



5.89%

SIMILARITY OVERALL

SCANNED ON: 22 JUL 2024, 12:01 PM

Similarity report

Your text is highlighted according to the matched content in the results above.

● IDENTICAL 0.14% ● CHANGED TEXT 5.75% ● QUOTES 0.13%

Report #22114061

BAB I PENDAHULUAN 1.1. Latar Belakang Masalah Aksi Bersih-Bersih ramai diperbincangkan sepanjang tahun 2022. Hal ini terjadi akibat munculnya sebuah komunitas bernama Pandawara group yang melakukan aksi bersih-bersih di parit dan sungai di sekitar Bandung. Aksi bersih-bersih Pandawara disambut positif oleh berbagai kalangan mulai dari Masyarakat hingga pemerintah (Lorenza, 2023). Kegiatan bersih-bersih yang dilakukan Pandawara mereka unggah melalui media sosial dengan harapan dan tujuan agar masyarakat dapat ikut berpartisipasi aktif dalam kepedulian terhadap lingkungan, terkhusus kepada sampah sembarang (Puspa, 2023). Gerakan atau aksi yang dilakukan Pandawara ini merupakan sebuah gerakan peduli lingkungan. Gerakan peduli lingkungan dan kampanye aksi lingkungan saat ini mengalami transformasi dengan kehadiran media sosial (Almaskaty, 2016). Komunitas Gerakan peduli lingkungan memiliki banyak alternatif saluran untuk mengundang kepedulian khalayak untuk mendukung Gerakan yang dilakukan. Dalam kurun waktu terakhir banyak bermunculan komunitas gerakan peduli lingkungan diantaranya terkait isu sampah. Salah satu komunitas yang memiliki kepedulian pada permasalahan sampah di sungai dan aktif menggunakan media sosial sebagai saluran komunikasi untuk membangun gerakan berupa aksi bersih sungai adalah komunitas Pandawara group. Selain memiliki kemiripan terkait isu lingkungan yang disuarakan ia aktif menggunakan media sosial TikTok untuk menyuarakan aksinya. Dari hasil

jerih payah mereka, Pandawara Group berhasil membawa nama mereka hingga meraih macam penghargaan seperti TikTok Local Heroes salah satu acara yang dipentaskan oleh TikTok di tahun 2022 (Arka, 2022). 15 18 24 Pandawara Group merupakan sebuah kelompok yang melakukan bersih-bersih dan beranggotakan lima orang pemuda yang bernama Agung Permana, Muhammad Ikhsan, Rafla Pasya, Rifki Sa'dulah dan Gilang Rahma. Mereka mulai dikenal lewat konten saat melakukan pembersihan sampah yang diunggah melalui akun TikTok mereka yaitu @Pandawaragroup. 15 Nama kelompok mereka yaitu Pandawara merupakan penggabungan dari dua kata, yaitu kata Panda dan Wara. Makna kata Panda didalam dunia wayang Mahabarata adalah lima dan Wara dalam Bahasa Sunda memiliki arti baik. Jika digabung, Pandawara berarti lima orang pemuda yang mengusung kabar baik (Aditya, 2023) . Kelima pemuda ini awalnya menggelar aksi bersih dibulan Agustus 2022 dan menuai beragam reaksi dari netizen. Kawasan Kopo, Bandung yang merupakan tempat tinggal mereka banyak mengumpulkan sampah dan membuat para pemuda ini bergerak untuk membersihkan sampah di sungai tempat tinggal mereka. Dari sana mereka beritikad untuk membuat akun Tiktok @Pandawaragroup dan menyebarkan aktivitas bebersih tersebut (Aditya, 2023). Pandawara membangun komunitas mereka dengan melakukan berbagai aksi bersih-bersih dengan skala besar di berbagai pantai di banyak daerah. Melalui akun TikTok @Pandawara group diketahui bahwa pantai-pantai yang mereka datang i untuk kegiatan aksi bersih-bersih mereka masuk kedalam daftar Pantai terkotor versi Pandawara yang berhasil melibatkan ribuan Masyarakat dan relawan. Salah satu aksi dilaksana pada pantai yang berlokasi di Cirebon, Jawa Barat dan dipilih sebagai rangka merayakan HUT NKRI ke-78 oleh Pandawara Group (Elmira, 2023). Kegiatan dilaksanakan pada tanggal 12-13 Agustus 2023 dan berhasil melibatkan sekitar 10.800 orang relawan. Respon yang didapatkan melalui kegiatan bersih-bersih di Pantai ini sangat positif. Melalui TikTok @Pandawaragroup, banyak masyarakat yang berterima kasih karena telah membersihkan Pantai mereka dan tak banyak yang memuji kegiatan mereka (Elmira, 2023). Gambar 1. 1 Gambar sebelum

REPORT #22114061

dan sesudah Pantai Sekenden Cirebon setelah aksi bersih-bersih Pandawara bersama berbagai pihak (Sumber: <https://www.tiktok.com/@Pandawaragroup?lang=en>) Pantai selanjutnya yaitu pantai terkotor lain versi Pandawara yang ramai diperbincangkan yaitu Pantai Loji di Sukabumi. Informasi ini diambil melalui konten TikTok @Pandawaragroup dimana Pantai Loji disebut oleh Pandawara sebagai pantai terkotor keempat karena sampahnya yang menjulang tinggi di sekitar Pantai Loji. Dilaksanakan pada 6-7 Oktober 2023, sebelum pantai ini sempat mendapatkan penolakan untuk melaksanakan kegiatan aksi bersih oleh pemerintah Sukabumi yang tidak terima dengan sebutan Pantai terkotor ke-4 oleh Pandawara (bbc.com, 2023). Namun kegiatan aksi bersih-bersih tetap berjalan lancar setelah koordinasi lebih lanjut dilakukan dan bahkan melibatkan ribuan warga dengan berbagai instansi seperti karang taruna, KNPI, OKP ormas dan kepala desa Sangrawayang ikut berpartisipasi dalam aksi bersih-bersih kali ini (Alamsyah, 2023). Gambar 1. 2 Gambar sebelum dan sesudah Pantai Loji Sukabumi setelah aksi bersih-bersih Pandawara bersama berbagai pihak (Sumber: <https://www.tiktok.com/@Pandawaragroup?lang=en>) Aksi bersih yang ketiga, yaitu aksi bersih Pantai Labuan Haji di Lombok Timur. Informasi diambil melalui konten TikTok @Pandawaragroup mengenai kegiatan Aksi Bersih di Pantai Labuan Haji dilaksanakan pada 18 Februari 2024 dan menjadi salah satu aksi besar yang mereka lakukan di tahun 2024. Dengan melibatkan kurang lebih 3.100 masyarakat dan berbagai pihak seperti Polri dan TNI hingga duta lingkungan NTB yang ikut berkolaborasi untuk mempromosikan kegiatan bersih-bersih ini. Melalui kegiatannya Pandawara kembali berhasil menuai banyak pujian begitupun respons positif pada akun TikTok mereka. Berbagai komentar dari masyarakat memperlihatkan rasa antusias dan semangat kepada Pandawara untuk terus menjadi lebih baik (Mutiah, 2024) Gambar 1. 3 Gambar sebelum aksi bersih-bersih Pandawara bersama berbagai pihak dan kegiatan aksi bersih di Pantai Labuan Haji Lombok Timur (Sumber : <https://www.tiktok.com/@Pandawaragroup?lang=en>) Melalui kegiatan aksi bersih-bersihny

a, Pandawara mengajak berbagai pihak seperti pemerintah, berbagai komunitas, dan masyarakat untuk ikut berpartisipasi dalam kegiatan mereka (Puspaningtyas, 2023). orang-orang yang ikut terlibat menjadi relawan datang dari berbagai daerah dan kalangan serta komunitas. Mulai dari siswa komunitas olahraga hingga duta lingkungan daerah dan pihak berwajib seperti kepala desa ataupun Polri. Relawan menurut Schroeder (1998), Adalah individu yang mau menyumbangkan tenaga, kemampuan, dan waktu mereka tanpa pamrih dan tidak mengharapkan keuntungan materi dari organisasi yang mengorganisasikan suatu kegiatan sosial (Mayrawati, 2019). Relawan memiliki banyak peran mulai dari membantu, menjembatani, menegakkan suatu kepercayaan sosial. Peran utama para relawan Pandawara adalah ikut serta dalam aksi bersih-bersih bersama Pandawara dengan membersihkan sampah-sampah. Melalui undangan yang disebar Pandawara di akun media sosial mereka, masyarakat dengan antusias ikut menjadi relawan dan terlibat dalam kebaikan lingkungan. Melalui TikTok sebagai wadah atau media, Pandawara Group telah berhasil mengajak masyarakat untuk ikut dalam aksi bersih-bersih di berbagai daerah di Indonesia. Berbagai tempat telah ditelusuri hingga Pandawara memiliki list Pantai terkotor mereka dan berhasil melakukan aksi bersih- bersih mereka di Pantai-pantai tersebut. Melalui aksinya, Pandawara mampu menggerakkan ribuan masyarakat untuk mengikuti kegiatan aksi bersih-bersih di berbagai daerah di Indonesia. Relawan masyarakat umum menjadi pihak yang banyak mengikuti kegiatan dari Pandawara. Relawan pada kegiatan Pandawara group merupakan masyarakat umum. Masyarakat pada dasarnya adalah sekumpulan individu-individu yang hidup bersama-sama. Hidup bersama juga dapat dikatakan sebagai hidup didalam sebuah tatanan pergaulan dan keadaan yang sama dengan individu lain (Prasetyo, 2020). Melalui media sosial dan bantuan media lokal, Pandawara mengajak masyarakat untuk ikut serta dalam memperbaiki lingkungan dengan melakukan aksi bersih-bersih. Beberapa dari relawan Pandawara group yang terdiri dari masyarakat juga ikut menyuarkan kegiatan bersih-bersih mereka melalui media sosial, salah

