasil melibatkan lebih dari 1000 relawan (bbc.com, 2023). Selanjutnya Aksi Bersih-Bersih Pantai Kesenden di Cirebon. Aksi ini dilaksanakan pada 6-7 Oktober 2023 dan berhasil melibatkan 10.800 relawan (Elmira, 2023). Aksi terakhir yaitu Aksi Bersih-Bersih Pantai Labuan Haji di Lombok Timur yang dilaksanakan pada 18 Februari 2024 dan melibatkan kurang lebih 3.100 relawan. (Mutiah, 2024)

Melalui wawancara mendalam bersama relawan Pandawara, salah satu informan pada penelitian yaitu informan 1 menyatakan bahwa relawan Pandawara merupakan orang-orang yang ikut berpartisipasi atau volunteer dalam aksi Pandawara. Mereka adalah masyarakat umum dari berbagai daerah atau pengikut media sosial Pandawara Group. Melalui pernyataan nforman 1, ia menambahkan bahwa tidak terdapat kualifikasi apapun untuk menjadi salah satu relawan dari Pandawara.

4.1.1 Latar Belakang Informan

1. Informan 1

Laki-laki asal Lombok yang memiliki ketertarikan akan alam, Yusuf Gazali berusia 22 tahun merupakan mahasiswa Universitas Terbuka pada program studi Ilmu Komunikasi. Ia menjadi salah satu relawan pada kegiatan Aksi Bersih Pantai Pandawara dan menyebar luaskan kegiatannya di media sosial untuk mengedukasi Masyarakat. Yusuf Gazali atau Yuga menyukai alam pada kota tempat tinggalnya sehingga kepeduliannya pada kota Lombok menjadi dorongannya dalam menjaga lingkungan. Alasan dipilihnya Yusuf Gazali dikarenakan ia menjadi salah satu relawan yang ikut dan membagikan kegiatannya Aksi Bersih Pantai Pandawara di TikTok.

2. Informan 2

Adhe rosana merupakan laki-laki asal Kuningan, Jawa Barat yang kini berusia 26 tahun. Ia merupakan seorang pekerja di restoran. Ade menjadi salah satu relawan yang membantu menyebar luaskan Aksi Bersih Pantai Pandawara di Cirebon dengan membuat konten kegiatan nya pada aksi tersebut. Dipilihnya Ade sebagai informan karena ia menjadi salah satu relawan yang mengikuti Aksi Bersih Pantai Kesenden bersama serta membagikan kegiatannya di media sosial TikTok.

3. Informan 3

Natada Zakaria seorang lelaki berusia 22 tahun asal Kuningan, Jawa Barat. Saat ini Natada atau Asta bekerja sebagai seorang karyawan logistik. Aksi Bersih Pantai Pandawara merupakan aksi lingkungan pertamanya dan diteruskan dengan aksi sosial di sekitar tempat tinggalnya. Alasan dipilihnya Natada Zakaria sebagai informan ke4

pada penelitian ini adalah karena ia menjadi salah satu relawan pada Aksi Bersih Pantai Pandawara yaitu pada Aksi Bersih Pantai Kesenden di Cirebon yang ikut membagiakan kegiatannya di berbagai platform, salah satunya TikTok.

4. Informan 4

Galih Muhammad Ramdan merupakan seorang lelaki berusia 18 tahun yang saat ini Tengah menempuh Pendidikan di bangku SMA. Ia merupakan seorang pelajar asal Sukabumi yang memiliki ketertarikan dengan fotografi dan lingkungan. alasan dipilihnya Galih Muhammad Ramdan sebagai informan pada penelitian ini adalah karena kontribusinya menjadi relawan pada Aksi Bersih Pantai Pandawara di Pantai Loji dan membagikan kegiatannya di TikTok.

4. 1 Tabel Deskripsi Umum Informan

Deskripsi	Informan 1	Informan 2	Informan 3	Informan 4
Nama	Yusuf Gazali	Adhe Rosana	Natada Zakaria	Galih Muhammad Ramdan
Usia	22 Tahun	26 Tahun	22 Tahun	18 Tahun
Pekerjaan	Mahasiswa	Karyawan	Karyawan	Pelajar
Tempat Aksi Bersih Pantai	Aksi Bersih Pantai Labuan Haji, Lombok Timur	Aksi Bersih Pantai Sekenden, Cirebon	Aksi Bersih Pantai Sekenden, Cirebon	Aksi Bersih Pantai Loji, Sukabumi

Sumber: Hasil Wawancara, 2024

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Gerakan Peduli Lingkungan Di Era Masyarakat Informasi

Gerakan peduli lingkungan merupakan sebuah gerakan terorganisir yang memiliki tujuan dan kepentingan bersama terhadap lingkungan. Aksi yang dilakukan oleh Pandawara merupakan sebuah Gerakan Peduli Lingkungan yang melibatkan berbagai pihak. Untuk mengetahui penggunaan TikTok oleh relawan dalam gerakan peduli lingkungan, peneliti akan mencari tau pengetahuan informan terkait gerakan peduli lingkungan di era digital.

Melalui wawancara, ditemukan berbagai pemahaman dari keempat informan mengenai gerakan peduli lingkungan di era digital melalui pernyataan informan akan gerakan peduli lingkungan dan informasi saat ini, media yang mereka gunakan hingga bentuk informan, komunikator, dan media yang mereka rasakan saat ini.

Melalui penjelasan informan terdapat kesamaan pada keempat informan. Informan menyatakan bahwa gerakan menjaga lingkungan adalah gerakan untuk lingkungan yang telah dibantu oleh teknologi digital seperti handphone dan adanya media sosial. selain itu informan menjelaskan bahwa melalui perbedaannya terlihat melalui skala kegiatan yang berkembang lebih besar dan cepat. Penjelasan mengenai pemahamannya akan gerakan peduli lingkungan di era masyarakat informasi dan digital serta perbandingannya dengan gerakan peduli lingkungan konvensional. Pernyataan oleh informan 1 akan hal tersebut adalah sebagai berikut:

“Gerakan peduli lingkungan itu sebuah gerakan yang menjaga kebersihan lingkungan untuk kemaslahatan masa depan dunia dan masa depan bumi tercinta ini. Perbedaannya mungkin salah satunya promosi untuk mengajak relawan lebih mudah dengan membuat sponsor menggunakan vidio ataupun Audio di medsos. Makin marak dan makin mudah di terima oleh banyak kalangan, terutama gen z yang hobi coba hal hal baru, rasa ingin taunya lebih tinggi” (Informan 1, wawancara mendalam, 9 Mei 2024)

Informan 1 menyatakan bahwa gerakan peduli lingkungan di era digital adalah gerakan menjaga kebersihan lingkungan untuk masa depan yang baik. Menurut informan 1 perbandingan dengan gerakan peduli lingkungan sebelumnya adalah dilihat melalui lebih majunya teknologi sehingga informasi mengenai kegiatan dengan promosi, atau membuat sponsor melalui video saat ini menjadi lebih mudah. Ia juga menyampaikan bahwa gerakan peduli lingkungan saat ini semakin ramai dan lebih diterima. Pernyataan ini memiliki kemiripan dengan jawaban dari informan lainnya yang mana sebagai berikut:

“Kalo sepemahaman saya, gerakan peduli lingkungan di era digital tuh gerakan lingkungan yang lebih canggih dari sebelumnya yang mungkin informasi kurang gitu. Perbedaannya sih udah pasti dari penyebaran informasi kayanya. Kayak sekarang ada HP gitu lebih mudah dan cepet.” (Informan 2, wawancara mendalam, 9 Mei 2024)

Informan 2 menyatakan bahwa gerakan peduli lingkungan di era masyarakat merupakan gerakan lingkungan yang lebih maju mulai dari informasi yang disebar lebih banyak dan besar. Menurut informan 2, terkait perbandingan dapat dilihat melalui lebih majunya teknologi sehingga informasi mengenai kegiatan dengan promosi, atau membuat sponsor melalui video saat ini menjadi lebih mudah. Perbandingan yang ia temukan adalah bahwa teknologi membantu dalam penyebaran informasi mengenai gerakan peduli lingkungan. Selanjutnya informan 3 memberikan pernyataan yang serupa yaitu:

“Gerakan peduli lingkungan tuh kan gerakan yang membawa nilai positif ke lingkungan, dengan adanya digital itu membuat gerakan peduli lingkungan jadi makin besar dan mudah diakses. Perbandingannya udah pasti dari pengaksesannya itu. Dulu dapet info tentang gerakan susah jadi gak rame, kalo sekarang karena di media sosial banyak akhirnya rame” (Informan 3, wawancara mendalam, 22 Mei 2024)

Informan 3 menyatakan bahwa melalui pemahamannya gerakan lingkungan yang membawa nilai positif kepada lingkungan dan dibantu teknologi digital membuat gerakan menjadi semakin besar dan mudah untuk diakses. Menurutnya, perbandingan dari era sebelumnya ada pada akses yang kini lebih mudah dibanding era konvensional. Selanjutnya informan 4 memberikan pernyataan yang serupa yaitu:

“Gerakan peduli lingkungan tuh gerakan yang positif untuk lingkungan ditambah adanya teknologi jadi bisa lebih luas gerakannya. Gerakannya juga bisa diliaat secara digital, yang pasti cepet dan dicernanya juga cepet kalo dulu agak susah buat dapet informasi, sedangkan zaman sekarang udah tinggal klik klik aja langsung bisa ngakses.” (Informan 4, wawancara mendalam, 2 Juni 2024)

Informan 4 menyatakan bahwa gerakan positif bagi lingkungan yang dibantu oleh teknologi dalam memperluas aksinya. Ia menambahkan bahwa gerakan dapat diakses secara digital sehingga lebih praktis. Perbandingan yang ia ketahui adalah saat ini gerakan peduli lingkungan lebih cepat dan praktis dengan bantuan teknologi. Dalam disimpulkan bahwa keempat informan memiliki pemahaman serupa yaitu gerakan peduli lingkungan yang bernilai positif untuk meningkatkan kesadaran masyarakat

akan pentingnya lingkungan dengan informasi yang besar dan luas sehingga akses terhadap informasi gerakan peduli lingkungan lebih mudah.

Kemudian informan menjelaskan terkait pendapat mereka akan komoditas informasi saat ini. Sebagai masyarakat informasi, mereka memiliki kesadaran akan pentingnya informasi dalam kehidupan mereka. Melalui pernyataan informan 1 sampai 5, dan 6 terdapat persamaan yaitu mereka semua merasakan pentingnya informasi saat ini. Melalui tanggapan informan 1 akan hal ini adalah sebagai berikut:

“Di era modern ini informasi itu menurut saya suatu hal yang sangat penting, Penting karna semua orang senang akan informasi di sekitarnya. Karna dengan adanya informasi kita bisa tau apa aja yang terjadi di sekitar kita, di zaman ini kalo gak tau informasi terupdate itu beda rasanya” (Informan 1, wawancara mendalam, 9 Mei 2024)

Informan 1 menjelaskan bahwa menurutnya informasi sangat penting semua orang menyukai informasi yang ada disekitarnya. Dengan adanya informasi ia dapat mengetahui keadaan terkini. Kemudian informan 2 menambahkan sebagai berikut:

“Ya penting dan saya juga tau kalo informasi tuh butuh banget. Ya kayak berita aja berbayar sekarang jadi ya emang penting itu mah” (Informan 2, wawancara mendalam, 9 Mei 2024)

Informan 2 menyatakan bahwa informasi informasi hal yang penting karena sebagai masyarakat ia membutuhkan informasi. menurutnya informasi memiliki nilai sehingga menjadi penting bagi dirinya. Selanjutnya informan 3 memberikan tanggapan berupa:

“menurut saya ya penting informasi buat saya. Kayak kepikiran kalo informasi saya ke sebar bisa runyam ajakan jadi kata saya emang sepenting itu” (Informan 3, wawancara mendalam, 22 Mei 2024)

Informan 3 menyatakan bahwa informasi penting penting karena dapat mengandung hal sensitif seperti informasi data diri yang menurutnya sangat penting. Pernyataan selanjutnya oleh informan 4 yaitu sebagai berikut:

“ohya penting informasituh. Kayak kita tuh butuh bangetkan informasi entah itu tentang apa, kalo gak gitu ak tau apa-apa” (Informan 4, wawancara mendalam, 2 Juni 2024)

Informan 4 menyatakan bahwa informasi penting baginya dikarenakan kebutuhan untuk mengetahui berbagai hal. Sehingga dapat disimpulkan bahwa keempat informan setuju bahwa informasi adalah hal penting bagi kehidupan mereka saat ini.