satunya pada TikTok. Mereka ikut membuat dan membagikan video ataupun kumpulan foto mengenai kegiatan kerelawanan bersama Pandawara dan tidak sedikit dari mereka yang menarik penonton yaitu netizen untuk juga beraksi untuk lingkungan. Melalui tanggapan salah satu relawan yang mengikuti kegiatan Pandawara, ia terdorong untuk ikut beraksi bersama Pandawara karena sesama generasi muda dapat saling memberi perubahan, walaupun kegiatan ini tidak memberikan imbalan apapun (Informan 1, wawancara mendalam, 2024). Gerakan yang dilakukan Pandawara dan relawannya menunjukkan bahwa permasalahan sampah di sungai masih terus menjadi satu dari masalah yang mendesak di negara kita saat ini. Isu sampah adalah satu dari sekian isu yang hingga saat ini masih belum terselesaikan. Masalah sampah hingga saat ini memberikan banyak dampak negatif kepada manusia. Dampak negatif yang sama juga terjadi pada lingkungan. Melalui Data Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional (SIPSN) KLHK tahun 2022 memperlihatkan bahwa dari 202 Kabupaten/Kota se Indonesia didapati angka yang mencapai 21,1 juta ton timbunan sampah nasional (Kemenko PMK, 2023). 25 Yang mana melalui total tersebut 65,71% atau sekitar 13,9 juta ton sampah sudah dapat dikelola dan sisanya yaitu 34,29 atau setara 7,2 juta ton belum juga dapat terkelola dan terurus dengan baik. Sampah-sampah yang belum terkelola dengan bagus akhirnya mencemari lingkungan. Sampah akan mempengaruhi seluruh aspek kehidupan apabila dibiarkan. Seperti di laut yang saat ini sangat terpengaruhi. Sampah laut berada di angka 80% dan dapat merubah perilaku manusia serta ekosistem hayati, serta sektor ekonomi akan ikut terkena imbas dari pencemaran sampah. Semua sampah tersebut berasal dari daratan (Ambari, 2021). Begitu pula dengan sungai yang merupakan perantara sampah daratan bisa sampai ke laut, Direktur Asosiasi Komunitas Indonesia (AKSI) Nusantara mengungkap bawah sampah yang mencemari sungai di Indonesia semakin parah pada awal tahun 2023 (Warta Bromo, 2023). Hal ini menjelaskan bahwa semakin banyaknya sampah yang mencemari sungai saat ini membuat angka pencemaran sampah di laut

meningkat. Melalui informasi tersebut memang tidak aneh melihat banyaknya komunitas atau organisasi yang mulai banyak bergerak dibidang lingkungan, salah satunya Pandawara group yang memanfaatkan media sosial seperti Instagram dan TikTok untuk menarik Masyarakat. Kehadiran Pandawara sebagai komunitas lingkungan memberikan harapan dan dorongan kesadaran kepada Masyarakat (Natasari, 2023). Karena dengan adanya komunitas Masyarakat mendapatkan edukasi serta ajakan untuk ikut andil dalam memerangi sampah bagi kebaikan bersama. Melalui komunitas yang mengajak relawan, berbagai dampak positif dapat dirasakan. Masyarakat yang terlibat akan terbiasa dan menanam sifat bersih-bersih di kehidupan sehari-hari. Selain itu tumbuh rasa tanggung jawab akan lingkungan bagi para masyarakat yang terlibat dalam aksi sebuah komunitas. Sehingga masyarakat umum dapat menjadi tokoh dan tidak hanya menonton melalui media sosial. Media yang digunakan dalam berkomunikasi mengalami banyak perubahan seiring dengan berubahnya zaman. Adanya media sosial kini mengubah tatanan media dan menjadi salah satu yang utama untuk digunakan. Media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia adalah TikTok (Natasari, 2023). TikTok merupakan salah satu media sosial yang cukup banyak digemari oleh masyarakat muda. Dengan fiturnya yang beragam dan menggambarkan masyarakat kini yang selalu ingin cepat. Fitur short video mereka sangat menguntungkan bagi Masyarakat yang haus informasi. Melalui data We Are Social, pengguna TikTok di Indonesia telah mencapai angka 126,83 Juta pengguna per periode Oktober 2023 – Januari 2024 (Rizaly, 2024). Pada penelitian ini, peneliti berusaha untuk mengetahui bagaimana TikTok digunakan sebagai media Komunikasi gerakan peduli lingkungan oleh relawan organisasi seperti Pandawara group. Penelitian ini menjadi menarik dengan banyaknya masyarakat yang aktif pada media sosial. Kenaikan data pengguna media sosial tiap tahunnya sejak 2013 hingga 2023 yaitu sebesar 137 juta pengguna baru yang artinya terdapat 137 juta calon pengikut yang dapat diajak untuk berpartisipasi sebagai relawan lingkungan (Yonatan, 2023). Maka dari itu dengan adanya fenomena

TikTok sebagai platform tidak hanya untuk organisasi namun juga pengikutnya, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang TikTok sebagai media komunikasi gerakan peduli lingkungan pada relawan @Pandawaragroup menggunakan metode studi deskriptif. Pada metode studi Deskriptif, paradigma yang digunakan adalah konstruktivisme. Paradigma konstruktivisme ialah paradigma yang berpendapat sebuah kenyataan merupakan hasil dari desain yang dikonstruksi manusia. ⁴³ Kenyataan dipercaya bersifat ganda, kenyataan bisa dibentuk serta merupakan sebuah satu keutuhan. Metode ini dianggap sesuai untuk meneliti TikTok sebagai media Komunikasi gerakan peduli lingkungan dari relawan Pandawara Group. Informan yang dipilih adalah Masyarakat umum yang pernah menjadi relawan Pandawara group pada aksi bersih-bersih skala besar yaitu relawan pada Aksi Bersih Pantai Loji, Aksi Bersih Pantai Sekenden, dan aksi bersih Pantai Labuan Haji. Dipilihnya para informan karena mereka pernah menjadi relawan pada kegiatan aksi bersih skala besar oleh Pandawara dan menggunakan TikTok. ⁴² Adapun penelitian terdahulu yang menjadi referensi dari penelitian ini dengan judul ¹ “Kampanye Media sosial Tiktok @Pandawaragroup Dalam Meningkatkan Kesadaran n Masyarakat Menjaga Kebersihan Lingkungan ⁴² (Ali, 2023). Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki terkait kampanye media sosial dari TikTok @Pandawaragroup untuk meluaskan kesadaran masyarakat kepada kebersihan lingkungan dan kendala mereka dalam usaha tersebut. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dan paradigma konstruktivisme dimana didapatkan hasil bahwa pandawar group memiliki keunggulan dari segi visual, secara kampanye sendiri mereka menarik target anak muda yang masih kurang peduli terhadap lingkungan dengan memberikan penyampaian yang edukatif serta persuasif. Penelitian terdahulu lainnya yaitu berjudul “Pemanfaatan Media sosial Facebook Dalam Gerakan Sosial (Studi Pada Relawan Yang Bergabung Dalam Komunitas Laskar Karo Erdilo Di Fanpage Facebook Laskar Karo Erdilo) oleh (Rahma, 2021) memiliki tujuan guna melihat bagaimana peran atau kegunaan dari akun fanpage facebook Laskar Karo Erdilo mengenai pembentukan gerakan sosial pada lapisan relawan dan sejauh mana peran

serta tugas dari fanpage facebook sebagai media sosial dimana terdapat kekuatan dalam membentuk gerakan sosial secara online . 19 38 Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif dan teori Uses and Gratification serta teori penalaran. Hasil yang didapatkan pada penelitian ini adalah bahwa akun fanpage Laskar Karo Erdilo memiliki peran yang penting dalam perekrutan anggota baru dan sebagai media komunikasi. Penelitian terakhir yaitu berjudul “Strategi Kampanye Kebersihan Lingkungan Oleh Pandawara Group Melalui Media Tiktok oleh (Shabrina, 2023) bertujuan untuk menjelaskan bagaimana strategi yang digunakan Pandawara pada TikTok mereka dalam meningkatkan kesadaran Masyarakat. Penelitian ini menggunakan teknik analisis yaitu secara deskriptif, naratif dan didapatkan hasil dimana aksi sosial oleh Pandawara mencakup berbagai macam hal diantaranya seperti aksi secara fisik, edukasi terhadap sampah, pemberdayaan komunitas menggunakan TikTok. Dimana disimpulkan bahwa Pandawara mengajak, mensosialisasikan, dan merangkul berbagai kalangan untuk melakukan aksi sosial. Berdasarkan pemaparan diatas mengenai latar belakang penelitian ini, peneliti ingin melihat dan memahami bagaimana penggunaan TikTok sebagai media Komunikasi dalam gerakan peduli lingkungan pada akun @Pandawaragroup pada relawan Pandawara grup di Aksi Bersih Pantai Sekenden, Aksi Bersih Pantai Loji, dan Aksi Bersih Pantai Labuan haji. Sehingga penelitian ini ingin mengetahui bagaimana penggunaan TikTok sebagai media Komunikasi gerakan peduli lingkungan seorang relawan pada kegiatan Pandawara group yang melibatkan ribuan relawan dari berbagai daerah yang secara sukarela ikut serta. 1.2. Rumusan Masalah Melalui latar belakang yang telah dijabarkan, didapatkan rumusan masalah pada penelitian ini yaitu “Bagaimana penggunaan TikTok sebagai media Komunikasi dalam gerakan peduli lingkungan oleh relawan pada Pandawara Group? 1.3. Tujuan Penelitian Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui bagaimana penggunaan TikTok sebagai media Komunikasi dalam gerakan peduli lingkungan oleh relawan Pandawara Group. 1.4. Manfaat Penelitian Setelah penelitian ini dapat selesai dikaji lebih dalam, nantinya hasil yang diperoleh diharap

dapat memberikan guna atau manfaat. Adapun manfaat yang diharapkan dapat diperoleh dari penelitian ini dibagi menjadi 2 kategori: 1.4.1 Manfaat

Akademis 1. Penelitian ini diharapkan dapat memperbanyak studi komunikasi khususnya di bidang media baru dan komunikasi lingkungan digital dengan menggunakan metode deskriptif. 2. Penelitian berharap bahwa penelitian ini dapat menjadi referensi penelitian lain mengenai media sosial sebagai media bagi gerakan peduli lingkungan. 1.4.2 Manfaat Praktis 1.

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi komunitas peduli lingkungan mengenai pemanfaatan media sosial terkhusus TikTok dalam membangun gerakan peduli lingkungan. 2. Peneliti berharap bahwa penelitian ini dapat membuka wawasan berbagai khalayak mengenai media sosial sebagai wadah gerakan komunitas anak muda yang peduli lingkungan. 3.

Melalui penelitian ini diharapkan dapat menjadi pemahaman baru bagi pihak Pandawara Group dalam Upaya menarik relawan pada aksi lingkungan mereka.

BAB II TEORI DAN KONSEP 2.1 Tinjauan Literatur Pada penelitian ini terdapat beberapa penelitian yang akan dijadikan sebagai tinjauan literatur, yang mana penelitian tersebut memiliki keterkaitan dengan penelitian yang akan diteliti. 2. 1 Tabel Tinjauan Literatur n o

Judul | Penulis | Tahun Afiliasi Metode Penelitian Kesimpulan Saran
Perbedaan dengan penelitian 1 Kampanye Media sosial Tiktok @Pandawaragroup Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Menjaga Kebersihan Lingkungan | Muhammad Yusril Ali | 2023 Universitas Prof. Dr. Moestopo

Pendekatan Kualitatif deskriptif dengan metode Studi Kasus Terdapat keunggulan segi visual dari kampanye digital yang dilakukan Pandawara. Ditemukan hasil bahwa generasi muda kurang peduli dengan lingkungan sehingga pesan yang dikirimkan lebih edukatif. Perbedaannya adalah peneliti menggunakan teori AISAS untuk menganalisis kampanye media sosial Pandawara group.

2 Pemanfaatan Media sosial Facebook Dalam Gerakan Sosial (Studi Pada Relawan Yang Bergabung Dalam Komunitas Laskar Karo Erdilo Di Fanpage Facebook Laskar Karo Erdilo) | An Nisa Dian Rahma | 2021 Universitas Medan Area Menggunakan pendekatan

kualitatif dengan metode deskriptif Didapatkan hasil bahwa fanpage facebook Laskar Karo Erdilo bertugas krusial dalam anggota baru serta sebagai media komunikasi . Penelitian menggunakan metode deskriptif dengan teori Uses and Gratificaton dan teori Penularan 3 Strategi Kampanye Kebersihan Lingkungan Oleh Pandawara Group Melalui Media Tiktok | Aulia Univerrsi tas Negeri Surabaya Pendekatan kualitatif dengan metode analisis deskriptif naratif Edukasi terhadap meningkatkan kesadaran Masyarakat menjadi kunci dalam Penelitian ini hanya menjelaskan strategi kampanye Pandawara dalam meningkatkan Shabrina | 2023 merubah perilaku dan menciptakan kebiasaan ramah lingkungan. Hal ini dapat dilakukan melalui edukasi dari sekolah, media sosial dan komunitas lingkungan termasuk Pandawara group yang mampu Masyarakat sebagai stimulus hingga kolaborasi dengan pemerintah . . kesadaran lingkungan Masyarakat. Beberapa penelitian terdahulu diatas menjadi acuan bagi peneliti dalam penyusunan dan pelaksanaan penelitian ini yaitu pertama dengan judul “Kampanye Media sosial Tiktok @Pandawaragroup Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Menjaga Kebersihan Lingkungan (Ali, 2023), menggunakan metode studi kasus. **12 Tujuan** penelitian ini adalah untuk menganalisis dan menguraikan kampanye media sosial TikTok dari Pandawara group dalam meningkatkan serta memajukan kesadaran masyarakat terhadap kebersihan lingkungan serta rintangan yang didapati dalam mewujudkan kampanye tersebut. Hasil yang didapatkan pada penelitian ini adalah bahwa anak muda di Indonesia masih rendah dalam tingkat kepedulian terhadap lingkungan sehingga pesan yang diberikan serta strategi kampanye bersifat edukatif dan persuasif. Hambatan yang ditemukan adalah alat perlengkapan yang kurang mendukung dalam kegiatan yang dilakukan sehingga aksi kurang maksimal. Penelitian terdahulu yang kedua memiliki judul “Pemanfaatan Media sosial Facebook Dalam Gerakan Sosial (Studi Pada Relawan Yang Bergabung Dalam Komunitas Laskar Karo Erdilo Di Fanpage Facebook Laskar Karo Erdilo) oleh (Rahma, 2021) memiliki tujuan untuk melihat dan mengetahui bagaimana peranan akun fanpage facebook Laskar Karo Erdilo pada kegiatan pembentukan gerakan sosial di kalangan

relawan dan sejauh mana pula fanpage facebook sebagai media sosial memiliki kekuatan atau kuasa dalam membentuk gerakan sosial mereka tersebut melalui online .

10 12 19 20 31 35 39 40 48 Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Dua teori utama yang digunakan pada penelitian ini adalah teori Uses and Gratification dan teori Penularan. Hasil yang didapatkan pada penelitian ini adalah bahwa akun fanpage Laskar Karo Erdilo memiliki peran yang penting dalam perekrutan anggota baru dan sebagai media komunikasi yang menarik minat dari netizen untuk bergabung dalam gerakan Laskar Karo Erdilo. Penelitian terdahulu terakhir dengan judul Strategi Kampanye Kebersihan Lingkungan Oleh Pandawara Group Melalui Media Tiktok ingin menjelaskan bagaimana strategi yang digunakan Pandawara di Tiktok untuk meningkatkan kesadaran Masyarakat (Shabrina, 2023). Menggunakan teknik analisis deskriptif naratif didapatkan hasil bahwa aksi sosial dari Pandawara tidak hanya mencakup aksi secara fisik namun juga edukasi terhadap sampah, pemberdayaan komunitas melalui Tiktok. Dimana Pandawara mengajak, mensosialisasikan, dan merangkul masyarakat untuk melakukan aksi sosial. 2.2 Konsep 2.2 1 4 8 10 14 1 Komunikasi Lingkungan Komunikasi Lingkungan menurut Cox dalam tulisannya yang berjudul 2 “ Environmental Communication and Public Sphere 1 4 8 10 14 dalam Yenrizal (9:2017), mengatakan bahwa komunikasi lingkungan merupakan sebuah sarana konstitutif atau beraturan dan pragmatis bagi pemahaman manusia dengan lingkungan juga hubungan dari manusia dan alam. Artinya Komunikasi lingkungan merupakan sarana yang mengatur dan membuahkan sebuah hasil nyata antara manusia dan alam. 1 8 41 Menurut Cox komunikasi lingkungan terdiri dari dua fungsi utama yaitu pragmatis atau praktis dan konstitutif atau secara aturan. 1 Pragmatis pada komunikasi lingkungan menurut Cox memiliki kaitan dengan Pendidikan, meyakinkan, menggerakkan, kewaspadaan serta membantu manusia dalam mengatasi permasalahan lingkungan. Lalu untuk konstitutif mencakup beberapa aspek seperti menata, membangun atau menyusun, merepresentasi alam, dan permasalahan lingkungan itu sendiri sebagai sebuah subjek bagi pengetahuan manusia. Perspektif lain mengenai komunikasi lingkungan yaitu Corbett (2006)

dalam (Yenrizal, 2017) menyatakan bahwa komunikasi lingkungan yaitu: 1. Diberikan berbentuk nilai, kata, tindakan, kegiatan sehari-hari 2. Diinterpretasi dan negosiasikan secara individual 3. Berakarkan sejarah serta budaya, 4. 1 4 Akar berasal dari ilmu yang mendasar 5. terpacak dalam sebuah paradigma sosial dominan dimana memberikan suatu nilai pedoman bagi lingkungan dan mempercayai bahwa hal itu ada untuk melayani manusia atau orang 6. Merupakan hal yang pelik terkait dengan budaya pop, terlebih iklan dan hiburan 7. Dibingkau dan diberitahukan oleh media dengan cara-cara yang umumnya membutuhkan dukungan status quo 8. Dimediasi serta pengaruhi oleh berbagai Lembaga sosial seperti pemerintah dan bisnis.

Apabila dilihat dari perspektif Oravec dan Klurke, mereka menyatakan bahwa yang dimaksud dengan komunikasi lingkungan merupakan sebuah studi mengenai bagaimana cara seorang manusia memahami dan memandang dalam melihat, mengetahui, serta membangun sesuatu secara sosial budaya bersama alam disekitarnya dibantu dengan simbol dan bahasa spesifik sebagai bahan dalam bertindak, dan membimbing perilaku manusia terhadap lingkungan. (Yenrizal, 2017). Komunikasi lingkungan menjadi payung dari penelitian ini dimana lingkungan menjadi aspek penting dalam kegiatan yang dilakukan oleh relawan dari Pandawara group. 2.2.2 Gerakan Peduli Lingkungan Hidup Gerakan Sosial menurut Macionis dalam (Sukmana, 2016) merupakan salah satu tipe yang penting pada perilaku kolektif (collective behaviour). Berbagai ahli sosiologi menyebutkan gerakan sosial sebagai sesuatu yang lebih dari bentuk susunan aksi kolektif (collective action) dibandingkan bentuk perilaku kolektif (collective behaviour) ataupun pendapat lain yang mengatakan bahwa gerakan sosial ialah salah satu dari bentuk sebuah perilaku kolektif. Tindakan kolektif dalam Sumakna (2016) diartikan sebagai setiap tindakan atau kegiatan dengan tujuan untuk meningkatkan kekuasaan, status, ataupun pengaruh suatu kelompok dan bukanlah untuk individu. Perilaku kolektif dilakukan sekelompok orang tidak rutin sebagai respon terhadap suatu impuls atau rangsangan. Akan tetapi gerakan sosial tidaklah sama dengan perilaku

kolektif, dimana gerakan sosial lebih terorganisir dengan tujuan serta kepentingan Bersama disbanding perilaku kolektif. Social movement atau Gerakan sosial menurut Macionis adalah aktivitas atau tindakan yang terorganisir dengan tujuan untuk memajukan atau menghambat sebuah perubahan sosial. Gerakan sosial menurut Wood dan Jackson (Sztompka, 1994) berhubungan erat dengan perubahan sosial serta menjadi dasar dalam menentukan ciri-ciri gerakan sosial. Menurut Greene, terdapat karakteristik dari Gerakan sosial yang meliputi (Sukmana, 2016): 1. melibatkan beberapa orang, 2. memiliki tujuan yang secara umum mendukung dan mencegah suatu perubahan sosial di masyarakat, 3. terdapat struktur kepemimpinan yang umumnya diakui, 4. memiliki aktivitas yang dijaga dalam kurun waktu yang cukup lama dimana gerakan sosial cenderung lebih konstan dan terorganisir dibanding tipe perilaku kolektif yang lain. Sunarto dalam Nanang Martono (2011:223), Sztompka dalam Nanang Martono (2011:225) dalam (Syaribulan & Akhir, 2016) memberikan batasan pada definisi Gerakan sosial dimana terdapat empat kriteria yang terdiri dari: 1. terdapat kolektivitas, 2. memiliki tujuan yang bersama, 3. kolektivitas yang dimiliki tersebar namun memiliki kedudukan lebih rendah dari organisasi yang lebih formal, 4. tindakan dan kegiatannya memiliki spontanitas yang tinggi, tanpa lembaga dengan bentuk yang tidaklah konvensional. Konsep ini sejalan dengan penelitian ini, dimana Pandawara group menjalankan aksi kebersamaan untuk lingkungan yang dijalankan secara rutin. Gerakan dilakukan dengan jumlah pengikut yang tinggi tanpa melewati pihak berwajib. Aksi yang digalang oleh Pandawara group merupakan sebuah gerakan peduli lingkungan yang berimbas atau berdampak terhadap kehidupan sosial Masyarakat. Gerakan mereka dimulai dari tujuan Bersama untuk hidup yang lebih nyaman dan bebas dari sampah sehingga akhirnya dapat menggerakkan masyarakat untuk melakukan perubahan pada lingkungan dan hidup mereka.