Selanjutnya keempat informan menjelaskan terkait pemanfaatan teknologi saat ini juga pemanfaatannya pada pengetahuan lingkungan baru. Melalui jawaban keempat informan terdapat kesamaan dimana menurut keempat informan setuju bahwa masyarakat sudah terbuka dan sangat menerima adanya teknologi, begitupun dengan pengetahuan lingkungan yang semakin mudah diakses bagi para pecinta lingkungan. Hal ini dijelaskan melalui tanggap informan sebagai berikut:

“Sangat bermanfaat karena teknologi itu memudahkan semua aktivitas manusia dalam mempermudah urusannya. Contohnya tadi dalam masalah informasi terkait ajakan kepada masyarakat sekitar untuk menjadi relawan dalam aksi clean up suatu tempat wisata yang kumuh. Jadi sudah sewajarnya menjadi hal yang dibutuhkan di masa sekarang ini. Ya menurut aku tuh baik karena pemanfaatan teknologi itu bisa membantu untuk membuat masyarakat yang masih belum paham akan pentingnya akan lingkungan itu menjadi tahu gitu jadi semua bisa sadar akan pentingnya menjaga kebersihan lingkungan dan menjaga lingkungan di masing-masing tempat mereka” (Informan 1, wawancara mendalam, 9 Mei 2024)

Informan 1 menyatakan dalam pemanfaatannya teknologi sangat berguna untuk memudahkan aktivitas manusia dan wajar apabila menjadi sebuah kebutuhan. Dalam pengetahuan lingkungan menurutnya teknologi membantu memperluas pemahaman dan kesadaran masyarakat akan pentingnya lingkungan. Kemudian informan 2 menyatakan pernyataan yang serupa yaitu:

“Kalo dari pemanfaatan ya udah jadi makanan sehari-hari aja teknologi the. Kayak saya udah bergantung juga sama HP buat hidup. Kalo mengenai lingkungannya pastisih jadi lebih terinformasi sama apa yang terjadi sama lingkungan. Kan udah canggih jadi bisa ngapain aja” (Informan 2, wawancara mendalam, 9 Mei 2024)

Informan 2 menyatakan bahwa teknologi sudah dimanfaatkan di kehidupan sehari-hari oleh masyarakat dan menjadi kebutuhan hidup. Pada aspek pengetahuan lingkungan ia menjawab bahwa teknologi membantu masyarakat untuk lebih terinformasi akan lingkungan. Selanjutnya informan 3 dengan pernyataan yang serupa menyatakan sebagai berikut:

“Pemanfaatan teknologi tuh ya kayak kita jualan online itukan pake teknologi ya, ya itu buktinya kita make manfaatin gitu, sama kayak saya manfaatin TikTok biar banyak yang liat di permasalahan lingkungan sendiri kita jadi lebih teredukasi dan terekspos gitu ya sama keadaan lingkungan. Dulu mungkin karena kurang diberitain jadi gak peduli, sekarang udah enggak” (Informan 3, wawancara mendalam, 22 Mei 2024)

Informan 3 menyatakan bahwa teknologi dimanfaatkan bagi kehidupan masyarakat seperti untuk berjualan. Pada pengetahuan lingkungan masyarakat menjadi semakin teredukasi dan terekspos dengan keadaan lingkungan. Kemudian informan 4 memberikan pernyataannya yaitu:

“sekarangtuh apa-apa pake teknologi itu udah keliatan kita manfaatin, gunain banget teknologi. Sama halnya sih buat lingkungan jadi ya kita ada berita online ada medsos yang nyebarin informasi soal lingkungan, apa-apakan ke internet lagi buat nyari informasi, apalagi jadi gampang buat terhubung juga sama yang suka lingkungan.” (Informan 4, wawancara mendalam, 2 Juni 2024)

Informan 4 menyatakan bahwa teknologi digunakan pada setiap aspek kehidupan dan menurutnya hal ini juga termasuk pada pengetahuan lingkungan. Dimana teknologi menyebarkan informasi sehingga terjalin relasi antara komunitas atau individu pecinta lingkungan. Sehingga melalui pernyataan keempat informan dapat dikatakan bahwa mereka menyetujui pemanfaatan teknologi yang sudah baik bagi masyarakat maupun pengetahuan lingkungan.

Selanjutnya informan akan menjelaskan terkait bentuk pesan, tipe komunikator yang sering ditemui, dan media yang digunakan saat ini. Melalui pernyataan keempat informan, format pesan video adalah yang sering mereka temui dengan komunikator yang interaktif, informatif dan ramah kepada penonton. Sedangkan untuk media mereka menggunakan media sosial. Hal ini dinyatakan oleh informan 1 seperti berikut:

“Video tentunya. Karena media sekarang kan yang paling menarik dilihat karena ada video, ada audionya gitu. Jadi kalau melalui perpesanan pun itu membosankan sekali. Secara keseluruhan, media komunikasi saat ini sangat beragam dan memungkinkan informasi disampaikan dengan cepat dan efisien ke berbagai audiens, jadi komunikator yang oke sekarang yang bisa to-the-point. Teknologi digital telah mengubah cara kita berinteraksi dan mendapatkan informasi, menjadikan komunikasi lebih dinamis dan terhubung. Kalo media gausah ditanya pastinya yang cepet dan praktis.” (Informan 1, wawancara mendalam, 9 Mei 2024)

Informan 1 menjelaskan bahwa bentuk pesan yang banyak ia jumpai adalah video yang menarik. Pada komunikator ia menyatakan bahwa berbicara langsung ke inti atau *to the point* adalah komunikator yang disukai. Lalu pada media ia menyatakan bahwa media digital yang cepat dan praktis. Selanjutnya informan 2 memberikan tanggapan sebagai berikut:

“Ya, sekarang seringnya video, kayak sejenis motivasi. Kalo orangnya ya biasanya beda-beda sih. Saya sih suka yang interaktif gitu apa ya. menarik aja kalo liat kayak gitu sekarang sekarang. Kalo media saat ini ya balik lagi ke media sosial, kita butuh yang cepet terus jelas jadi gak setengah-setengah nah menurut saya itusih media sosial.” (Informan 2, wawancara mendalam, 9 Mei 2024)

Informan 2 menyatakan terkait bentuk pesan yang ia sering lihat adalah dalam bentuk video. Komunikator yang ia sering lihat adalah yang interaktif dengan penontonnya dan media yang ia gunakan adalah media yang menurutnya cepat atau media sosial. Kemudian informan 3 dengan pernyataannya sebagai berikut:

“Dalam bentuk video-video itu yang suka mereka bikin, kayak gitu. Kalo komunikator ya jujur saya suka kayak Pandawara, ada aksi. Mediana ya balik lagi sih the emang yang membantu kita aja gitu, butuh yang cepet ya yang kayak media sosial gitu” (Informan 3, wawancara mendalam, 22 Mei 2024)

Informan 3 menyatakan bahwa bentuk pesan yang sering diterima adalah berbentuk video, dengan komunikator yang memperlihatkan aksi seperti Pandawara dan media yang cepat. Kemudian informan 4 memberikan tanggapannya yaitu:

“Foto sama video sih. Kayak foto singkat. Ya, seperti itu. kalo komunikator aku suka yang gak cuma ngomong aja tapi kasih bukti gitu. Bukan Cuma kata-kata apalah. Kalo media ya balik lagi itu pasti yang cepet yang gampang kayak TikTok gitu” (Informan 4, wawancara mendalam, 2 Juni 2024)

Informan 4 menyatakan bahwa ia sering menikmati konten dengan bentuk video. pada komunikator ia menjelaskan bahwa ia menyukai komunikator yang memberikan bukti atau aksi, sedangkan media yang digunakan adalah yang cepat dan mudah.

4.2. 1 Tabel Gerakan Peduli Lingkungan di Era Masyarakat Informasi

Deskripsi	Informan 1	Informan 2	Informan 3	Informan 4
Pengetahuan mengenai gerakan peduli lingkungan	gerakan menjaga kebersihan lingkungan untuk masa depan yang baik.	gerakan lingkungan yang informasinya lebih maju dengan penyebaran yang luas	gerakan lingkungan yang bernilai positif kepada lingkungan yang besar dan mudah diakses	gerakan positif bagi lingkungan yang dibantu oleh teknologi dalam memperluas aksinya lebih cepat dan praktis
Komparasi gerakan peduli lingkungan tradisional dan digital	Maju nya teknologi, semakin ramai dan lebih diterima	penyebaran informasi mengenai gerakan peduli lingkungan lebih unggul	akses yang lebih mudah	lebih cepat dan praktis
Informasi gerakan lingkungan digital untuk relawan	Sangat penting	Sangat penting	Sangat penting	Sangat penting
Pemanfaatan teknologi media dalam pengetahuan mengenai gerakan peduli lingkungan	memudahkan aktivitas manusia dan memperluas pemahaman	Kebutuhan hidup sehari-hari, terinformasi	Kebutuhan hidup sehari-hari, tereduksi dan terekspos pada pengetahuan lingkungan	Kebutuhan hidup sehari-hari, menjalin relasi
Format pesan yang tepat dalam gerakan peduli lingkungan digital	Video	Video	Video	Video dan foto
Komunikator dalam gerakan	To the point	interaktif	Memberikan aksi atau bukti	Memberikan aksi atau bukti

peduli lingkungan					
Media yang digunakan dalam gerakan peduli lingkungan	Media sosial	Media yang cepat, media sosial	Media yang cepat	Cepat dan mudah	

Sumber: Hasil wawancara mendalam, 2024

4.2.2 Kerelawanan Dalam Komunitas Peduli Lingkungan

Relawan merupakan seseorang yang secara sukarela dan tulus meluangkan waktu mereka demi kebaikan dan kesejahteraan bersama. Dalam sebuah komunitas peduli lingkungan relawan menjadi salah satu pihak yang banyak terlibat untuk kepentingan mereka yang saling berhubungan yaitu demi kebaikan lingkungan. keterlibatan dalam relawan berarti mereka turun secara langsung membantu dalam sebuah gerakan atau aksi dengan tujuan untuk mengubah atau memperbaiki suatu masalah yang sama-sama mereka rasakan.

Melalui wawancara dengan informan, didapatkan pernyataan akan keterlibatan mereka di kegiatan bersama Pandawara. Keempat informan menyatakan bahwa keterlibatan mereka tidaklah lebih dari mengikuti kegiatan bersih-bersih pantai yang diadakan Pandawara. Informan 1 menyatakan sebagai berikut:

“Kalau seberapa terlibatnya ya terlibat banget loh. Karena sampai masuk ke kubangan-kubangan ada tanah yang mengendap, sampai kotor-kotoran. Kebetulan waktu itu kan saya gak sempat pegang handphone karena tangan kiri-kanan juga kotor buat ngevideoin.” (Informan 1, wawancara mendalam, 9 Mei 2024)

Informan 1 menjelaskan bahwa ia merasa sangat terlibat dengan ikut turun tangan secara langsung pada kegiatan Aksi Bersih Pantai Pandawara. Informan 2 memiliki pernyataan yang berbeda dengan dua informan sebelumnya yaitu:

“Gak terlalu terlibat, Cuma bersih-bersih aja.” (Informan 2, wawancara mendalam, 9 Mei 2024)

Informan 2 dengan singkat menjawab bahwa ia tidak terlalu merasa terlibat dengan Aksi Bersih Pantai Pandawara. Informan 3 memiliki jawaban yang tidak berbeda dengan informan 3 yaitu sebagai berikut:

“Ya, ga terlalu terlibat sih kayak orang-orang yang di sana biasa aja gitu, tapi aku kan sambil bikin video, videonya juga dilihat orang. Nah orang tuh kan jadi yang tadinya teman-teman tau jadi tau gitu.” (Informan 3, wawancara mendalam, 22 Mei 2024)

Pernyataan informan 3 menjelaskan bahwa menurutnya ia tidak terlalu terlibat dengan Aksi Bersih Pantai Pandawara. Namun dibalik hanya melakukan kegiatan bersih-bersihia juga membantu menyebarkan aksi Pandawara. Selanjutnya Informan 4 menyatakan terkait keterlibatannya seperti berikut:

“Enggak sih. Cuma kayak ngebantu doang. Gitu. Enggak ada. Kayak cerita-cerita gitu. Cuma. Aku kayak. Udah ngebersihin pantai ini loh. Gitu doang sih. Kalau secara keterlibatan. Maksud kak. Enggak lah. Aku gak terlibat banget ya. Cuma sekedar. Bantu aja gitu ya. Ya mau ngebantu aja. Yang penting. Orang tau. Orang liat tuh. Kita ngebantu doang. Jangan liat. Dalamnya aja.” (Informan 4, wawancara mendalam, 2 Juni 2024)

Pernyataan informan 4 tidak terlalu berbeda dengan informan 2 dan 3 yang merasa bahwa dirinya tidak terlibat jauh dengan Aksi Bersih Pantai Pandawara. Sehingga menurut pernyataan para informan, keterlibatan mereka dalam Pandawara group tidak jauh dan hanya sebatas membantu membersihkan.