2.2.2.1 Gerakan Peduli Lingkungan Di Era Masyarakat Informasi

Masyarakat informasi secara definisi menurut Maulana (1983) dikutip oleh (Uswatusolihah, 2023) adalah masyarakat yang memiliki

ketergantungan tinggi akan informasi, dimana mereka mengkonsumsi dan memproduksi nilai-nilai informasi menjadi sebuah kekuatan yang mendorong dalam perubahan Masyarakat. Gempuran informasi di era teknologi yang lebih maju mendorong masyarakat dan melahirkan masyarakat informasi. Masyarakat informasi melalui konsep mulai berkembang di tahun 1970 dimana mulai banyak perubahan yang terjadi pada lingkup sosial dan teknologi informasi di berbagai bidang kehidupan masyarakat. Dalam konsep informasi yang melalui makna mengalami peningkatan mulai melihat pada pengetahuan dan memiliki kuasa di dunia sehingga semakin memiliki pengetahuan (Purwaningtyas, 2022). Pada Gerakan peduli lingkungan, masyarakat bergerak untuk mencari informasi terkait gerakan yang dapat berupa kegiatan online dan offline. Kegiatan offline yang dapat diikuti masyarakat adalah melalui gerakan gotong royong, aksi bersih bersama, Ciri-ciri dari Masyarakat informasi menurut Tanduklangi adalah sebagai berikut (Purwaningtyas, 2022) : 1. Adanya kesadaran oleh masyarakat akan pentingnya informasi dalam berbagai aspek kehidupan, 2. Pandangan dan wawasan masyarakat yang mulai terbuka akan pemanfaatan teknologi informasi dengan tepat, 3. Banyak berkembang lembaga perpustakaan atau dokumentasi serta informasi dengan serempak, 4. Sumber daya akan manusia, informasi serta fisik mulai memanfaatkan ilmu semakin maju, 5. Pengelolaan informasi semakin membaik, disajikan dengan tepat waktu serta dikemas menggunakan teknologi yang dapat berkembang menjadi barang dengan nilai yang ekonomis. Melalui berbagai teknologi yang maju, gerakan sosial juga ikut mengalami evolusi dimana terjadi perpaduan dengan kegiatan online dengan memanfaatkan media sosial. Namun pemanfaatan secara online atau daring tidak menutupi aksi secara langsung. Media sosial mempererat masyarakat kepada lingkungan untuk lebih waspada dan lebih melestarikan lingkungan sekitar mereka. salah satunya dengan memerangi sampah. Sehingga dengan adanya internet dan Masyarakat yang jauh lebih haus akan informasi membantu penyebaran informasi terkait gerakan sosial lebih terjangkau bagi setiap orang. Konsep ini digunakan pada penelitian

mengingat kekuatan informasi yang saat ini digunakan diberbagai segi pada kehidupan dan salah satunya kegiatan peduli lingkungan. Masyarakat menggunakan informasi yang mereka temukan melalui internet dan media sosial mengenai perkembangan dan kegiatan peduli lingkungan sehingga konsep ini relevan dengan penelitian ini

2.2.3 Komunitas Peduli Lingkungan

Komunitas secara konsep melalui perspektif sosiologi diartikan sebagai warga setempat yang dapat dipisahkan dari masyarakat yang lebih luas melalui kepentingan kebersamaan ataupun melalui tingkat interaksi yang lebih tinggi (Veriasa, 2022). Tiap pengikut suatu komunitas memiliki kebutuhan yang sama. Tanpa adanya kebutuhan yang serupa maka hal itu bukanlah suatu komunitas. Sedangkan seseorang yang peduli lingkungan merupakan sikap dan aksi yang memiliki tujuan untuk berusaha dalam mencegah rusaknya lingkungan alam di sekitar individu tersebut seraya mengembangkan upaya dan usaha lain emi memperbaiki kerusakan yang telah terjadi pada alam (Purwanti, 2017). Melalui konsep tersebut dapat ditarik bahwa komunitas peduli lingkungan adalah masyarakat yang sama-sama memiliki sikap ingin mencegah dan memperbaiki alam disekitar mereka. **30 Komunitas peduli lingkungan hidup ialah suatu kelompok sosial yang mana pengikut atau anggotanya memiliki suatu persamaan yaitu rasa kepedulian terhadap lingkungan hidup mereka.** Komunitas merupakan sekelompok atau kumpulan individu dengan kebutuhan yang sama. Sehingga pada komunitas peduli lingkungan, masyarakat atau individu yang bergabung didalamnya adalah mereka yang ingin berupaya untuk kebaikan alam. Individu yang peduli lingkungan memiliki kriteria sikap tertentu yang mana menurut Nenggala dalam (Chan, 2019) sebutkan adalah sikap-sikap sebagai berikut:

1. Memelihara dan menjaga kelestarian pada lingkungan sekitar individu
2. menjaga tumbuhan dengan tidak menebang, mencabut, ataupun mengambil tumbuhan di sekitarnya
3. menjaga pohon dengan tidak mencoret-coret, menulis apapun di pohon, batu, dinding atau jalan di lingkungan
4. membuat sampah pada tempat yang telah disediakan
5. tidak melakukan kegiatan yang membakar sampah sembarang atau lingkungan sekitar
- 6.

melaksanakan kegiatan bersih-bersih lingkungan di sekitarnya 7. mengubur barang bekas 8. membersihkan sampah penyumbat saluran air Pada aktivitas komunitas, terdapat beberapa ciri yang terlihat yaitu adanya partisipasi dan keterlibatan secara langsung dari para anggota komunitas di kegiatan yang bersangkutan. Usaha- usaha yang digerakan merupakan sebuah kemampuan dari anggotanya sendiri dengan tujuan yang sama pada setiap anggotanya. Terdapat beberapa faktor dalam pembentukan sebuah komunitas diantaranya adalah kedekatan dan kesamaan dimana kedekatan mengacu kepada geografis terhadap keterlibatan yang tidak bisa diukur dan kesamaan dalam kebiasaan atau minat dari seseorang (Yenrizal, 2017). Konsep komunitas peduli lingkungan dapat dikatakan relevan terhadap penelitian ini karena Pandawara Group merupakan salah satu komunitas peduli lingkungan. Pandawara Group bergerak dalam bidang lingkungan dengan tujuan memperbaiki lingkungan melalui kegiatan Aksi Bersih yang dilakukan diberbagai tempat, mulai dari selokan, sungai, hingga pantai.

2.2.3.1 Relawan Relawan atau juga volunteer adalah seseorang yang secara sukarela memiliki keinginan tulus untuk meluangkan waktu, tenaga, bahkan dana pribadi mereka untuk membantu sesama mahluk demi kebaikan dan kesejahteraan sosial. menurut KBBI, Volunteer juga disebut sebagai Volunter atau sukarelawan. Sukarelawan adalah sekelompok orang maupun individu yang saling menolong, melibatkan komitmen bersama serta membantu secara merta dalam menaggulangi permasalahan sosial tanpa adanya harapan mendapatkan keuntungan (Prawoto, 2022). Dalam kegiatan kerelawanan, motivasi mereka dapat berasal dari berbagai macam aspek dan situasi. Terdapat enam faktor motivasi dari relawan lingkungan menurut Thomas G. Measham dan Guy B. Barnett (2007) yaitu: 1. Membantu suatu tujuan 2. Interaksi sosial 3. Meningkatkan keterampilan 4. Membelajari lingkungan hidup 5. Keinginan umum untuk peduli terhadap lingkungan 6. Keinginan untuk peduli terhadap suatu tempat Melalui motivasi diatas tiga teratas memiliki akar dari kerelawanan itu sendiri. Motivasi keempat memiliki maksud untuk melihat ketertarikan secara personal dari relawan dalam kegiatan pembelajaran yang

penting pada lingkungan. Pada faktor kelima menurut Measham dan Barnett merupakan penemuan dari Gilmour dan Saunders (1995) yang mengatakan bahwa motivasi relawan lingkungan karena rasa ingin tau, pengembangan diri, dan konteks sosial dan keempat adalah penemuan oleh Gooch (2003) yang menemukan bahwa seseorang merasa teikat dengan suatu tempat sehingga berkeinginan untuk memperbaiki dan menjaga tempat tersebut. Selain motivasi pada seorang relawan terdapat dua komponen yang mempengaruhi mereka yaitu motif altruistik dan motif egoistik (Prawoto, 2022).

1. Motif altruistik didasari oleh perhatian terhadap aspek kesejahteraan individu lain tanpa memandang kemakmuran atau kesejahteraan diri sendiri yang berpusat untuk motivasi dalam membantu individu lain dan melakukan tindakan kebaikan tanpa adanya imbalan.
2. Motif egoistik mengarah kepada usaha dalam meningkatkan pengetahuan terhadap dunia dan mengembangkan serta melatih keahlian yang mungkin sebelumnya tidak dimiliki oleh mereka. Secara individu kegiatan kerelawanan memiliki pengaruh yang positif dimana seorang individu dapat membangun semangat melayani, berkontribusi, serta bermanfaat bagi orang ataupun makhluk lain. Dalam konteks gerakan peduli lingkungan, para relawan memiliki keinginan untuk dapat berkontribusi dalam memperbaiki lingkungan hidup mereka. Pada gerakannya, relawan memiliki peran yang melibatkan mereka. Peran seorang relawan sosial menurut Measham dan Barnett (2007) terdiri dari lima peran yaitu sebagai berikut.