Melalui pengalaman terdapat sedikit perbedaan pada keemat informan dimana informan 1 memiliki pernyataan sebagai berikut:

“Sering ya dulu, dari jaman waktu SMA, sering ikut. Itu kan banyak organisasi ya, tentunya di organisasi sekolah yang utama, saya juga kebetulan dulu anggota OSIS ya kalau disebut. Dulu juga pernah ikut di PRAMUKA, itu ekstrakurikuler wajib di waktu saya sekolah. Jadi organisasi-organisasi yang saya sebutkan tadi itu tentunya sering ikut terjun ya dalam acara clean up.” (Informan 1, wawancara mendalam, 9 Mei 2024)

Melalui pernyataannya informan 1 mengatakan bahwa ia sudah memiliki pengalaman mengikuti aksi lingkungan bersama komunitas sekolah. Informan 2 memiliki pendapat yang berbeda dimana sebagai berikut:

“Belum pernah, kemarin sama Pandawara tuh pertama kali ikut aksi begitu”
(Informan 2, wawancara mendalam, 9 Mei 2024)

Informan 2 mengatakan pernyataan bahwa ia belum memiliki pengalaman relawan dengan komunitas lain dan hanya masyarakat yang tertarik ikut berkegiatan dengan Pandawara. Selanjutnya informan 3 dengan pernyataannya sebagai berikut:

“oh aksi lingkungan? oh pernah kayak kemarin tuh eh kemarin-kemarin berapa bulan yang lalu kan jalan tuh di depan rumah tuh kan udah pada hancur gak tau mungkin dananya kemana gak ada yang ini jadi teman-teman bikin ya komunitas gitu terus galang dana buat beli kebutuhan buat nambah jalan kayak semen, pasir gitu nah aku ikutan, kebantu terus pas udah dini berapa bulan kemudian alhamdulillah itu gak tau sama siapa pemerintah atau desa jalannya udah di aspal semenjak aku ke anggota kita di ini tuh jalannya langsung di aspal” (Informan 3, wawancara mendalam, 22 Mei 2024)

Informan 3 menjelaskan bahwa ia memiliki pengalaman sebelum aksi Pandawara berupa kegarakan sosial disekitar lingkungannya dengan tujuan untuk kenyamanan bersama. Selanjutnya pernyataan informan 4 yaitu:

“Pernah sih di alam ekskul. Kan di ekskul juga ada alam. Tuhan. Sama manusia. Di sana pun kita ngebersihin kayak. Selokan gitu. Biar gak ada nyamuk. DBD. Waktu gerakan DBD. Kita ikut.” (Informan 4, wawancara mendalam, 2 Juni 2024)

Informan 4 memiliki pengalaman dalam aksi komunitas lingkungan lain dan dekat dengan tempat tinggalnya sehingga dampaknya dirasa langsung. Sehingga dapat disimpulkan bahwa melalui pengalaman keempat informan memiliki jawaban yang berbeda dimana informan 2 merupakan relawan tanpa pengalaman atau hanya masrakat umum yang mengikuti aksi Pandawara, sedangkan informan lainnya memiliki pengalaman dalam kegiatan komunitas lain sehingga lebih berpengetahuan dari masyarakat umum. Melalui pernyataan mengenai pengalaman, dapat dikatakan bahwa

pengalaman muncul melalui motivasi mereka untuk mengikuti sebuah gerakan peduli lingkungan.

Motivasi seorang relawan dalam mengikuti sebuah aksi berasal dari berbagai aspek maupun situasi. Dimana Thomas G. Measham dan Guy B. Barnett (2007) menyebutkan motivasi dapat datang dari rasa ingin membantu sebuah tujuan, interaksi sosial, meningkatkan keterampilan seseorang, mempelajari lingkungan hidup ataupun keinginan akan peduli terhadap lingkungan dan suatu tempat. Melalui motivasinya, diketahui para informan keseluruhan memiliki kepedulian terhadap lingkungan dan tempat di daerah mereka. terlihat dari pernyataan informan bahwa motif dari motivasi mengikuti Aksi Bersih-Bersih Pandawara bagi informan 1 dan 2 adalah egoistik dimana mereka tidak hanya peduli namun termotivasi untuk kepentingan diri mereka sendiri sedangkan informan 3 dan 4 altruistik dengan dominan membantu lingkungan. Informan 1 menjelaskan sebagai berikut:

“Motivasi ya, untuk ikut. Sebetulnya, kalau motivasi karena memang udah senang dari awal ya tentang kebersihan lingkungan. Bisa dikatakan kalau masalah motivasi itu memang sudah ada dari awal. Jadi kalau lihat gerakan besar yang ikut membersihkan suatu lingkungan yang kotor, hati tuh kayak nggak tahu, langsung tergerak aja buat ikut join. Selain itu aku juga mau mendalami skill di dunia sosial juga lagi bangun identitas jadi sebenarnya ini juga jadi motivasi” (Informan 1, wawancara mendalam, 9 Mei 2024)

Informan 1 menjelaskan bahwa motivasi dari mengikuti Aksi Bersih Pantai Pandawara sudah ada pada dirinya sejak awal sehingga saat mendapatkan informasi iya tergerak untuk mengikuti gerakan peduli lingkungan. Bagi informan 1 kegiatan Pandawara menjadi motivasi dalam membangun dirinya. Selanjutnya informan 2 menjelaskan pernyataannya sebagai berikut:

“Ya motivasinya untuk kita ke, apa, menyepit, Kak. Kedepannya lebih baik lagi sih. Buat jadi lingkungan jadi nyaman, terus membuka pemerintah juga kan. Harusnya melek gitu lihat, bahwa banyak lingkungan yang harus kita bereskan, kerjakan. Makanya aku juga share biar siapa tau dilihat dan sekaligus bagus juga buat diri aku jadi bisa nambah pengikut” (Informan 2, wawancara mendalam, 9 Mei 2024)

Informan 2 memberikan pernyataan bahwa motivasinya muncul karena keinginannya dalam memperbaiki lingkungan dan harapan agar pemerintah dapat lebih memperhatikan keadaan lingkungan. Berbeda dengan informan 2, informan 3 memiliki pernyataan seperti berikut:

“Kalau kemarin sih karena Apa sih? Kan laut Cirebon juga Kan dari Cirebon ya Kan Cirebon tuh lautnya Sampahnya itu Bukan main-main banyaknya aku tuh pengen ikut biar kayak mereka tuh membantu biar sampah-sampah yang di sana sekitar tuh orang-orang sekitarnya tuh biar sampahnya bersih terus orang-orang sekitarnya juga jadi nyaman gitu melakukan kerjaan kan ada nelayan ataupun yang kerja di sana bikin kan kan jadi dampaknya jadi bikin orang nyaman kan nah itu”
(Informan 3, wawancara mendalam, 22 Mei 2024)

Pernyataan informan 3 menjelaskan bahwa motivasinya datang dari kekhawatirannya akan lingkungan daerahnya yang tercemar dan kepeduliannya terhadap orang di daerah yang tercemar. Selanjutnya pernyataan informan 4 akan motivasi dinyatakan seperti ini:

“motivasinya tuh kayak apa ya lupa motivasinya tuh kan biar ngebersihin alam alam ini harus bersih kita harus menjaganya gitu gimana caranya kita harus jaga alam ini lebih baik ikut langsung” (Informan 4, wawancara mendalam, 2 Juni 2024)

Bagi informan 4 yang memotivasi dirinya untuk mengikuti Aksi Bersih Pantai Pandawara adalah tujuan diri untuk memperbaiki dan menjaga alam. Melalui berbagai pernyataan informan sebagai relawan dalam mengikuti Aksi Bersih Pantai bersama Pandawara dapat disimpulkan bahwa keempat informan pada dasarnya memiliki motivasi yang sama yang karena peduli akan daerah tempat tinggal mereka yang tercemar sampah.

Setelah mengetahui motivasi dari informan sebagai relawan dari Pandawara Group, relawan memiliki peran tertentu pada sebuah gerakan atau aksi. peran yang ada pada seorang relawan. Menurut Measham dan Barnett (2007) terdapat lima peran relawan yaitu *Activism, Education, Monitoring, Restoration, dan Sustainable living*. Setiap peran relawan memiliki peran yang mengharuskan relawan untuk terlibat

secukupnya hingga menjadi satu. Melalui wawancara mendalam dengan keempat informan, didapati bahwa peran yang pada umumnya dilakukan oleh relawan adalah *education* dan *sustainable living*. Melalui pernyataan informan 1 diketahui bahwa peran selama Aksi Bersih Pantai Pandawara adalah:

“Kalau dari peran, sebetulnya sama aja ya, karena kita semua relawan yang langsung terjun tanpa ada abad terlebih dahulu, maksudnya ada janji sama relawan lain, nggak ada gitu. Jadi kita ke sana udah tinggal bersihin apa yang bisa dibersihin di depan malam aja gitu. Jadi yang dirasa masih kotor kita bersihin pelan-pelan gitu. Kebetulan kemarin satu orang tetangga rumah ya, bisa dikatakan teman, dia ikut juga.” (Informan 1, wawancara mendalam, 9 Mei 2024)

Melalui pernyataannya informan 1 mengatakan bahwa ia hanya membersihkan sampah seperti yang diinstruksikan. Melalui peran lainnya ia mengajak serta mengedukasi teman dekatnya saja. Mengenai peran *sustainable living*, informan 2 menyatakan bahwa ia sudah bergerak dalam hidup berkelanjutan dengan menjaga kebersihan dari sampah-sampah plastik dengan memelihara habitat dengan benar. Masih dengan pernyataan yang tidak jauh berbeda, seperti ini pernyataan dari informan 2:

“Ya, paling angkutin sampah gitu, ambil karung, bantu-bantu gitu, gitu. Perlengkapan udah disedian. Terus Yang paling ngajakin, ayo kita mumpung ada gitu, ada pandawara gitu jadi kita sebagai manusia kita harus mengingatkan juga kepada hidup kita, juga bikin status gitu juga ya, kalo edukasi paling ngasih tahu aja, edukasinya ya, kita harus menjaga lingkungan, buang sampah pada tepatnya, jangan sembarangan, kekibatannya begini-begitu.” (Informan 2, wawancara mendalam, 9 Mei 2024)

Informan 2 menyatakan bahwa perannya dalam Aksi Pandawara tidak jauh berbeda dengan informan 1, dimana ia melakukan bersih-bersih sampah di Pantai, ia mengajak rekannya lewat media sosial dan mengedukasi dengan memberikan himbauan.



Gambar 4. 1 Gambar konten Relawan yang mempromosikan Aksi Gerakan Bersih-Bersih Pantai Pandawara (Sumber: <https://vt.tiktok.com/ZSY49jJ5r/>)

Informan 2 menjadi salah satu informan yang membagikan kegiatannya di TikTok sebagai bentuk promosi terhadap kegiatan Pandawara. Terkait peran *sustainable living*, informan 2 menyatakan bahwa ia belum terlalu mengetahui akan peran ataupun apa itu hidup berkelanjutan. Hal ini sama dengan informan 3 yang memberikan pernyataan sebagai berikut:

“yang dilakuin? oh iya, ngambilin sampah kan sampah dari laut kan kebanyakan sampah plastik, kain, terus gitu sampah kayak rantingan pingpohon gitu tuh banyak, nah aku tentu ngambilin sampah-sampah plastiknya terus ditali, dikumpulin jadi satu, terus dari kan dari pantai dari pantai ke jalan kan itu kan aksesnya jauh harus ini, nah orang-orang tuh berjejer gitu kayak panjang kayak kereta tuh, nah saling ngoper saling ngoper sampahnya tuh, biar gak usah bulat-balik, nah aku ambil sambil sampah, kumpulin juga, terus sambil ngangkatin, ditaruh ke mobil bak sampahnya. Selain itu aku edukasi bantu sedikit sih kayak ngejelasin tuh, kalau bersih-bersih ini tuh efeknya bagus buat warga sekitar sini ya, biar lebih nyaman gitu. masalah keberlanjutan tuh apa ya akusih belum tau tapi kalau masalah pandangan memang orangtuh pasti mikirin ke depan ini bener gitu.” (Informan 3, wawancara mendalam, 22 Mei 2024)

Pernyataan informan menjelaskan dengan cukup detail kegiatannya kala mengikuti Aksi Bersih Pantai Pandawara. Melalui wawancara, informan 3 juga menyatakan bahwa ia mengajak rekannya untuk berpartisipasi lewat media sosial dan mengedukasi dengan menginformasikan terkait kepedulian lingkungan. Informan 4 memiliki kesamaan dengan informan 2 dimana ia juga belum mengetahui tentang *sustainable living* dan belum tergerak pada segi tersebut. Selanjutnya pernyataan informan 4 akan perannya adalah sebagai berikut:

“Gak ada sih, cuma bersih-bersih langsung ngikutin foto-foto gitu. Nih liat nih, kita bisa ngebersihin pantai ini. Untuk edukasi ya ngasih tau Nah kalian Masa kita semua bisa Kalian enggak Ayo lah kita bersih Cuma selokan pun bisa Biar gak ada nyamuk Biar gak bau dan ngajakin temen juga lewat media sosial sekalian edukasi orang” (Informan 4, wawancara mendalam, 2 Juni 2024)

Melalui wawancara mendalam informan 4 menyatakan bahwa perannya tidak jauh berbeda dengan informan lain seperti membersihkan sampah di Aksi Pantai dan mengajak serta mengedukasi rekannya lewat media sosial. selain itu, melalui pernyataannya pada wawancara mendalam, informan 4 menjelaskan bahwa ia sudah mengenal *sustainable living* namun belum sepenuhnya berkomitmen dimana informan 4 sudah melakukan tanam pohon sebagai salah satu bentuk gerakan *sustainable living* yang dimaksud.