1. Activism . Kerelawanan bergerak pada aksi sosial pada masyarakat, dan merepresentasikan pendekatan proaktif yang membawa perubahan. Sehingga dalam skala besar aktivis lingkungan membutuhkan relawan dalam membantu gerakan mereka.
2. Education . Kekhawatiran utama pada relawan lingkungan adalah edukasi pada topik lingkungan. Banyak komunitas lingkungan yang bergerak untuk mengedukasi masyarakat akan lingkungan.
3. Monitoring . Kekhawatiran lain dalam kelompok relawan lingkungan adalah monitoring lingkungan. Berbagai komunitas lingkungan kerjasama dengan organisasi pemerintah dalam menjaga lingkungan.
4. Restoration . Area lain yang menjadi fokus kekhawatiran pada

relawan adalah restorasi ekologi. Pada awalnya keterlibatan relawan lingkungan dalam merestorasi lingkungan ada pada pembuangan rumput liar, penanaman pohon, dan penyediaan habitat bagi satwa liar (Reidy, 2005).

5. Sustainable living . Peran paling baru pada kegiatan relawan adalah kegiatan yang berhubungan dengan mengurangi jejak ekologis dengan implementasi penggunaan energi dan sampah secara efektif pada rumah tangga (Hobson, 2006). Konsep ini relevan dengan apa yang penelitian ini akan jalankan. Pandawara mengundang masyarakat untuk menjadi relawan dalam berbagai aksi kebersihan mereka. Melalui gerakannya, Pandawara group sebagai komunitas yang terdiri dari lima anggota inti, dapat menarik ribuan relawan untuk ikut membantu kegiatan bersih-bersih pantai. Salah satu gerakan tersebut seperti pada kegiatan bersih-bersih yang mereka lakukan di Pantai Labuan Haji yang berhasil menarik 3.100 relawan untuk ikut serta dalam kegiatan mereka. Peran relawan pada aksi sosial yang diikuti utamanya adalah sebagai peserta. sebagai peserta mereka ikut memberikan perubahan dari berbagai Gerakan atau aksi dengan ikut dalam membersihkan sampah.

2.2.4 Komunitas Peduli Sampah di Indonesia

Isu sampah semakin hari semakin disoroti oleh berbagai pihak. Dilansir melalui Detik.com data dari Dinas Lingkungan Hidup DKI Jakarta akan jumlah sampah yang terkumpul selama malam tahun baru mencapai hingga 130 ton. Angka ini mengalami kenaikan dibandingkan dengan saat masa pandemi dimana sampah yang ditemukan adalah sebanyak 74 ton. Data lainnya dari SIPSN menyatakan bahwa jumlah timbulan sampah adalah sebesar 18 miliar ton per tahun 2023 dengan 33,14% sampah tidak terkelola (SIPSN, 2023). Saat ini banyak organisasi ataupun komunitas yang memerangi isu sampah dengan berbagai kegiatan menarik. Kegiatan yang menarik seperti melakukan berbagai kerajinan dari bahan sampah, kerja bakti, Aksi pungut sampah, Sarapan pagi bersamaan dalam rangka Hari peduli sampah nasional dan kegiatan unik lainnya (KTPL, 2021). Kegiatan-kegiatan ini dilakukan tidak hanya oleh satu orang melainkan dengan sekelompok individu dengan minat dan ketertarikan yang

sama. Komunitas sampah hadir karena ditemukan masih banyak masyarakat yang tidak sadar akan bahaya dari sampah. Sehingga komunitas sampah atau orang-orang dengan ketertarikan untuk menjaga lingkungan dengan kedekatan yang menyatukan mereka untuk membersihkan lingkungan akhirnya bermunculan. Saat ini di Indonesia sendiri sudah lebih dari 9000 ribu komunitas peduli lingkungan yang sampai saat ini terus memerangi sampah. Pandawara group merupakan salah satu dari banyaknya komunitas yang berhasil menarik perhatian publik hingga berhasil menggandeng Masyarakat untuk ikut serta dalam aksi bersih-bersih mereka.

2.2.5 Media sosial

Sebagai Saluran Komunikasi Lingkungan Media sosial merupakan suatu

fenomena yang sudah sangat terlibat dengan kehidupan manusia. 9 13 16 Menurut

Andreas Kaplan dan Michael Haenlein dalam (Susanti, 2017), media sosial

merupakan kelompok dari aplikasi yang berdasar pada internet untuk

membangun di atas sebuah ideologi serta teknologi web 2.0, sehingga

memungkinkan terjadinya pembuatan dan perbagian yang user-generated content . 9 37

Media sosial juga dikenal dengan situs jejaring sosial dimana

pengguna dapat terhubung dengan berbagai cara untuk membuat informasi pribadi. Saat

ini perkembangan media sosial serta internet sangat terpengaruh dengan

perkembangan industri 4.0 dimana media sosial sudah memiliki teknologi

seperti digital business ataupun artificial intelligence . Media sosial

kini mudah untuk diakses hampir diseluruh dunia melalui adanya

internet. Tidak hanya untuk menghubungkan pengguna, media sosial juga

digunakan untuk membangun identitas online , namun juga digunakan untuk

berinteraksi dan membangun jejaring sosial sebagai media atau saluran

komunikasi. Salah satunya dengan membangun jejaring dengan komunitas atau

orang-orang dengan keyakinan atau kesukaan yang sama. Begitupun dengan

orang-orang yang peduli akan lingkungan yang saling berinteraksi dan

mencari informasi terkait aksi-aksi yang dapat menunjang lingkungan.

Melalui fungsi-fungsinya, media sosial memberikan dampak yang positif.

Beberapa fungsi dari media sosial menurut Alexis S. Tan adalah

berikut (Suryani & dkk, 2020). 6 7 29 1. Memberi informasi atau informatif,

fungsi dimana media mempelajari ancaman dan peluang, memahami lingkungannya, menguji kenyataan yang diterima serta menarik keputusan. 2.   Mendidik atau edukasi, dimana media mendapatkan pengetahuan dan keterampilan dengan guna untuk dirinya secara efektif kepada publik, mempelajari nilai, sikap yang cocok agar dapat diterima publik. 3. Mempersuasi, fungsi persuasi dimana media memberikan keputusan, mengangkat nilai, sikap atau tingkah laku dan aturan-aturan yang bisa diterima oleh publik.  4. Menyenangkan atau hiburan, fungsi yang memberikan rasa kepuasan kebutuhan akan publik atau komunikasi, rasa gembira, menghibur serta mengalihkan perhatian dari masalah yang sedang dihadapi. Melalui fungsi diatas, media sosial memiliki fungsi dengan dampak yang cukup besar kepada masyarakat sebagai penikmatnya. Kehadiran media sosial digunakan di berbagai kegiatan dari berbagai bidang dengan maksud yang baik seperti mempublikasikan konten, aktivitas atau kegiatan, hingga menyediakan ruang komunikasi dan interaksi dalam sebuah jejaring sosial cyber (Nasrullah, 2014:37) dalam (Utari, 2021). Salah satu media sosial yang digunakan sebagai media Komunikasi bagi Masyarakat adalah TikTok. Saat ini TikTok sangat digemari terutama di Indonesia. Melalui DataIndonesia (Rizaly, 2024), per tahun 2023, Indonesia telah menjadi negara dengan pengguna TikTok ke-2 terbanyak di dunia setelah Amerika dengan angka 106,52 Juta pengguna. Masyarakat menggunakan TikTok tidak hanya untuk membuat konten atau hiburan, namun juga sebagai saluran komunikasi antar komunitas atau terhubung dengan orang-orang dengan minat yang sama layaknya Pandawara group yang menghubungkan Masyarakat yang peduli akan lingkungan. 2.2.5.1 TikTok TikTok merupakan aplikasi dengan bentuk video pendek yang pertama kali diciptakan di China. Konsep awal TikTok merupakan panggung untuk bersenang-senang dan menghibur diri, namun saat ini beragam macam ide dan konten dapat ditemukan di aplikasi tiktok. Tuntutan untuk menggunakan kreatifitas menjadi salah satu pemicu aplikasi tiktok ini banyak digemari dari berbagai kalangan. Menurut Michael Hartono (2019) Desainnya yang menggunakan konsep video pendek dari TikTok dapat

membantu para penggunanya untuk bisa menjadi pembuat konten. Fitur pendukung dari aplikasi ini juga berbagai macam sehingga penggunanya dapat mengekspresikan kreativitas mereka. Faktor lainnya yang menjadikan aplikasi TikTok sangat populer adalah pengaruh dari lingkungan yang membuat berbagai individu tertarik terhadap media sosial. Seperti seseorang melihat pengguna TikTok berdasarkan berapa banyak orang di sekitarnya yang juga mengakses aplikasi serupa, sehingga mempengaruhi penggunaan TikTok (Deriyanto & Qorib, 2018). Namun diluar pengaruhnya, TikTok digemari karena fitur-fitur menarik yang disuguhkan. Mulai dari musik yang beraneka ragam, filter unik, efek video yang menarik, dan fitur-fitur lain yang digemari banyak kalangan. 18 19 35 49 Fitur FYP atau For Your Page juga menjadi salah satu yang menarik pada TikTok. Hal ini dikarenakan fitur FYP adalah tab yang secara khusus merekomendasikan video yang relevan dengan penggunanya. Diluar fitur-fitur menariknya, TikTok memberikan banyak manfaat bagi penggunanya. Salah satunya adalah sebagai saluran informasi yang cepat dan luas sehingga TikTok sangat digemari. Konsep TikTok digunakan pada penelitian karena aplikasi yang digunakan relawan Pandawara group salah satunya adalah TikTok. Mereka menggunakan TikTok untuk mencari informasi mengenai aksi bersih yang dilakukan oleh Pandawara melalui akun resmi Pandawara. 22 2.3 Kerangka Berpikir \ Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir Dimulainya penelitian diawali dengan dengan aksi bersih-bersih yang dilakukan oleh Pandawara di berbagai daerah di Indonesia. Semakin lama banyak komunitas yang muncul dan sadar akan pentingnya menjaga lingkungan dari sampah-sampah sehingga untuk menarik lebih banyak kesadaran dari masyarakat, Pandawara adalah salah satu diantaranya. Mereka mulai memanfaatkan keberadaan media sosial sebagai media komunikasi atau promosi serta ajakan. Komunitas seperti Pandawara mengaplikasikan media sosial sebagai sarana atau saluran promosi dan komunikasi antara mereka dengan masyarakat yang memiliki tujuan yang sama yaitu menjaga lingkungan. TikTok menjadi satu dari aplikasi yang digunakan berbagai komunitas ataupun organisasi sebagai saluran komunikasi