Melalui temuan terkait peran relawan dapat disimpulkan bahwa keempat informan telah mengemban peran *activism* melalui Aksi Bersih-Bersih Pantai Pandawara yang merupakan sebuah aksi lingkungan. Mereka juga mengerjakan peran Education sebagai bentuk kerelawanan mereka melalui media sosial seperti TikTok dan kepada kerabat dekat mereka. 2 informan diketahui telah mengetahui dan menjalankan peran *sustainable living* seperti dengan menjaga sampah sebagai entuk dari peran tersebut.

4.2.2. 1 Tabel Kerelawanan dalam Komunitas Peduli Lingkungan

Deskripsi	Informan 1	Informan 2	Informan 3	Informan 4
Keterlibatan dalam Komunitas Peduli Lingkungan	Sangat Terlibat	Cukup Terlibat	Cukup Terlibat	Cukup Terlibat
Pengalaman dalam kegiatan komunitas Peduli Lingkungan	Sudah berpengalaman	Belum berpengalaman	Sudah berpengalaman	Sudah berpengalaman
Motivasi keikutsertaan dalam Aksi Bersih Pantai Pandawara	Kepedulian terhadap lingkungan	Tujuan pribadi yaitu kepedulian dan bukti kepada pemerintah	Kepedulian terhadap lingkungan di daerah nya	Kepedulian terhadap lingkungan

Peran dalam Aksi Bersih Pantai Pandawara	<i>Activism, Education, dan Sustainable Living</i>	<i>Activism dan Education</i>	<i>Activism dan Education</i>	<i>Activism, Education, dan Sustainable Living</i>
---	--	-------------------------------	-------------------------------	--

Sumber: hasil wawancara mendalam, 2024

4.2.3 Fungsi Media Sosial Dalam Komunikasi Isu Lingkungan

Masyarakat saat ini sudah mengenal media sosial dan sangat bergantung dengan media sosial dan internet untuk berjejaring sosial. Kemudahan yang diberikan media sosial memungkinkan masyarakat dari belahan dunia manapun untuk menghubungi, mencari informasi ataupun menyebarkan informasi mengenai apapun dan kapanpun. Media sosial memungkinkan penggunanya untuk membangun jejaring sosial dengan pengguna lainnya. Hal ini juga dilakukan pada jejaring sosial peduli lingkungan yang saling berbagi ilmu dan kesadaran pada masyarakat.

Melalui fungsinya, media sosial memiliki 4 fungsi menurut Alexis S. Tan (Suryani, 2020) yang terdiri dari fungsi informasi, fungsi mengedukasi, fungsi persuasif, dan fungsi hiburan. Melalui fungsi media sosial dengan pernyataan informan akan fungsi media dalam Komunikasi isu lingkungan dapat dijelaskan melalui pernyataan informan 1 yaitu sebagai berikut.

“Informatif banget ya. Karena memang mereka juga punya konten kreator yang yang memberikan informasi-informasi itu dengan bagus ya. Merancang-merancang komunikasinya dan iklan-iklan di media sosial itu juga dengan bagus menurut saya, edukatif juga tentunya dan Tentunya konten-konten yang mereka itu tentunya mengajak orang-orang di sekitaran lingkungan itu buat ikut join dalam cleanup mereka gitu. Karena udah jelas-jelas di konten-konten mereka, mereka mengiklankan apa ya, ajakannya bagi orang-orang yang rumahnya tidak jauh dari wilayah itu buat ikut membersihkan gitu. Bisa juga dikatakan seperti itu ya karena ketika seorang yang peduli dengan lingkungan gitu kan, tentunya terhibur dengan acara-acara yang mereka buat gitu.” (Informan 1, wawancara mendalam, 9 Mei 2024)

Pernyataan informan 1 menyatakan bahwa melalui fungsi media, Pandawara sudah menerapkan fungsi informatif melalui konten yang menarik. Konten yang mereka buat juga bersifat persuasif dengan banyak memberi ajak kepada masyarakat dan edukatif. Melalui wawancara mendalam, informan 1 menyatakan bahwa konten

Pandawara bisa dibidang menghibur lewat acara-acara peduli akan lingkungan yang mereka buat. Informan 2 memiliki pernyataan akan fungsi media sebagai berikut:

“Baik, sangat baik. Kata saya sih udah informatif. Ya karena dia secara dalam komunikasinya juga baik kan pas di konten-kontennya gitu, mengajak-ngajaknya juga baik gitu. Maksudnya mah, fungsinya maksudnya itu lah persuasif juga iya untuk edukasi cukup edukatif, ya keliling-keliling dari kota ke kota mencari yang namanya sampah-sampah di mana yang paling kotor gitu. Jadi mengingatkan. Menghibur, yainya lah, daripada menghibur kayak yang lain. Tapi kan ini menghiburnya untuk memberikan hal positif kayak memperingati hari sampah sedunia gitu. Terus ya ada sedikit canda-canda juga pas pengambilan sampah gitu.” (Informan 2, wawancara mendalam, 9 Mei 2024)

Pernyataan informan 2 menjelaskan bahwa ia setuju bahwa secara fungsi Pandawara sudah informatif dalam berkomunikasi dan memberikan informasi. Menurutnya Pandawara juga sudah persuasif dan edukatif di media sosial dan memberikan rasa hiburan lewat konten mereka yang memberikan hal positif. Pernyataan informan 3 mengenai fungsi media sosial adalah sebagai berikut:

“Menurut gue sih udah baik, udah cukup lah, karena udah bagus gitu. Edukatif kan buktinya dari Pandawara kan ada lagi kan yang kayak bikin orang-orang bikin video kayak apa sih lupa namanya bikin-bikin satu ini tuh. Kan ada orang-orang yang bikin ya video kayak gitu, Pandawara gitu, jadi ikutan gitu. Kayak jadi ikutan bikin video-video bukti, gerak-gerak, aksi gitu. Udah persuasif bahkan orang-orang sampe ada yang sampe nyerupain banget tuh sama videonya musiknya atau cara-cara gini-gininya sama banget kayak Pandawara. Kalo aku sih ya menghibur sih dalam arti edukasi lah, menghiburnya juga.” (Informan 3, wawancara mendalam, 22 Mei 2024)

Informan 3 menyatakan pada wawancara mendalam bahwa tidak berbeda dengan informan lainnya bahwa konten media sosial Pandawara sudah menerapkan fungsi informatif dalam pesannya. Menurut informan 3 Pandawara sudah sangat edukatif dan persuasif hingga dampak yang muncul adalah munculnya masyarakat yang meniru aksi berish-bersih mereka di media sosial karena terpengaruh oleh konten mereka. Selain itu menurut informan 3, konten Pandawara juga termasuk menghibur dengan unsur yang tetap mengedukasi. Informan 4 selanjutnya menjelaskan fungsi media sosial pada Pandawara sebagai berikut:

“Gak ada sih, cuma bersih-bersih langsung ngikutin foto-foto gitu. Nih liat nih, kita bisa ngebersihin pantai ini. Untuk edukasi ya ngasih tau Nah kalian Masa kita semua bisa Kalian enggak Ayo lah kita bersih Cuman selokan pun bisa Biar gak ada nyamuk Biar gak bau dan ngajakin temen juga lewat media sosial sekalian edukasi orang, bisa dibilang persuasif banget juga bisa. Menghibur banget sih kalau kata saya mas. Soalnya ngeliatin indahnya alam kalau bersih gitu. Oke.” (Informan 4, wawancara mendalam, 2 Juni 2024)

Informan 4 menyatakan secara fungsi Pandawara sudah bagus dalam menginformasinya masyarakat dengan aksi secara langsung hal ini juga menjadikan Pandawara sebagai educator yang dirasa baik. Secara fungsi persuasif, Pandawara dinilai memiliki pesan yang persuasif atau mengajak masyarakat. Informan 4 menyatakan bahwa konten Pandawara menghibur dirinya lewat keindahan alam yang mereka bagikan.

4.2.3. 1 Tabel Fungsi media sosial dalam media isu lingkungan

Deskripsi	Informan 1	Informan 2	Informan 3	Informan 4
Fungsi Informatif	Informatif, melalui konten menarik dan informasi yang bagus	Informatif, komunikasi yang dalam	Sudah Informatif melalui pesan	Informatif, konten aksi yang menarik
Fungsi Persuasif	Persuasif, komunikasi dan iklan yang menarik	Persuasif,	Persuasif	Persuasif,
Fungsi Edukatif	Edukatif,	Edukatif, aksi yang pantas diikuti	Edukatif yang menghibur diri	Edukatif yang mengajak hal positif
Fungsi hiburan	Menghibur, melalui acara yang mereka buat	Menghibur melalui hal positif	Menghibur, hiburan yang mengedukasi	Menghibur lewat keindahan alam yang bersih

Sumber: hasil wawancara mendalam, 2024

4.2.4 Pemanfaatan TikTok Sebagai Media Komunikasi Aksi Bersih Pantai

TikTok merupakan salah satu aplikasi yang digunakan oleh Pandawara untuk membagikan aktivitas dan mempromosikan kegiatan mereka di media sosial. Melalui TikTok pandawara telah meraih jutaan followers dan support dari berbagai masyarakat di Indonesia. Pada bagian pemanfaatan, terdapat pemahaman dan penggunaan TikTok oleh relawan Pandawara. Pertama pada bagian pemahaman TikTok oleh relawan adalah bagaimana relawan mengartikan aplikasi TikTok.

4.2.4.1 Pemahaman TikTok oleh Relawan

Hal ini dapat diketahui setelah merasakan dan menggunakan aplikasi dari TikTok itu sendiri. Pemahaman dari TikTok oleh seorang relawan muncul setelah mereka menggunakan dan merasakan perbedaan sehingga mereka akan mendapatkan pemahaman mengenai untuk apa TikTok itu sendiri digunakan. Informan menjelaskan pemahaman TikTok salah satunya melalui keunggulannya dibandingkan media sosial lain. Tanggapan informan 1 adalah sebagai berikut:

“Oke. Yang pertama keunggulan TikTok dari media sosial lain tentunya ya karena TikTok ini menyediakan halaman awal bagi pengguna itu kan berita-berita yang ter-up-to-date gitu. Berbeda dengan YouTube mungkin ataupun Facebook. Mereka kan menawarkan berita-berita random gitu. Entah itu tanggal uploadnya kapan. Itu perbedaan dari TikTok menurut saya. Jadi TikTok itu menyediakan berita-berita yang paling baru yang paling trending untuk saat ini. Jadi kita sebagai penggunanya itu bisa dikatakan sedikit kemungkinan untuk ketinggalan tentang informasi-informasi terbaru. Apalagi informasi-informasinya ada di sekitaran kita. Itu sih yang bikin betah main TikTok.” (Informan 1, wawancara mendalam, 9 Mei 2024)

Informan 1 menjelaskan bahwa informasi yang ditawarkan TikTok adalah yang terbaru yang mana melalui media sosial lain informasi diberikan secara acak. Pernyataan informan 2 memiliki persamaan dengan informan 6 yaitu:

“Kayak kalau TikTok. Itu kayak lebih. Cepet keberitanya sih. Iya, cepet. Kayak langsung berita itu langsung masuk meskipun singkat tapi jelas” (Informan 4, wawancara mendalam, 2 Juni 2024)

Informan 4 menerangkan bahwa berita yang ada pada TikTok lebih cepat, berita langsung diterima dengan singkat dan jelas. Kemudian pernyataan informan 3 akan keunggulan TikTok adalah sebagai berikut:

“Kalo di TikTok tuh Ngecari video Lebih mudah Kayak lebih Udah Gak perlu kita cari Udah ada tuh gitu Kalo di YouTube kan Harus kita cari dulu Terus ada iklannya lagi Karena kalo di TikTok mah Tinggal nikmati aja Enjoy Sekolah-sekolah juga Enak kan Tinggal scroll aja Paling ya Enak gitu Mudah gitu.” (Informan 3, wawancara mendalam, 22 Mei 2024)

Informan 3 menjelaskan bahwa TikTok memudahkan pencarian video, bebas dari iklan, dan pengguna hanya perlu *scroll* atau gulir saja. Selanjutnya pernyataan informan 2 sedikit berbeda dengan maksud yang sama yaitu sebagai berikut:

“Keunggulan TikTok ya banyak. Jadi, keunggulan TikTok tuh sangat benar-benar langsung beda. Beda, kalau yang lain kan lambat dalam penguploadan video, segala macam. Nah, kalau ini tuh langsung cepat kalau TikTok tuh. Terus langsung melejit gitu kalau misalkan kita udah terjun banget tuh. Beda sama yang lain di proses.” (Informan 2, wawancara mendalam, 9 Mei 2024)

Informan 2 menyatakan bahwa secara proses praktik TikTok lebih cepat. Selain itu menurutnya TikTok juga mempermudah pembuat konten untuk menaikan penonton mereka.

Selanjutnya keempat informan menjelaskan terkait alasan informan memilih TikTok sebagai saluran komunikasi. Terdapat variasi pada pernyataan yang diberikan informan, terdapat persamaan dan perbedaan antara keempat yang dapat dilihat melalui tanggapan berikut ini:

“Banyak sih sebetulnya kalau untuk alasannya enggak satu. Salah satunya kalau alasannya itu karena kembali lagi ke TikTok. TikTok itu kan penyebaran informasinya itu luas. Yang pertama ya jangkauannya luas dan cepat sih. Itu aja sih buat jawaban yang itu.” (Informan 1, wawancara mendalam, 9 Mei 2024)

Informan 1 menjelaskan bahwa terdapat berbagai alasan namun baginya yang utama adalah karena penyebaran informasinya yang luas serta jangkauannya yang juga luas dan cepat. Berikutnya melalui wawancara mendalam, informan 2 menyatakan

pendapat yang sama, yang mana TikTok memiliki keunggulan yang beragam dan berbeda dari platform lain. Ia menambahkan bahwa TikTok langsung menyebarkan informasi dengan luas dan cepat. Selanjutnya informan 3 menambahkan pendapat sebagai berikut:

“Salah satunya Karena kayaknya Kayak lebih mudah Video ditonton Mudah-mudah fyp-fyp gitu tuh Kan kalau di yang lain susah gitu Kalau di youtube Di instagram juga susah Kalau di tiktok Follow sedikit juga Gak tau tiba-tiba tuh Banyak yang nonton videonya tuh gitu Jadi mudah fyp-fyp aja Mudah ditonton orangnya.” (Informan 3, wawancara mendalam, 22 Mei 2024)

Informan 3 menyatakan bahwa selain karena mudah, alasan dipilihnya TikTok adalah karena mudah dalam menjangkau penonton melalui fitur FYP yang memunculkan konten yang paling sering ditonton penggunanya. Selanjutnya informan 4 memiliki pernyataan berbeda yaitu sebagai berikut:

“Biar. Banyak aja kayak. Banyak temen gitu. Kan di TikTok juga bisa kayak collab gitu. Bisa. Jadi kayak dapet temen dari jauh gitu.” (Informan 4, wawancara mendalam, 2 Juni 2024)

Informan 4 menyatakan bahwa alasan ia memilih TikTok adalah karena audiens yang besar sehingga memungkinkan untuk memperluas relasi.

Kemudian informan kembali menjelaskan tentang penilaian mereka terkait kemudahan dalam menggunakan TikTok sebagai media komunikasi. Informan 1 menyatakan pendapat seperti berikut:

“Dari awal masa saya pakai TikTok mereka tuh update. Semakin update aplikasi TikTok itu dari segi fitur mereka mempersingkat dan mempermudah tentunya. Mungkin CEO TikTok itu mungkin sadar ya bahwasannya kemudahan atas penggunaan software itu mungkin penting banget. Untuk dirasakan semua orang. Dan juga memang ampuh sekali mereka itu buat melakukan teknik itu dari media-media sosial lainnya. Karena kemudahan informasi yang didapat dan kemudahan untuk mempelajari fitur-fitur TikTok itu gampang. Jadi pengguna TikTok itu juga melejit dengan cepat menurut saya.” (Informan 1, wawancara mendalam, 9 Mei 2024)

Informan 1 menjelaskan penilaian TikTok sudah bagus karena perbaruan sistem yang mumpuni, memahami kebutuhan dari pengguna sehingga memudahkan para penggunanya. Selanjutnya informan 2 memberikan penilaian melalui tanggapan yaitu:

“Bagus Ya, karena gimana ya? Ya, kembali lagi sih, beda sama yang lain. Banyak banget yang harus kita bilang, tapi gimana ya, susah ngomonginnya. Melengkapinya tuh susah, tuh. Kayak pembuatan konten tuh gampang-gampang susah kembali ke ide-idenya.” (Informan 2, wawancara mendalam, 9 Mei 2024)

Informan 2 menyatakan bahwa melalui penilaian secara tidak terlalu tinggi ataupun rendah. Menurutnya Tingkat kemudahan kembali kepada para penggunanya. Kemudian informan 3 mengatakan hal yang serupa dengan informan 1 yaitu:

“Ya menurut kakak sih Gampang Kemudahan Cepat Praktis juga sih Makanya Dibandingkan Instagram kan Ribut harus gini kan Kalau TikTok Cuma scroll-scroll doang Udah enjoy banget gitu.” (Informan 3, wawancara mendalam, 22 Mei 2024)

Informan 3 menyatakan bahwa Tingkat kemudahan cukup tinggi dengan mengatakan mudah, praktis, dan cepat dibandingkan dengan media lain. Selanjutnya informan 4 memberikan penilaian yang sedikit berbeda yaitu:

“Kayak kurang sih kalau komunikasi dalam TikTok mah. Lima kali ya, setengah. Iya, soalnya ada jadwal waktunya kalau kirim apa-apa tuh, soalnya harus ada 3 hari, kalau enggak 4 hari.” (Informan 6, wawancara mendalam, 2 Juni 2024)

Informan 6 menyatakan bahwa penilaiannya TikTok sebagai media komunikasi 5 setengah karena terdapat keterlambatan dalam pengiriman yang bisa sampai 3-4 hari penerimaan.

Kemudian informan kembali menjelaskan mengenai pemahaman TikTok terkait manfaat yang didapat sebagai pengguna dan relawan. Informan 1 memberikan tanggapan berupa:

“Banyak ya. Seperti yang saya sampaikan di beberapa pertanyaan sebelumnya. Kalau manfaat itu relatif ya. Terutama di pribadi saya, saya merasakan manfaat di TikTok affiliate-nya gitu. Jadi kenapa saya bilang begitu? Karena

affiliate itu kan dia menyediakan kita sebagai konten kreator untuk mempromosikan jualan atau barang atau jasa tanpa menggunakan modal. Secara free. Berbeda dengan yang lain. Jadi kita tinggal membuat konten-konten yang menarik. Sebagai relawan tentunya dampak yang kita rasakan sebetulnya enggak ada ya. Tapi kembali lagi ke mindset fikir kita tentang pentingnya lingkungan yang ada di sekitar. Jadi sampai kapan kita menahan rasa malu untuk ikut join ke hal-hal yang baik. Kalau kita lihat kan banyak turis-turis yang datang ke wisata-wisatawan kita juga berbeda sekali ya dengan wisatawan lokal, dengan turis-turis. Mereka kalau mau jalan kemanapun mereka bawa sampahnya balik ataupun mereka buang di tempat sampah jika ada gitu. Berbeda dengan wisatawan lokal, mereka itu membuang sampah ketika mereka sudah pergi dari wisata itu gitu sih.” (Informan 1, wawancara mendalam, 9 Mei 2024)

Melalui pernyataannya, informan 1 merasa bahwa secara pribadi ia mendapatkan manfaat pada fitur affiliate atau fitur promosi bagi penjual barang atau jasa tanpa modal. Sebagai seorang relawan, menurut informan 1 tidak terdapat manfaat namun semua itu kembali kepada diri relawan masing-masing, dimana ia mengatakan bahwa mindset akan pentingnya lingkungan akan mempengaruhi seseorang untuk berbuat baik pada lingkungan. Selanjutnya informan 2 memberikan tanggapan. Berikut tanggapannya:

“Ya, banyak. Pemasukan. Banyak terus yang pada brand juga masuk. Jadi ada penghasilan sampingan gitu sebagai relawan banyak informasi, banyak manfaatnya, gitu.” (Informan 2, wawancara mendalam, 9 Mei 2024)

Informan 2 menyatakan bahwa secara pribadi sebagai pengguna TikTok membantu dalam pekerjaannya untuk mendapatkan penghasilan sampingan. Sedangkan sebagai relawan menurutnya manfaat yang didapat adalah informasi yang berlimpah. Kemudian informan 3 menyatakan jawabannya seperti berikut:

“Kalau aku bikin konten tuh kayak orang-orang tuh Tahu Terus Kayak ada temen juga pengen Kan follow Tik Toknya Bikin video bagus Suka tiba-tiba Minta dibuatin gitu Videonya tuh Ya orang-orang jadi tau tuh gitu sebagai relawansih kayaknya manfaatnya tuh kayak bikin Kan bikin konten jadi orang-orang tuh Mudah tergerak gitu jadi ikut-ikutan Trend yang baik kan itu kan Trend yang baik kan jadi orang-orang kan Mengikuti yang baik gitu Kayak paling gitu” (Informan 3, wawancara mendalam, 22 Mei 2024)

Melalui jawabannya informan 3 menyatakan bahwa manfaat yang didapat sebagai pengguna adalah bertambahnya penonton maupun pengikut, sedangkan

sebagai relawan dapat mempengaruhi dan memberikan hal positif kepada masyarakat melalui TikTok. Selanjutnya pernyataan oleh informan 4 sebagai berikut:

“Manfaatnya tuh ada suatu refreshing buat otak biar tau gimana sih melihat alam yang lebih indah. Jadi TikTok pun bisa ngeliat pandawara, terus deh kan banyak yang pencinta alam tuh. Jadi kita juga bisa mengikuti. Oke. Ya seperti itu. Apa Namanya refreshing.. healing. Kalo relawan Ada sih manfaatnya. Jadi kayak kenal lebih banyak. Jadi orang tuh kenal sama saya gitu berarti memang cari relasi” (Informan 4, wawancara mendalam, 2 Juni 2024)

Informan 4 menyatakan bahwa manfaat bagi pengguna adalah *refreshing* atau hiburan lewat melihat konten alam, sedangkan sebagai seorang relawan manfaat yang didapat adalah bertambahnya relasi dalam komunitas lingkungan.

4.2.4.1. 1 Tabel Pemahaman TikTok oleh Relawan

Deskripsi	Informan 1	Informan 2	Informan 3	Informan 4
Keunggulan TikTok	Informasi lebih baru	Proses dan praktik lebih cepat, mudah mendapatkan penonton	Penggunaan yang mudah dan bebas iklan	Informasi cepat dan penggunaan yang mudah
Alasan memilih TikTok sebagai saluran komunikasi	penyebaran informasi dan jangkauan yang luas dan cepat	penyebaran informasi dan jangkauan yang luas dan cepat	Mudah dalam menjangkau penonton	Audien besar untuk menambah relasi
Penilaian terkait kemudahan penggunaan TikTok sebagai media komunikasi	Sangat baik	Sangat baik	Sangat baik	Tidak terlalu baik
Manfaat yang dirasakan sebagai pengguna dan relawan	Sebagai pengguna terbantu untuk bekerja, sebagai relawan tidak ada	Sebagai pengguna sebagai penghasilan sampingan, sebagai relawan banyak informasi	Sebagai pengguna bertambah pengikut, sebagai relawan mengedukasi & mempengaruhi masyarakat	Sebagai pengguna, terhibur, sebagai relawan menambah relasi

Sumber: hasil wawancara mendalam, 2024

Temuan unik:

1. Informan 4 menyatakan bahwa sebagai media komunikasi TikTok kurang dalam memudahkan penggunanya

TikTok menjadi salah satu media sosial yang digunakan oleh Pandawara sebagai sarana mereka. melalui pemahaman informan sebagai relawan Pandawara terait pemahaman mereka akan TikTok didapatkan hasil bahwa tingkat kemudahan TikTok sebagai media komunikasi sudah cukup baik bagi beberapa informan. Sedangkan informan 4 menyatakan bahwa sebagai media komunikasi bagi dirinya TikTok kurang baik karena keketatan privasi serta keterlambatan pesan yang sering terjadi di TikTok.