mereka. Selain penyebarannya yang cepat lewat media sosial, Masyarakat dapat saling berinteraksi antar sesama Masyarakat untuk bertukar informasi serta pendapat mereka. Melalui media sosial banyak masyarakat yang ikut serta dalam aksi peduli lingkungan yang diadakan oleh komunitas ataupun organisasi lingkungan. Maka dari itu peneliti tertarik untuk mencari tau bagaimana penggunaan dari TikTok sebagai media komunikasi gerakan peduli lingkungan oleh relawan @Pandawaragroup. **11** Selanjutnya peneliti akan melakukan analisis untuk menjawab rumusan masalah yang yaitu bagaimana penggunaan TikTok sebagai media komunikasi gerakan peduli lingkungan pada relawan @Pandawaragroup. Peneliti menggunakan studi deskriptif sebagai metode penelitian. Yang mana untuk menentukan para informan dari penelitian, peneliti menggunakan teknik purposive sampling yang mana informan yang dipilih sesuai dengan kriteria dan ciri yang peneliti telah tentukan yaitu pengikut akun TikTok @Pandawaragroup dan setidaknya pernah mengikuti salah satu aksi bersih- bersih oleh Pandawara group. **39** Peneliti akan melakukan observasi dan mengumpulkan dokumentasi. Setelahnya hasil analisis akan di proses menggunakan teknik analisis coding yang terdiri dari open coding yaitu pengkategorian pertranskrip , axial coding atau pengelompokkan kategori, dan selective coding juga pemelihan yang lebih selektif. Setelah melakukan analisis coding maka didapatkan hasil dan pembahasan mengenai penggunaan TikTok sebagai media komunikasi gerakan peduli lingkungan. **34** **BAB III**

METODOLOGI PENELITIAN 3.1 Pendekatan Penelitian Pendekatan penelitian dalam (Rukin, 2019) adalah sebuah tata cara yang dipakai seorang peneliti. Menurut Creswell dalam Rukin, Pendekatan kualitatif merupakan pendekatan yang membangun pernyataan pengetahuan berdasar dari perspektif konstruktif atau seperti makna yang berasal dari pengalaman, berbagai nilai sosial, ataupun pola pengetahuan tertentu. **31** **46** Penelitian kualitatif adalah penelitian yang memiliki sifat deskriptif dan analisis. Pada penelitian kualitatif, deskriptif yang dimaksud adalah bagaimana gambaran dan peristiwa dijabarkan, begitu juga dengan fenomena serta situasi sosial yang akan diteliti. Arti dari analisis pada kualitatif adalah memaknai dan

menginterpretasi data serta membedakan data dari hasil penelitian (Waruwu, 2023). Menurut Sugiyono (2013) dalam (Susilo, 2023) penelitian kualitatif diartikan sebagai penelitian dengan sifat deskriptif dan metode yang disebut naturalistik karena sifatnya yang alamiah. Menurutnya penelitian kualitatif menggambarkan subjek apa adanya sehingga tidak ada kegiatan manipulasi dari lingkungan disekitar subjek penelitian. **3** Pernyataan ini sependapat dengan pendapat Woods (1999) dalam (Waruwu, 2023) yang mengatakan bahwa karakteristik penelitian kualitatif adalah situasi alamiah, menekankan pada makna yang dicari, perspektif, pemahaman, serta menekankan proses.

20 Penelitian kualitatif ialah jenis penelitian yang temuan hasilnya tidak didapatkan atau peroleh dari prosedur kuantifikasi, perhitungan statistik, begitupun dengan cara perhitungan angka lainnya. Dalam prinsipnya, penelitian kualitatif meneliti dan memahami objek penelitian secara mendalam. Creswell menjelaskan bahwa penelitian kualitatif memiliki tujuan umum yang mencakup tentang informasi fenomena yang diteliti, partisipan, dan lokasi penelitian (Rukajat, 2018). Melalui perspektif kualitatif maka menggunakan metode khusus kepada subjek untuk mengartikan dan memahami suatu realitas di lingkungan pengalaman tertentu. Penelitian kualitatif pada dasarnya mengamati objek yang mana disini responden secara langsung akan kegiatan yang objek lakukan, dengan siapa mereka berinteraksi, dan mendalami bagaimana kehidupan mereka di lingkungan sekitar. Sehingga teknik observasi pada penelitian kualitatif memaksa peneliti untuk ikut atau berpartisipasi serta mewawancarai secara mendalam. Penelitian kualitatif menurut beberapa ahli memiliki pendapat yang serupa. **3** Menurut Creswell adalah sebuah proses penyelidikan atau pencarian suatu fenomena dalam sosial dan permasalahan pada seorang individu (Murdiyanto, 2020). Penelitian kualitatif pada aspeknya mengurai detail metode para subjek dan memahami kenyataan dalam wilayah pengalaman yang terpilih. Secara prinsip penelitian kualitatif mengamati objek penelitian yang mana responden secara langsung melalui kegiatan, berinteraksi dengan responden, dan mendalami kehidupan mereka di lingkungan dimana responden berinteraksi

(Rukajat, 2018). Dimana pada penelitian ini pendekatan kualitatif dipilih karena peneliti ingin mendeskripsikan serta menginterpretasikan bagaimana TikTok sebagai media komunikasi gerakan peduli lingkungan relawan Pandawara Group. Tahap berikutnya yaitu paradigma pada penelitian kualitatif. Paradigma disebut juga perspektif pada penelitian. Dimana paradigma adalah cara memandang peneliti dalam melihat realita, bagaimana fenomena dipelajari dan cara-cara yang digunakan dalam meneliti dan menginterpretasi temuan yang didapat (Batubara, 2017). Menurut Patton (1980) dalam Batubara, paradigma adalah cara pandang dunia dalam perspektif umum, sebuah cara untuk menurunkan kompleksitas dari dunia nyata. Paradigma menjelaskan apa yang penting, valid, dan bersyarat. Paradigma konstruktivis dijadikan paradigma yang digunakan dipenelitian ini. Paradigma konstruktivis dikatakan sebagai paradigma yang mempercayai bahwa sebuah kenyataan adalah hasil dari kontruksi atau pembentukan dari manusia. Kenyataan yang dipercaya adalah bersifat ganda atau lebih dari satu, kenyataan dapat berubah dan merupakan sebuah satu kesatuan yang utuh. Hasil dari pembentukan kenyataan tersebut merupakan kemampuan berpikir seseorang dan bersifat namun terus berkembang. Penelitian yang menggunakan paradigma konstruktivis memiliki suatu pandangan yang mana pengetahuan bukanlah sebuah hasil pengalaman terhadap suatu fakta, namun juga menjadi sebuah hasil dari pembangunan pemikiran si subjek pada penelitian (Batubara, 2017). Paradigma kosntruktivis memiliki pandangan bahwa realitas atau kenyataan seseorang tidak dapat diartikan secara umum terhadap semua orang. Menurut Weber dalam Umanailo (2019), paradigma konstruktivis menilai perilakuseseorang secara mendasar berbeda terhadap perilaku dari alam dimana manusia atau individu bertugas sebagai penyalur yang membangun dalam kenyataan sosial mereka, baik dalam pemberian makna ataupun pemahaman mereka terhadap perilaku dikalangan mereka (Umanailo, 2019). Peneliti memilih paradigma konstruktivis pada penelitian ini karena paradigma konstruktivis dirasa dapat menjawab rumusan masalah pada penelitian ini. Melalui paradgima konstruktivis,

realitas atau kenyataan sosial akan dipandang sebagai hasil dari konstruksi yang dibentuk relawan dan tidaklah secara alami. Penelitian ini diperlukan untuk mencari tau bagaimana penggunaan TikTok sebagai media komunikasi oleh relawan Pandawara Group dalam gerakan peduli lingkungan.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian dapat ditafsirkan sebagai sebuah prosedur, langkah ilmiah, atau aturan yang ditetapkan untuk mendapatkan data pada pelaksanaan penelitian (Populix, 2023). Data akan dikumpulkan melalui metode penelitian yang dipilih sebelum akhirnya data diolah dan dianalisis. Metode penelitian juga bisa diartikan sebagai sebuah cara faktual dalam mendapatkan data ataupun informasi yang absah dan bertujuan untuk ditemukannya pengetahuan dikembangkan ataupun dibuktikan serta pada suatu pengetahuan tertentu kemudian hasil tersebut dapat dipahami, dipecahkan, dan mengantisipasi suatu masalah di aspek atau bidang tertentu (Sina, 2022).

27 Metode suatu penelitian memberikan cara dalam memperoleh suatu data. 27 45 Dimana data tersebut akan dideskripsi, dikembangkan, dibuktikan, dan ditemukan teori yang pasti dari data tersebut. Sebuah penelitian dapat dilakukan di semua bidang studi, akan tetapi metode penelitian yang digunakan beragam macam. Hal ini bergantung pada bagaimana data yang akan diambil oleh peneliti. 13 40 51 Penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Sebuah metode deskriptif pada penelitian adalah metode yang menyelidiki atau mencari tau akan kejadian, fenomena akan kehidupan beberapa individu dan meminta para individu tersebut untuk menceritakan kehidupan mereka (Risandu, 2021). 36 Melalui informasi tersebut sebagai temuannya, peneliti akan menceritakan kembali berebentuk kronologi yang deskriptif.

23 Pengertian lain akan metode deskriptif adalah bahwa metode deskriptif merupakan bentuk yang diperuntukkan dalam menjelaskan suatu fenomena yang ada, dapat berupa fenomena alamiah ataupun buatan dari manusia. 32 Fenomena ini dapat berbentuk sebuah aktivitas, hubungan, kesamaan, karakteristik, perubahan dan perbandingan dari fenomena yang satu dengan lainnya. Penelitian ini memiliki jenis yang memaparkan suatu kejadian dan tidak mencari ataupun menjelaskan hubungan serta tidak melakukan uji

hipotesis dan memakai dugaan. Sehingga penelitian ini hanya akan menjelaskan dan menganalisa peristiwa atau kejadian natural tanpa ada perilaku khusus oleh berbagai objek yang mana akan diteliti (Wiksana, 2017). Melalui penjelasan tersebut, peneliti menggunakan metode kualitatif yang deskriptif demi menjelaskan dan menganalisa alam kondisi yang merinci dan mendalam mengenai penggunaan TikTok sebagai media komunikasi dalam gerakan peduli lingkungan oleh relawan Pandawara dengan menggambarkan situasi yang sebetul-betulnya bersumber yang faktual didapat melalui informan di lokasi kejadian tanpa adanya rekayasa terhadap data.