4.2.4.2 Penggunaan TikTok oleh Relawan

Penggunaan TikTok oleh relawan dapat dilihat melalui pemakaian dari TikTok itu sendiri. Hal ini dapat dilihat melalui kapan informan mengetahui TikTok, berapa lama mereka menggunakan TikTok, konten seperti apa yang mereka cari dan sukai, juga pengetahuan mereka akan fitur dan penggunaan fitur TikTok. Dimulai dari kapan informan mengetahui TikTok. Informan pada penelitian ini memiliki rentang waktu yang bervariasi. Keempat informan mulai mengenal TikTok di kisaran tahun 2020. Selain itu waktu yang dihabiskan pada aplikasi TikTok oleh masing-masing relawan juga cukup bervariasi. Mereka menyatakan bahwa dalam menggunakan TikTok berapa lama waktu yang dihabiskan tergantung dengan kesibukan mereka. rentang waktu yang dihabiskan mulai dari 30 menit sehari hingga 4 jam sehari. Hal ini dijelaskan melalui pernyataan informan sebagai berikut:

“Kalau berapa lamanya kurang tahu ya untuk akuratnya. Cuman kalau saya sih udah lumayan lama ya. Mungkin 4 tahunan ya. Kalau berapa lamanya tergantung keadaan ya. Kalau biasanya kalau memang udah diniatin buat buka TikTok ya pastinya lama sih. Ada lebih dari satu jam lah.” (Informan 1, wawancara mendalam, 9 Mei 2024)

Informan 1 merupakan salah satu informan yang sudah cukup lama mengenal TikTok dengan intensitas penggunaan lebih dari satu jam perharinya.. Selain informan 1, informan 3 memiliki kemiripan dimana ia menjelaskan melalui wawancara mendalam bahwa ia juga sudah mengenal TikTok dikisaran 4 tahunan dan intensitas penggunaan TikTok berada di 3 sampai 4 jam. Kemudian informan 2 memiliki perbedaan yang terlihat pada tanggapannya yaitu:

“Kurang lebih sekitaran 7 tahunan. Sehari itu kalau misalkan nggak kerja, paling kurang 2 jam.” (Informan 2, wawancara mendalam, 9 Mei 2024)

Informan 2 menjadi informan yang paling lama mengenal TikTok yaitu selama 7 tahun dengan intensitas penggunaan di kisaran 2 jam perhari. Selanjutnya penggunaan pada TikTok yang akan dijelaskan yaitu melalui konten TikTok. Konten pada aplikasi TikTok memiliki ragam variasi yang sangat besar. Dengan fitur For Your Page yang dapat mengatur konten pilihan yang disukai penggunaan maka mereka tidak perlu lagi mencari dan bisa langsung menikmati TikTok. Melalui wawancara mendalam, para informan menjelaskan konten yang mereka sering cari dan konten yang mereka sukai. Mengenai konten yang sering dicari informan 1 menyatakan sebagai berikut.

“Banyak banget ya tentunya. Saya sebagai laki-laki juga nggak lepas suka banget dengan dunia otomotif. Keindahan-keindahan alam saya senang banget. Dan menyangkut tentang dunia kebersihan tentunya. Jadi itu pun alasannya mungkin FYP-nya lewat si Pandawara.” (Informan 1, wawancara mendalam, 9 Mei 2024)

Melalui wawancara informan 1 mengatakan bahwa konten yang ia cari adalah konten pilihan atau selera secara pribadi. Hal ini sejalan dengan jawaban dari informan lain. Selanjutnya informan 2 menjelaskan sebagai berikut:

“Kalau untuk konten alam, nggak terlalu cuma kan lebih sukanya makanan sama yang kemarin aja. Kayak, apa sih namanya tuh, berbagi-berbagi gitu.” (Informan 2, wawancara mendalam, 9 Mei 2024)

Informan 2 menjelaskan bahwa ia menyukai konten alam dan makanan serta konten *charity*. Sedangkan informan 3 mencari dan menyukai konten bertajuk fotografi atau cinematografi dan konten mengenai alam yang ia jelaskan seperti berikut:

“Kalau aku di tiktok Suka nyari video yang Tentang alam gitu tuh Cinematic Kalau orang video-video Perjalanan gitu tuh Vlog Terus yang Video random, Iya video random Yang estetik Yang di alam gitu Maksudnya kayak gitu” (Informan 3, wawancara mendalam, 22 Mei 2024)

Selanjutnya memasuki penggunaan fitur pada TikTok. TikTok sendiri memiliki berbagai macam fitur yang memiliki berbagai kegunaan. Sebagian besar fiturnya digunakan untuk membuat konten yang dapat berbentuk video atau foto. Melalui wawancara mendalam didapati bahwa penggunaan fitur memiliki keragaman dari pada informan. Dimana informan 1 menyatakan sebagai berikut:

“Iya benar. Oke. Kalau mengenai fitur ya TikTok itu merancang aplikasinya itu menurut saya benar-benar simpel banget ya. Bagi orang yang gap-tech juga itu gampang buat dipelajari dengan cepat penggunaannya ringkas, dan fungsional banget tentunya dengan aplikasi-aplikasi sebelum adanya TikTok itu sendiri. Yang paling saya suka sih di fitur TikTok itu ya buat gabut-gabutan aja ada fitur edit foto dengan menggunakan AI-nya mereka ataupun voice dengan AI-nya mereka gitu.” (Informan 1, wawancara mendalam, 9 Mei 2024)

Informan 1 menjelaskan bahwa ia mengetahui fitur TikTok seperti fitur edit foto menggunakan AI dan saat ini ia juga sering menggunakan fitur tersebut di waktu luangnya. Informan 2 memiliki pernyataan yang cukup berbeda yaitu sebagai berikut:

“Banyak fiturnya tuh. Sebenarnya fitur live, terus apa lagi ya. Banyak pokoknya, Mah dan karena kan saya juga suka live, ikut aliansi juga gitu.” (Informan 2, wawancara mendalam, 9 Mei 2024)

Pernyataan informan 2 mengenai fitur yang mana ia mengetahui dan menggunakan fitur live yang ada pada TikTok. Tidak hanya menggunakan untuk meluangkan waktu namun informan 3 juga memiliki hubungan dengan aliansi live TikTok yang dipergunakan untuk mempromosikan barang atau jasa. Pernyataan informan 2 sama dengan pernyataan informan 3. Melalui wawancara informan 3

menjelaskan bahwa ia mengetahui fitur live namun berbeda dengan informan 2, ia hanya menggunakan fitur untuk membuat dan mengunggah video di TikTok, dengan pernyataan sebagai berikut:

“Untuk penggunaan fiturnya gak sih gak ada Paling Paling upload-upload video aja sih Gak ada yang lain” (Informan 3, wawancara mendalam, 22 Mei 2024)

Pernyataan informan 3 memiliki kesamaan dengan informan 4. Melalui wawancara mendalam, informan 4 menjelaskan bahwa ia menggunakan fitur TikTok untuk mengunggah konten saja.

Selanjutnya keempat informan akan menjelaskan mengenai manfaat apa yang dirasakan setelah menggunakan TikTok. Pertama pernyataan dari informan 1 akan menjelaskan sebagai berikut:

“Kegunaan TikTok? Ya banyak ya. Yang pertama di TikTok pribadi saya sendiri saya juga berjualan ya. Ikut di TikTok affiliate-nya gitu. Salah satunya itu. Jadi itu berguna banget buat pribadi saya khususnya dan juga mungkin berguna bagi banyak orang gitu. Karena fitur-fitur TikTok ini kan banyak banget yang cocok ke UMKM. Ataupun orang-orang yang mulai mau berusaha gitu.” (Informan 1, wawancara mendalam, 9 Mei 2024)

Melalui pernyataannya, informan 1 menyatakan bahwa ia merasa terbantu dengan adanya TikTok. Rasa terbantu yang dirasakan karena ia merupakan salah satu pengguna yang berjualan menggunakan platform TikTok dan dengan fitur menarik yang cocok untuk UMKM seperti dirinya. Selanjutnya informan 2 menjelaskan bahwa melalui kegunaannya yang ia rasakan adalah sebagai berikut:

“Kegunaannya ya TikTok bisa mendapatkan informasi yang baik kayak sejenis kita melihat hal-hal positif, kayak gitu. Ya kayak, itu aja yang kemarin pas kita ada acara pemungutan sampah, atau relawan-relawan gitu.” (Informan 2, wawancara mendalam, 9 Mei 2024)

Pernyataan informan 2 mengenai kegunaan TikTok yang dirasa adalah membantu dalam mendapatkan informasi terkait aksi peduli lingkungan. Selanjutnya informan 3 memberikan tanggapan yang berbeda yaitu sebagai berikut:

“Ya, kalau kan saya suka edit video-video gitu. Nah, itu tuh bisa buat inspirasi, kan suka ada orang-orang bikin video-video. Nah, aku inspirasi dari sana. Terus kalian nyari lagu-lagu yang cocok buat videonya. Ya, di TikTok juga banyak, gampang. Terus bagus-bagus juga lagunya.” (Informan 3, wawancara mendalam, 22 Mei 2024)

Pernyataan informan 3 adalah bahwa yang dirasakan setelah menggunakan TikTok adalah terbantu dalam mengedit video dan mengunggahnya di platform tersebut. Kemudian informan memberikan pernyataan yang berbeda dengan informan 4 dimana pernyataan tersebut adalah sebagai berikut:

“Kayak banyak refreshing aja. Terus ada hiburannya. Ada buat berita-berita. Ada itu dulu.” (Informan 4, wawancara mendalam, 2 Juni 2024)

Pernyataan informan 4 menyatakan bahwa kegunaan yang dirasakan lebih bersifat menghibur diri diselingi konten berita atau informasi. Melalui hasil wawancara mendalam dapat disimpulkan bahwa penggunaan TikTok oleh relawan berbeda-beda, dimana penggunaan itu sendiri dilihat dari ketertarikan dan pribadi para relawan. Namun umumnya relawan menggunakan TikTok untuk mencari informasi karena dan sebagai bentuk hiburan dengan menggunakan fitur-fitur mereka yang menarik dan mudah untuk digunakan.

4.2.4.2. 1 Tabel Penggunaan TikTok oleh Relawan

Deskripsi	Informan 1	Informan 2	Informan 3	Informan 4
Mulai menggunakan TikTok	Sejak 2020	Sejak 2017	Sejak 2022-	Sejak 2022
Durasi penggunaan TikTok	Satu jam sehari	1-2 jam sehari	3-4 jam sehari	30 menit sehari
Konten yang dicari dan disukai	Alam dan otomotif	makanan	Alam, cinematografi dan fotografi	Lingkungan
Pengetahuan Fitur dan fitur yang sering digunakan	Fitur AI	Fitur live	Fitur Live	Fitur sharing dan berbagi konten

Manfaat yang dirasakan setelah menggunakan TikTok	Membantu dalam berjualan	Membantu mendapatkan informasi gerakan peduli lingkungan	Membantu mendapatkan informasi	Sumber informasi dan menghibur diri
--	--------------------------	--	--------------------------------	-------------------------------------

Sumber: hasil wawancara mendalam, 2024

4.2.4.3 Pemanfaatan TikTok oleh Relawan

TikTok sebagai media sosial terkenal karena fiturnya yang mudah digunakan serta lebih menarik dari beberapa media sosial lainnya. Melalui banyaknya fitur yang dikembangkan untuk kepentingan pengguna membuat TikTok digemari masyarakat. TikTok sebagai media Komunikasi gerakan bersih-bersih pantai oleh relawan diberbagai daerah memiliki perbedaan dan persamaan. Pemanfaatan oleh TikTok adalah membantu relawan dalam menemukan informasi terkait gerakan bersih-bersih pantai oleh Pandawara. Hal ini dijelaskan oleh informan sebagai berikut:

“Benar sih. Karena dari Pandawara itu kan sebelumnya udah banyak juga ya pengalaman-pengalaman ikut dari sebelum Pandawara ada gitu. Jadi ketika Pandawara hadir dalam TikTok, saya kan tertarik nih buka channelnya mereka dan melihat kegiatan-kegiatan bersih-bersih atau cleanup mereka sebelumnya. Jadi itu membuat saya lebih tertarik lagi untuk ikut turun ke lapangan gitu..” (Informan 1, wawancara mendalam, 9 Mei 2024)

Pernyataan informan 1 sejalan dengan jawaban informan lainnya yang juga menemukan Pandawara lewat akun TikTok mereka. informan 1 bahkan menjelaskan bahwa adanya TikTok Pandawara meningkatkan ketertarikannya untuk melihat lebih jauh aksi bersih dari Pandawara. Hal ini juga disetujui oleh informan 2, 3 dan 4 dimana menyatakan hal yang sama dengan informan 1. Melalui wawancara mendalam informan 2 menyatakan bahwa ia menemukan informasi aksi Pandawara melalui laman FYP, lalu informan 4 menjelaskan bahwa ia mendapatkan notifikasi setiap Pandawara mengunggah sehingga ia terinformasi akan gerakan peduli lingkungan dari Pandawara. Selanjutnya informan 3 memberikan tanggapan sebagai berikut:

“Bantu banget terbuktikan Videonya yang viral Pandawara kan kebanyakan di tiktok kan Sampai ratusan juta dibanding yang lain kan Kan lebih viralnya di TikTok kan” (Informan 3, wawancara mendalam, 22 Mei 2024)

Pernyataan informan 3 sejalan dengan jawaban informan lainnya yang juga menemukan Pandawara lewat akun TikTok mereka. Informan 3 menjelaskan bahwa TikTok Pandawara yang memiliki pengikut dan penonton dengan jumlah mencapai jutaan membuktikan bahwa banyak orangnya yang mendapatkan informasi terkait Pandawara melalui TikTok.

Selanjutnya terkait konten gerakan peduli lingkungan yang menarik pada TikTok dijelaskan oleh keempat relawan sebagai konten yang menarik dan dapat menyajikan aksi nyata atau bukti nyata yang memberikan pesan bermakna edukasi serta peringatan beserta jumlah penonton yang tinggi. Hal ini dijelaskan oleh informan

“Iya kayak Pandawara Kemarin aku baru Ada satu orang Yang bikin vt Yang dia bersih-bersih Bersihin masjid Kan itu bagus buat Orang-orang agar lebih sadar Tempat ibadah juga perlu dibersihin Perlu diberi nyaman Paling” (Informan 3, wawancara mendalam, 22 Mei 2024)

Informan 3 menyatakan bahwa konten gerakan peduli lingkungan yang menarik adalah konten yang dapat mengajak orang-orang untuk ikut beraksi dengan contoh yang informan 3 berikan. Melalui wawancara mendalam hal ini disetujui oleh informan 3 dan 4 yang memberikan pernyataan yang sama. Pendapat informan 1 menambahkan sebagai berikut:

“Gerakan peduli lingkungan yang menarik tentunya kembali lagi dengan media sosial itu. Dengan kembali media sosial semuanya terlihat menarik ya walaupun berkaitan tentang sampah. Kan gak tau sendiri ya sampah itu terlibat dengan aromanya yang busuk, udah itu capek untuk ikut serta gitu. Dampak dari media sosial ini menurut saya itu bagus banget ya dari segi pengiklanannya tentang peduli lingkungan. Bahwasannya itu tidak separah yang dibayangkan buat orang-orang yang belum pernah join gitu kan. Jadi mereka tertarik gitu dengan konten-konten kreatif yang dibuat para kreatornya gitu” (Informan 1, wawancara mendalam, 9 Mei 2024)

Informan 1 menambahkan bahwa konten menarik adalah konten yang sesuai dengan bentuk medianya, dimana mereka bisa membuat konten yang kreatif dan

menarik hingga mengajak orang untuk terlibat dan beraksi. Kemudian informan 4 menambahkan sebagai berikut:

“Konten kayak Kita harus nanam Pohon-pohon gitu karena Kan di Indonesia sekarang Kayak kurang Kurang pohon Karena banyak-banyak Pekerjaan yang lebih Yang melawat alam Jadi kalau rusak alam itu Itu Sama kita juga gitu ya..” (Informan 4, wawancara mendalam, 2 Juni 2024)

Informan 4 menyatakan bahwa konten yang menarik adalah konten dengan pesan yang bermakna edukasi dan mengajak untuk kegiatan baik. Lalu melalui wawancara menurut keempat informan gerakan bersih-bersih yang menunjukkan secara langsung aktivitas pembersihan lebih menarik dimata mereka. sehingga melalui ketertarikan ini beberapa informan bahkan tertarik untuk mempromosikan atau menyebarluaskan hingga berhubungan melalui konten seperti Pandawara kepada kontak atau pengikut mereka. Hal ini dinyatakan sebagai berikut:

“Tentu ya, karena antusiasme pada waktu itu kan banyak banget ya orang yang belum mengenal Pandawara pun ikut join karena ramainya ya. Jadi mereka ikut turun tangan juga buat membantu gitu. Jadi mau gak mau mereka ikut foto-fotoan lah, atau mengambil konten-konten yang dari kegiatan tersebut. Jadi saya rasa itu bisa membuat orang-orang yang belum tau itu menjadi tau ya. Terutama saya sendiri.” (Informan 1, wawancara mendalam, 9 Mei 2024)

Informan 1 menyatakan bahwa antusiasme tinggi dari relawan yang sebelumnya tidak mengenal Pandawara meningkatkan keinginan mereka untuk mempromosikan Pandawara dan aksi-aksinya agar dapat lebih dikenal. Pendapat lain yaitu informan setuju dengan alasan yang berbeda.

Selanjutnya pada TikTok terdapat berbagai fitur yang membantu penggunaan untuk menikmati aplikasi mereka. salah satu fitur tersebut adalah kolom komentar dan direct messages. Kedua fitur ini digunakan untuk berkomunikasi dengan pengguna lain dimana kolom komentar secara bebas dapat dibaca semua orang dan direct messages hanya kepada penerima dan pengirim utama saja. Menurut wawancara dengan informan, mereka memiliki pendapat yang berbeda dimana keempat informan menggunakan kolom komentar untuk sekedar berkomentar ataupun berdiskusi”.

“Pastinya gitu. Setelah dari kegiatan saya ikut komen di video yang ada di sana, mereka setelah upload, saya juga ikut komen gitu. Saya di sana komennya mengenai beberapa hal yang saya kritisi tentang kegiatan tersebut. Yang perlu dibenahi tentunya. Karena yang seperti konten itu kan tidak semua orang yang ikut undir. Ada juga beberapa, ataupun bukan beberapa, banyak juga orang yang ke sana hanya buat nonton-nonton. Jadi gak ikut acara clean-up-nya.” (Informan 1, wawancara mendalam, 9 Mei 2024)

Melalui wawancara, informan 1,3, dan 4 mengatakan hal yang serupa. Mereka mengirimkan komentar pada lama Pandawara untuk sekedar mengkritisi atau memberi support kepada Pandawara. Begitupun dengan direct messages yang juga digunakan keempat informan pada penelitian ini. Menurut pernyataan keempat informan, mereka menggunakan direct messages untuk terhubung dengan teman mereka ataupun orang-orang yang menyukai lingkungan dan berbagi konten mengenai gerakan peduli lingkungan.

Melalui pernyataan informan dapat disimpulkan bahwa melalui pemanfaatan TikTok oleh relawan yaitu membantu informan dalam mencari informasi terkait Aksi Bersih Pantai Pandawara. Kebanyakan dari informan mendapatkan informasi melalui laman FYP mereka atau mendapatkan notifikasi unggahan konten berisi informasi kegiatan Aksi Bersih Pantai. Konten gerakan peduli lingkungan yang dirasa menarik oleh informan Sebagian besar konten yang memperlihatkan aksi atau kegiatan bersih-bersih secara langsung.

4.2.4.3. 1 Tabel Pemanfaatan dalam TikTok oleh Relawan

Deskripsi	Informan 1	Informan 2	Informan 3	Informan 4
Manfaat Tiktok dalam pencarian informasi aksi bersih pantai Pandawara	Membantu dari konten	Membantu melalui laman FYP	membantu	Membantu melalui notifikasi
Tipe Konten TikTok Pandawara gerakan peduli lingkungan yang menarik	Tergantung dengan media sosial itu sendiri	Yang mendapatkan banyak <i>views</i>	Memberikan aksi langsung yang menyentuh hati	Memberikan pesan yang bermakna

Pemanfaatkan konten TikTok Pandawara untuk terhubung dan mengajak rekan atau relawan lain	Menggunakan untuk terhubung dan mengajak orang lain	Menggunakan untuk terhubung dan mengajak orang lain	Menggunakan untuk terhubung dan mengajak orang lain	Menggunakan untuk terhubung dan mengajak orang lain
Pemanfaatan kolom komentar Pandawara dan direct messages	Menggunakan kolom komentar dan direct messages	Menggunakan direct messages	Menggunakan kolom komentar dan direct messages	Menggunakan kolom komentar dan direct messages

Sumber: hasil wawancara mendalam, 2024

4.2.4.4 Penilaian Relawan terhadap Pengelolaan TikTok Pandawara Dalam Gerakan Peduli Lingkungan

Pandawara menggunakan platform TikTok sebagai medianya dan melalui TikTok mereka berhasil mendapatkan banyak apresiasi dan penghargaan seperti Creator of the years yang didapatkan pada tahun 2023 lalu (Kartika, 2023). Melalui fungsi media dimana telah diketahui bahwa TikTok Pandawara group telah menerapkan fungsi-fungsi memberikan informasi, mengedukasi, mempersuasi, dan menghibur maka informan akan memberikan penilaian mereka terhadap pengelolaan TikTok Pandawara dalam gerakan peduli lingkungan setelah merasakan secara langsung dampak dari aksi dan konten Pandawara.

Pernyataan informan mengenai penilaian pemanfaatan TikTok oleh Pandawara menjelaskan bahwa Pandawara telah maksimal dalam menarik atau mempersuasi khalayak sasarannya. terdapat berbagai pandangan melalui jawab yang diberikan oleh keempat informan yaitu sebagai berikut:

“Kalau dibilang maksimal sih mungkin mereka sudah menganggap itu maksimal ya. Saya rasa juga seperti itu gitu. Dari konten-konten mereka juga mereka membuat konten-konten yang udah benar-bener apa ya bisa dikatakan bahasa gaulnya tuh niat banget ya gitu. Jadi saya rasa memang sudah maksimal ya mereka menggunakan TikTok ataupun media sosial lainnya buat mengedukasi orang.” (Informan 1, wawancara mendalam, 9 Mei 2024)

Informan 1 menyatakan bahwa Pandawara telah maksimal dalam memanfaatkan TikTok untuk menarik khalayak, Hal ini ia nilai dari Pandawara yang mengikuti zaman sehingga menarik banyak khalayak pada konten mereka. Selanjutnya tanggapan dari informan 2 adalah sebagai berikut:

“maksimal, sangat bagus. Ya karena dia performanya bagus juga sih pas langsung bikin dan langsung ledak juga jadi orang tertarik” (Informan 2, wawancara mendalam, 9 Mei 2024)

Menurut informan 2 Pandawara telah maksimal dalam menggunakan TikTok untuk menarik khalayak, hal ini ia lihat melalui performa dan pembuktian mereka yang menimbulkan ketertarikan. Lalu informan 3 menambahkan dengan tanggapan berupa:

“Kalo menurut aku maksimal sih, bukannya kan banyak banget yang ini ya. Ya udah ngikutin. Malah sampe, iya malah sampe kan viewnya juga ratusan juta gitu, sampe kan sampe dapet piagam terima kemarin ya.” (Informan 3, wawancara mendalam, 22 Mei 2024)

Informan 4 menilai melalui I penjelasan bahwa menurutnya Pandawara telah maksimal dalam menarik khalayak melalui TikTok. Yang mana menurutnya hal ini dapat dilihat melalui tingkat penonton yang tinggi. Selanjutnya informan 4 memberikan tanggapan yang serupa sebagai berikut:

“Kalau kata saya maksudnya udah sih udah pas semua. Kayak udah ngeliatin gitu. soalnya kayak cuman ngeliatin doang kita langsung tertarik gitu” (Informan 4, wawancara mendalam, 2 Juni 2024)

Menurut informan 4, Pandawara dinilai telah maksimal karena hanya dengan melihat kontennya saja khalayak sudah merasa tertarik. Selanjutnya informan menyatakan secara bersamaan mengenai penilaian terhadap pemanfaatan TikTok untuk menarik dan sebagai media komunikasi. Melalui jawaban keempat informan terdapat persamaan yang mana dapat dilihat melalui tanggapan sebagai berikut:

“Kalau dibilang maksimal sih mungkin mereka sudah menganggap itu maksimal ya. Saya rasa juga seperti itu gitu. Dari konten-konten mereka juga mereka

membuat konten-konten yang udah bener-bener apa ya bisa dikatakan bahasa gaulnya tuh niat banget ya gitu. Jadi saya rasa memang sudah maksimal ya mereka menggunakan TikTok ataupun media sosial lainnya buat mengedukasi orang. Oke.” (Informan 1, wawancara mendalam, 9 Mei 2024)

Informan 1 menyatakan bahwa Pandawara dapat dikatakan sudah maksimal dalam memanfaatkan TikTok untuk mempersuasi masyarakat targetnya. Ia menambahkan bahwa melalui konten yang mengikuti zaman sehingga mereka sudah maksimal sebagai media untuk berkomunikasi dan mengedukasi masyarakat. Kemudian informan 2 memberikan tanggapan sebagai berikut:

“Ya kata aku mah udah maksimal sih. Ya karena dia performanya bagus juga sih pas langsung bikin dan langsung ledak juga jadi orang tertarik. Ya mungkin karena aksinya langsung datang dengan satu sirkul, satu golongan gitu. Itu juga karena komunikasi mereka udah bagus.” (Informan 2, wawancara mendalam, 9 Mei 2024)

Informan 2 menyatakan bahwa Pandawara sudah maksimal dalam memanfaatkan TikTok sebagai media komunikasi. Pendapatnya serupa dengan informan 4 dimana informasi yang jelas membuat relawan datang tanpa ragu ke daerah aksi dilaksanakan. Kemudian informan 3 memberikan tanggapan yang serupa yaitu:

“Kalo Ya, buat ku sih udah maksimal banget sih gitu, udah maksimal. Aku juga, bahkan aku sama temen-temen aku juga sampe dengan mudahnya terini gitu. Jadi salah satu relawannya ini ya, malah tiktok gitu ya.” (Informan 3, wawancara mendalam, 22 Mei 2024)

Melalui pernyataan informan 3, ia menyatakan bahwa Pandawara telah maksimal menggunakan TikTok sebagai media komunikasi karena berbagai rekan di daerahnya dengan mudah tertarik melalui informasi yang mereka dapat.