3.3 Informan Informan pada suatu penelitian merupakan subjek atau individu yang memberikan informasi atau masukan yang dibutuhkan dalam penelitian. Menurut Bungin dalam Marbun (2022), informan pada penelitian kualitatif adalah subjek yang mengerti akan suatu informasi dari objek dimana subjek ialah pelaku yang secara langsung paham dengan objek penelitian. Informan memiliki maksud sebagai orang yang diwawancarai untuk dimintai informasi akan suatu data. 33 Pemilihan dari informan yang ada pada penelitian ini adalah melalui teknik purposive sampling atau pemilihan purposive yang mana sesuai dengan kebutuhan. Teknik ini mempertimbangkan informan yang sudah ditentukan atau terpilih yang dianggap dapat menjadi sumber informasi bagi kebutuhan penelitian (Creswell, 2019). Dalam penelitian ini relawan dari Pandawara Group merupakan masyarakat umum yang secara sukarela ikut melalui undangan yang dibagikan Pandawara pada media sosial mereka. Masyarakat umum yang dimaksud adalah masyarakat biasa atau pengikut dari media sosial Pandawara group sehingga relawan yang mengikuti kegiatan Pandawara kebanyakan adalah masyarakat yang belum pernah memiliki pengalaman dalam kegiatan kerelawanan maupun gerakan peduli lingkungan. Sehingga pada penelitian ini kriteria informan yang telah peneliti tentukan pada penelitian adalah sebagai berikut: 1. Informan yang ada pada penelitian ini adalah relawan dari Pandawara Group yang mengikuti kegiatan aksi bersih-bersih skala besar. Aksi yang diikuti informan yang dipilih sesuai dengan aksi bersih pada tiga kegiatan

yang telah peneliti tentukan yaitu relawan pada aksi bersih Pantai

Loji, Aksi bersih Pantai Sekenden, dan Aksi bersih Pantai Labuan Haji.

2. Informan merupakan pengguna TikTok. 3. Informan pada penelitian ini berpartisipasi membagikan konten mengenai Aksi Bersih-Bersih Pantai di

TikTok mereka setidaknya satu konten gerakan peduli lingkungan atau Aksi

Bersih- Bersih Pantai. Sehingga kriteria informan pada penelitian ini

adalah relawan aksi pandawara yang terlibat pada Aksi Bersih-Bersih

Pantai Loji, Aksi Bersih-Bersih Pantai Kesenden, Aksi Bersih-Bersih Pantai

Labuan Haji, menggunakan aplikasi TikTok dan membagikan konten mengenai

Aksi Bersih-Bersih Pantai bersama Pandawara. 3 11 17 26 3.4 Teknik Pengumpulan

Data Penelitian kualitatif memiliki beberapa teknik dalam pengumpulan bahan

atau data diantaranya adalah teknik wawancara, teknik observasi, juga studi dokumentasi.

1. Wawancara Wawancara juga teknik menggali informasi dengan

dilakukannya percakapan secara langsung antara peneliti dan informan. 3 22 Wawancara

dapat dilakukan menggunakan berbagai cara seperti cara tradisional dengan

tatap muka atau menggunakan teknologi yaitu melalui zoom, telepon,

ataupun aplikasi komunikasi lainnya. 3 2. Observasi Teknik observasi adalah

teknik mengamati perilaku dan kegiatan partisipan atau informan di lokasi penelitian.

Peneliti akan mencatat hal-hal yang secara langsung peneliti amati.

3. Dokumentasi Teknik dokumentasi menggunakan data-data yang dicari sebagai bukti akurat melalui suatu masalah atau fenomena yang akan diteliti. 3

Dokumentasi pada penelitian kualitatif dapat berupa dokumen kebijakan,

buku, surat kabar, makalah atau majalah, bahkan dapat berbentuk gambar,

foto, rekaman ataupun lukisan. Selain teknik terhadap pengumpulan data yang

menjadi tahapan yang cukup penting dalam penelitian, terdapat 2 jenis

data yang penelitian ini gunakan yaitu sebagai berikut. 28 1. Data Primer Data

primer adalah data atau juga informasi yang mana didapatkan melalui

orang pertama atau tangan pertama yang berkaitan dengan variable utama pada sebuah studi.

Biasnya sumber dari data primer merupakan responden yang dapat

berupa individu, suatu kelompok fokus ataupun lainnya. 21 Pada penelitian yang

dilakukan ini, data primer yang digunakan merupakan wawancara dengan

informan individu. a. Wawancara Wawancara atau interview merupakan teknik mengumpulkan informasi dengan mengajukan berbagai pertanyaan secara lisan. Metode wawancara merupakan metode dimana seorang peneliti menggali pemahan secara holistic mengani sebuah pandangan atau perspektif dari suatu isu atau topik tertentu. Wawancara dibagi menjadi wawancara terstruktur dan tidak terstruktur. Wawancara yang terstruktur yakni wawancara yang mana peneliti sudah mengetahui dengan pasti akan data apa yang diperoleh. Pertanyaan yang akan ditanyakan telah ditulis terlebih dahulu sehingga terdapat beberapa jawaban alternatif. Lain hal dengan terstruktur, wawancara tidak terstruktur juga diartikan sebagai wawancara secara bebas ataupun yang dimaksud dengan tidak adanya pedoman wawancara yang disusun berurut dalam pengumpulan data.

17 44 2. Data Sekunder Data sekunder dimaksud juga dengan informasi atau data yang didapat dari sumber yang sudah ada. Sumber-sumber dari data sekunder biasanya berupa sebuah catatan ataupun dokumentasi hingga penerbitan seperti jurnal, buku, literatur-literatur hingga situs web, dan internet.

47 Data sekunder bersifat pendukung sehingga data ini mendukung data primer yang telah didapatkan. 3.5 Metode Pengujian Data Pengujian data atau uji keabsahan data merupakan cara dalam mengetahui apakah tulisan atau data yang didapatkan dapat dipertanggung jawabkan. 5 Menurut Lincoln dan Guna (1985) dalam (Harahap, 2020), terdapat beberapa standar dalam menjamin keabsahan data yaitu: 1. Kredibilitas Kredibilitas atau diketahui sebagai tingkat kepercayaan merupakan uji keabsahan yang melihat fakta sesuai dengan yang ada nyatanya, beberapa cara dalam membuktikan kredibilitas adalah dengan memperpanjang keterlibatan peneliti di tempat, melakukan observasi berkelanjutan dan serius, mengkaji kembali fenomena yang telah terjadi, melakukan triangulasi, dan beberapa cara lainnya. 5 2. Transferabilitas Pengujian dengan cara ini adalah uji yang dinilai oleh pembacanya dari laporan yang ada. Suatu penelitian akan dianggap memiliki hasil uji transferabilitas yang tinggi jika pembaca dapat memahami fokus serta isi dari penelitian. 3. Dependabilitas Standar uji dependabilitas atau reliabilitas merupakan pengecekan melalui ketepatan

peneliti dalam mengkonseptualisasikan data. Hal ini dapat dilihat dari proses penelitian secara keseluruhan dari permulaan hingga akhir penelitian sehingga hal tersebut dapat dikatakan memiliki dependabilitas tinggi 4.

Konfirmabilitas Uji konfirmabilitas merupakan pengujian data yang fokus kepada pemeriksaan dan pengecekan. Karena kegiatannya yang Sebagian besar sama dengan uji dependabilitas, uji konfirmabilitas biasanya dilakukan bersamaan dengan uji dependabilitas. Melalui penjabaran akan teknik dalam pengujian data, peneliti akan menggunakan salah satu teknik yaitu konfirmabilitas dimana peneliti akan melakukan konfirmasi secara mendetail terhadap pemahaman yang akan menjadi hasil akhir penelitian. Adanya uji keabsahan adaah untuk meminimalisir adanya kesalahpahaman atau salah tafsir dalam makna para pembaca. Uji keabsahan yang peneliti lakukan adalah dengan mengirimkan hasil utuh transkrip wawancara kepada informan penelitian sehingga mereka dapat mencocokkan hasil transkrip dengan makna sesungguhnya. 3.6 Metode Analisis Data Analisis data menurut Noeng Muhadjir (1998: 104) dalam (Rijali, 2018) adalah sebuah cara dalam mencari lalu membenahi secata terurut laporan hasil saat observasi, melakukan wawancara, serta data lainnya dengan tujuan untuk meningkatkan rasa paham dari peneliti mengenai kasus atau topik yang diamati dan menyampaikan hasil sebagai sebuah temuan kepada orang lain. Melalui pengertian itu maka analisis data adalah upaya mencari data melalui proses pengumpulan data di lapangan yang ditata secara sistematis untuk mencari maksa atau arti secara terus menerus hinga tidak ada makna lain yang ditemukan.

2 Didalam penelitian ini metode analisis data yang dipilih lalu digunakan adalah coding . Coding dapat diartikan sebagai sebuah proses mengatur data melalui kegiatan pengumpulan berbagai data dan menjabarkan hasil hasil pada kategori yang telah ditentukan. Creswell menjelaskan bahwa terdapat 3 bagian pada metode coding yaitu (Creswell, 2019): 1. Open Coding Open coding adalah urutan pertama dama proses analisis data. Proses ini terdiri dari pemeriksaan, pemecahan, pengekategorian, perbandingan berbagai data yang telah diraih berdasarkan hasil wawancara atau hasil observasi

yang telah dilakukan. 2 Open coding memerlukan penamaan terhadap sebuah fenomena, penamaan kategori, dan penyusunan kategori yang mana peneliti akan melakukan pemilihan informasi melalui kategori yang telah ditentukan. 2 2. Axial Coding Axial coding merupakan proses yang berfokus pada keterkaitan antara sejumlah kategori yang telah dihasilkan dari open coding. 2 Pada proses ini, peneliti akan menyusun dan menggabungkan data-data setelah proses open coding. 3. Selective Coding Selective coding adalah tahapan untuk menyeleksi kategori pokok yang nantinya secara terstruktur data akan dihubungkan dengan kategori-kategori lain. Pada tahapan selective coding, peneliti akan melakukan validasi hubungan antara kategori-kategori yang telah diteliti. Pada tahap ini peneliti akan mengidentifikasi alur cerita dan menulis cerita tersebut dengan mengaitkan kategori dari axial coding. 3.7

Keterbatasan Penelitian Keterbatasan yang peneliti dapati pada penelitian adalah bahwa penelitian ini hanya mewakili tiga aksi besar bersih-bersih yang dilakukan oleh Pandawara group, dimana aksi ini melibatkan banyak relawan serta masyarakat didalamnya. Selain itu penelitian ini hanya berfokus terhadap para relawan dari Pandawara group yang sudah pernah mengikuti kegiatan aksi bersih-bersih di salah satu kegiatan skala besar Pandawara.