Selanjutnya keempat informan menjelaskan terkait kesuksesan Pandawara dalam mempromosikan gerakan mereka di TikTok. Melalui jawaban informan terdapat kesamaan dimana keempat informan setuju bahwa Pandawara sudah maksimal dalam mempromosikan aksi mereka di TikTok, tanggapan informan adalah sebagai berikut:

“Ya tentunya. Karena kita lihat dari penayangan konten-konten mereka kan sudah berpuluhan juta orang yang melihat gitu ya. Jika kita menganggap itu tidak sukses mungkin kita yang salah gitu. Karena dari viewers-viewers video yang mereka buat itu sudah ditonton setidaknya lebih dari satu juta orang gitu kan. Tentunya itu sudah sukses menurut saya sih.” (Informan 1, wawancara mendalam, 9 Mei 2024)

Melalui pernyataan informan 1 Pandawara telah sukses lewat puluhan juta orang yang telah melihat konten mereka di TikTok. Menurut hal itu sudah memperlihatkan kesuksesan dalam promosi yang telah mereka lakukan. Selanjutnya informan 2 memberikan pernyataan yaitu:

“Dia cukup sukses, udah sukses. Dia sampai ke luar negeri juga, sampai terkenal di luar negeri dipanggil, pabrik sampah terbesar di dunia juga, bagus. Banyak.” (Informan 2, wawancara mendalam, 9 Mei 2024)

Informan 2 menyatakan bahwa dengan Pandawara yang sukses hingga ke luar negeri membuktikan bahwa mereka berhasil mempromosikan diri hingga ke manca negara. Lalu informan 3 memberikan tanggapan yaitu sebagai berikut:

“Aku sih ga ada yang sukses mereka, buktinya kayaknya dia Pandawara tuh nomor satu tuh, bahkan videonya juga yang paling banyak, yang paling banyak viral dia. Mereka.. masa video bersih-bersih sampah aja, sampe viewersnya banyak banget gitu. Menurut aku itu udah bagus banget.” (Informan 3, wawancara mendalam, 22 Mei 2024)

Informan 3 menyatakan bahwa kesuksesan promosi Pandawara dilihat melalui ketenarannya. Informan 3 menyebut Pandawara sebagai nomor satu dengan banyak videonya yang viral. Kemudian informan 4 menambahkan melalui tanggapan berikut:

“Udah sih, soalnya kan kayak banyak kata-kata mereka yang berhasil buat orang bangkit gitu. Orang-orang pun tertarik buat ngikutin seperti Pandawara.” (Informan 4, wawancara mendalam, 2 Juni 2024)

Informan 4 menyatakan bahwa melalui kata-kata yang mereka sampaikan melalui TikTok telah berhasil mempromosikan gekaran mereka dan mengajak banyak orang untuk mengikuti aksi tersebut.

Setelah mengetahui penilaian akan pemanfaatan dari TikTok oleh Pandawara sebagai media komunikais, untuk mengajak khalayak, hingga kesuksesan dalam mempromosikan aksinya, informan akan menjawab terkait saran mereka terhadap pengelolaan TikTok Pandawara dalam mendukung gerakan mereka. saran yang diberikan oleh informan memiliki kesamaan diantaranya adalah:

“Saya berharap pandawara menggunakan Tik tok resmi mereka untuk tetap konsisten dalam menyuarakan pentingnya kebersihan lingkungan dan tidak menggunakan akun resmi mereka untuk kepentingan sponsor ataupun hal-hal yang melenceng dari kebersihan lingkungan” (Informan 1, wawancara mendalam, 9 Mei 2024)

Pernyataan informan 1 menyatakan bahwa harapannya untuk Pandawara adalah dapat konsisten dalam menyuarakan pentingnya kebersihan lingkungan secara resmi dan tulus. Pernyataannya sama dengan pernyataan informan 2 yaitu sebagai berikut:

“Kalo saransih masih banyak daerah yang sampahnya tuh membludag, jadi jangan berhenti untuk perjuangan lingkungan kita” (Informan 2, wawancara mendalam, 9 Mei 2024)

Informan 2 menyatakan sarannya agar Pandawara dapat fokus dan tetap menyuarakan aksi lingkungan di Indonesia. Selanjutnya saran yang diutarakan informan 3 adalah sebagai berikut:

“Cuma buat saran aja, mereka bisa ngembang lagi video mereka biar lebih menarik kayak lewat video atau editingnya mereka. tapi sekarang juga udah ok” (Informan 3, wawancara mendalam, 22 Mei 2024)

Informan 3 menyatakan bahwa saran yang ia berikan adalah dengan terus mengembangkan teknik video dan editing agar konten terus menarik bagi penontonnya. Kemudian informan 4 memberikan tanggapan sebagai berikut:

“Untuk saran kepada pihak Pandawara, lebih mendengarkan tanggapan netizen, jangan cuma di liat aja.” (Informan 6, wawancara mendalam, 2 Juni 2024)

Melalui pernyataannya informan 4 menyatakan kepada Pandawara untuk mendengarkan tanggapan dan aspirasi netizen atau pengikutnya.

Tabel 4.2.4.4.1 Penilaian Relawan terhadap Pengelolaan TikTok Pandawara Dalam Gerakan Peduli Lingkungan

Deskripsi	Informan 1	Informan 2	Informan 3	Informan 4
Pemanfaatkan akun TikTok Pandawara untuk menarik khalayak sasaran	Maksimal memanfaatkan TikTok untuk mempersuasi atau menarik khalayak	Maksimal memanfaatkan TikTok untuk mempersuasi atau menarik khalayak	Maksimal memanfaatkan TikTok untuk mempersuasi atau menarik khalayak	Maksimal memanfaatkan TikTok untuk mempersuasi atau menarik khalayak
Pemanfaatan TikTok oleh Pandawara sebagai media komunikasi	Sudah memanfaatkan TikTok sebagai media komunikasi	Sudah memanfaatkan TikTok sebagai media komunikasi	Sudah memanfaatkan TikTok sebagai media komunikasi	Sudah memanfaatkan TikTok sebagai media komunikasi
Pemanfaat akunTikTok oleh Pandawara dalam mempromosikan gerakan peduli lingkungan	Sukses dalam memanfaatkan TikTok untuk mempromosikan aksi	Sukses dalam memanfaatkan TikTok untuk mempromosikan aksi	Sukses dalam memanfaatkan TikTok untuk mempromosikan aksi	Sukses dalam memanfaatkan TikTok untuk mempromosikan aksi
Saran terhadap pengelolaan TikTok Pandawara	konsisten dalam menyuarakan pentingnya kebersihan lingkungan secara resmi dan tulus	Fokus dan tetap menyuarakan aksi lingkungan di Indonesia	Mengembangkan diri melalui konten yang menarik	mendengarkan tanggapan dan aspirasi netizen atau pengikutnya

Sumber: Hasil Wawancara Mendalam, 2024

4.3 Pembahasan Penelitian

TikTok menjadi salah satu media sosial Pandawara Group yang banyak disorot masyarakat karena konten mereka yang viral di media sosial tersebut. Melalui aksi gerakan peduli lingkungan yang mereka jalankan ribuan relawan antusias untuk membantu Pandawara membersihkan sampah di berbagai tempat. Salah satu aksi yang ramai diikuti masyarakat adalah Aksi Bersih Pantai bersama Pandawara yang menjadi aksi dengan partisipasi terbesar dari aksi-aksi Pandawara lainnya.

Pandawara mengajak para relawan melalui media sosial sebagai sarana mereka. Melalui konsep gerakan peduli lingkungan di era masyarakat informasi masyarakat

sudah terbuka akan adanya teknologi digital dan pentingnya informasi pada kehidupan mereka. Hal ini juga berlaku pada informasi terkait gerakan peduli lingkungan. Melalui konsep untuk mengetahui pengetahuan dari relawan Pandawara yang terdiri dari masyarakat akan gerakan peduli lingkungan digital. Ditemukan bahwa pengetahuan relawan Pandawara akan gerakan peduli lingkungan digital yaitu sudah mengetahui mereka akan pentingnya teknologi, pentingnya informasi gerakan peduli lingkungan dan penggunaan media sosial sebagai media yang dipilih saat ini.

Kemudian didapati temuan mengenai kerelawanan dalam komunitas peduli lingkungan pada relawan yang mengikuti gerakan peduli lingkungan. Pada konsep ini terdapat 4 indikator untuk menilai kerelawanan dalam komunitas peduli lingkungan. Ditemukan bahwa keterlibatan relawan Pandawara hanya sebatas membantu dalam membersihkan sampah di aksi yang Pandawara galang. Hal ini karena relawan dari Pandawara merupakan masyarakat umum yang kebanyakan diantaranya hanya pengikut Pandawara dan tertarik untuk membantu. Sehingga tidak semua relawan sudah memiliki pengalaman untuk terlibat secara mendalam dengan gerakan peduli lingkungan.

Pada penelitian ini didapati keempat relawan adalah relawan yang memiliki pengalaman di aksi lingkungan lain, namun pada aksi Pandawara mereka tergolong sebagai masyarakat biasa dan tidak serta belum berasosiasi dengan komunitas kerelawanan. Setelah itu diketahui motivasi pada relawan yang berpartisipasi pada Aksi Bersih Pantai Pandawara adalah kepedulian akan lingkungan sekitar dan perkembangan diri relawan. Hal ini sejalan dengan konsep motif motivasi relawan dimana pada temuan penelitian ini didapati 2 relawan memiliki motif altruistik dengan kepedulian yang lebih dominan sebagai motivasi mereka. Lalu 2 relawan lainnya menyatakan bahwa mereka memiliki motif untuk perkembangan diri di media sosial sehingga motif motivasi mereka adalah egoistik.

Kemudian pada peran relawan didapat temuan bahwa semua relawan telah mengemban peran menurut Measham dan Barnett (2007) yang terdiri dari 5 peran yaitu *Activism, Education, Monitoring, Restoration, dan Sustainable living*. Relawan telah melaksanakan peran *activisim* melalui Aksi Bersih-Bersih Pantai bersama Pandawara.

Peran lain yang telah dilakukan relawan adalah *education* dimana relawan melakukan kegiatan edukasi kepada rekan atau keluarga mereka di media sosial ataupun secara langsung. pada peran *sustainable living*, 2 relawan sudah bergerak dalam peran ini dengan menyadari pentingnya menjaga alam untuk hidup generasi selanjut melalui gerakan peduli lingkungan dan 2 lainnya belum mengetahui dan tergerak untuk kepentingan berkelanjutan.

Selanjutnya pada fungsi media sosial dalam isu komunikasi lingkungan dimana melalui empat fungsi media sosial oleh Alexis Tan yaitu informatif, edukatif, persuasif, dan menghibur. Didapatkan temuan bahwa melalui fungsi media Pandawara telah cukup sukses pada TikTok. Melalui konten yang Pandawara sajikan pada TikTok, terdapat fungsi informatif mengenai aksi dan kegiatan mereka, terdapat edukasi mengenai sampah dan kebersihan, perpuasif dalam mengajak masyarakat untuk beraksi dan hiburan yang berbentuk candaan agar masyarakat tidak tertekan.

Konsep selanjutnya adalah pemanfaatan TikTok sebagai media komunikasi gerakan bersih-bersih pantai. Melalui konsep sebagai sebuah media, TikTok digunakan sebagai sarana hiburan dan informasi bagi para penggunanya. Terkait gerakan peduli lingkungan media TikTok digunakan sebagai sarana komunikasi dan informasi bagi pengikut Pandawara group. Melalui hal ini temuan yang didapati bahwa keunggulan yang dimiliki TikTok adalah mudah dan praktis, informasi lebih cepat dan luas, jangkauan penonton lebih besar dan interaktif.

Terhadap penggunaan TikTok sebagai sarana komunikasi, keempat relawan setuju bahwa TikTok merupakan media komunikasi yang cukup baik, Didapatkan temuan lain bahwa relawan menggunakan TikTok sebagai media informasi akan gerakan peduli lingkungan, terhubung dengan relawan lain, mengajak masyarakat. Keempat relawan melakukan promosi Aksi Bersih -Bersih Pantai dengan mengunggah konten terkait aksi bersih-bersih Pandawara. Keempat informan setuju bahwa Pandawara telah maksimal dalam menggunakan TikTok untuk menarik khalayak, sebagai saluran komunikasi, dan sukses dalam mempromosikan gerakan mereka.