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.

REPORT #22114061

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 kegiatannya 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. 5 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 Pekerjaannya 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 video 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 dicernya 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 karena 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 ngak 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 informasih tuh. 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 tuh. Kayak saya udah bergantung juga sama HP buat hidup. Kalo mengenai lingkungannya pasti 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 itu 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 keadan 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 a 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 a 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 itu sih 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

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 keperluan aksinya	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	Sangat penting	Sangat penting
Pemanfaatan memudahkan kebutuhan hidup	Kebutuhan hidup	Kebutuhan hidup	teknologi media dalam pengetahuan mengenai lingkungan dan gerakan peduli lingkungan
aktivitas manusia dan keperluan pemahaman sehari-hari, terinformasi sehari-hari, teredukasi dan terekspos	pengetahuan lingkungan sehari-hari, menjalin relasi	Format pesan yang tepat dalam gerakan peduli lingkungan digital	Video Video Video dan foto
Komunikator dalam gerakan peduli lingkungan	To the point	interaktif	Memberikan aksi atau bukti
Memberikan aksi atau bukti	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 y a 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 menyebarluaskan aksi Pandawara. Selanjutnya Informan 4 menyatakan

terkait keterlibatannya seperti berikut: “ Enggak sih. Cuma kayak ngebantu n 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 keematan 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

REPORT #22114061

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 memam

REPORT #22114061

g 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 lup a 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: “ Kala u 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 dibersihkan 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? o h iya, ngambilin sampah kan sampah dari laut kan kebanyakan sampah plastik, kain, terus gitu sampah kayak ranting 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 ngangkat, 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
Pengalaman	Sudah berpengalaman	Belum berpengalaman	Sudah berpengalaman
Pengalaman dalam kegiatan komunitas Peduli Lingkungan	Sudah berpengalaman	Sudah berpengalaman	Sudah berpengalaman

n an an an an Motivasi keikutserta an 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
Activism, Education , dan Sustainable Living Activism dan Education
Activism dan Education Activism, Education , dan Sustainable Living
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 penggunaannya 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. “ Informati
f 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 dibilang 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 edukatif 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 bersih-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 Cuma 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
f 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	
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: “ Kaya k kalau TikTok. Itu kayak lebih. Cepet keberitanya sih. Iya, cepat. 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 menaikkan 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 untu k 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

REPORT #22114061

menyebarkan informasi dengan luas dan cepat. Selanjutnya informan 3 menambahkan pendapat sebagai berikut: “ Salah satunya Karena kayaknya Kaya k 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 pengunanya. 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 memungkinnnya 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 TikTo k 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 pengunanya. 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. **3 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-wisata 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 TikToknya 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	Keunggula n
TikTok Informasi lebih baru	Proses dan praktik lebih cepat, mudah	mendapat kan penonton	Penggunaan yang mudah dan bebas iklan	Informasi cepat dan penguna an yang mudah
Alasan memilih TikTok sebagai saluran komunikasi penyebar an informasi dan jangkaua yang luas dan cepat	penyebara n informasi dan jangkauan yang luas dan cepat	Mudah dalam menjangkau penonton	Audien besar untuk menamba h relasi	Penilaian terkait kemudaha n penggunaa n 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	Sebagai pengguna sebagai penghasil an sampinga n,	sebagai	Sebagai pengguna bertambah pengikut, sebagai relawan mengedukasi
Sebagai penggun a, terhibur,	sebagai relawan menamba tidak ada relawan	banyak informasi & mempengaruhi masyarakat	h 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. Cuma 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 di kisaran 4 tahunan dan intensitas penggunaan TikTok berada di 3 sampai 4 jam. Kemudian informan 2 memiliki perbedaan yang terlihat pada tanggapannya yaitu: “ Kurang lebih sekitar 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 sehari. 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 seleranya 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 para 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

REPORT #22114061

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. Walaupun 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	2	3	4
Mulai menggunakan TikTok	Sejak 2020	Sejak 2017	Sejak 2022-2023	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

REPORT #22114061

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 dibersihkan 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 nana m 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 yan

g 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 mengkritis 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 views Memberikan aksi langsung yang menyentuh hati Memberikan pesan yang bermakna Pemanfaatan 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 Pemanfaat kan 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 sarannya. 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 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. (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 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 sasarannya. 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. Itukan 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

REPORT #22114061

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 Pemanfaatan TikTok oleh Pandawara 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 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 activism 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. BAB V PENUTUP 5.2 Kesimpulan Kesimpulan pada penelitian ini telah disusun berdasarkan tujuan pada penelitian ini yakni mengetahui bagaimana penggunaan TikTok sebagai media Komunikasi dalam gerakan peduli lingkungan relawan akun @Pandawara group. Aksi Bersih-Bersih Pantai Pandawara merupakan aksi yang membutuhkan banyak individu untuk bisa dilaksanakan sehingga dibutuhkan relawan. Pandawara membuka undangan kepada semua masyarakat, pada penelitian ini ditemukan bahwa relawan yang bergerak pada Aksi Bersih-Bersih Pantai tergolong generasi Z. Melalui hasil penelitian ditemukan bahwa relawan memahami pentingnya gerakan peduli lingkungan digital dimana informasi dan penyebaran aksi terkait gerakan lingkungan menyebar secara luas sehingga lebih menginformasi. Pemahaman mereka sejalan dengan tujuan gerakan digital Pandawara yaitu mengajak pemuda-pemudi dalam aksi nyata. Sebagai relawan motivasi mereka dalam mengikuti gerakan peduli lingkungan muncul dari kepedulian terhadap lingkungan di daerah tempat tinggal namun tidak menutup kemungkinan adanya motif untuk mengembangkan diri sebagai individu. Melalui peran sebagai relawan, selain melakukan aktivitas bersih-bersih sampah para relawan juga ikut membantu dalam mengedukasi dan mengajak rekan mereka untuk lebih sadar dan peduli kepada lingkungan. Sebagai relawan mereka secara langsung atau tidak langsung telah memiliki pemikiran akan pentingnya sumber daya dan lingkungan bagi manusia sehingga telah menerapkan peran hidup yang berkelanjutan. 50 Relawan menjadikan

TikTok sebagai media utama dalam mencari informasi. Hal ini karena perputaran informasi pada TikTok yang terbilang cepat dan memunculkan informasi terbaru di tiap laman penggunaannya sesuai dengan konten pilihan yang membuat relawan menyukai TikTok sebagai media informasi. Selain itu, penelitian ini menemukan bahwa beberapa relawan menggunakan TikTok untuk mempromosikan gerakan peduli lingkungan dengan mengunggah kegiatan peduli lingkungan mereka sebagai relawan Pandawara. Didapatkan penilaian oleh relawan akan pemanfaatan TikTok oleh Pandawara sebagai media komunikasi, media menarik khalayak dan Pandawara secara maksimal telah menggunakan TikTok sebagai media komunikasi mereka kepada pengikut, masyarakat ataupun relawan mereka. tidak hanya sebagai media komunikasi, Pandawara telah maksimal dalam memanfaatkan TikTok untuk menarik khalayak untuk dapat berpartisipasi pada gerakan mereka hingga menundang ribuan relawan yang terdiri masyarakat. Ditemukan bahwa selain itu Pandawara sukses dalam mempromosikan gerakan peduli lingkungan mereka secara manca negara. Dapat disimpulkan bahwa TikTok sebagai media Komunikasi gerakan peduli lingkungan digunakan oleh relawan Pandawara sebagai media informasi, edukasi dan komunikasi. Namun TikTok juga digunakan oleh relawan sebagai media dalam mempromosikan gerakan peduli lingkungan kepada masyarakat yang belum teredukasi ataupun paham akan pentingnya menjaga lingkungan.

5.2 Saran Melalui penelitian yang telah didapatkan temuan terkait penggunaan TikTok sebagai media Komunikasi gerakan peduli lingkungan oleh relawan Pandawara Group. Hasil yang ada pada penelitian ini dipengaruhi sebagian besar oleh informan dalam penelitian ini, sehingga dibuatlah keterbatasan dalam penelitian guna penelitian berikutnya dapat kembangkan. Berikut saran yang dapat ditinjau pada penelitian adalah sebagai berikut:

5.2.1 Saran Akademis

1. Penelitian ini dapat di tindaklanjuti dengan melibatkan narasumber atau informan dari Pandawara group sehingga diperoleh data yang lebih dalam mengenai strategi komunikasi dalam gerakan peduli lingkungan digital.
2. Penelitian berikutnya dapat menggunakan metode netnografi untuk mengamati bagaimana jaringan komunikasi

REPORT #22114061

relawan di media sosial serta keterlibatan mereka dalam berbagai aksi lingkungan digital. 5.2.2 Saran Praktis 1. Hasil penelitian dapat memberikan gambaran bagi Pandawara Group ataupun komunitas peduli lingkungan mengenai bagaimana penilaian relawan terhadap TikTok sebagai media komunikasi gerakan peduli lingkungan 2. Hasil penelitian dapat membuka wawasan baru bagi masyarakat mengenai kerelawanan dalam gerakan peduli lingkungan hidup di era digital.



REPORT #22114061

Results

Sources that matched your submitted document.

● IDENTICAL ● CHANGED TEXT

INTERNET SOURCE		
1.	0.84% eprints.radenfatah.ac.id http://eprints.radenfatah.ac.id/3937/1/E%20BOOK%20Lestarikan%20Bumi%20d..	●
INTERNET SOURCE		
2.	0.83% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/6473/10/BAB%20III.pdf	● ●
INTERNET SOURCE		
3.	0.65% jptam.org https://jptam.org/index.php/jptam/article/download/6187/5167/11729	●
INTERNET SOURCE		
4.	0.5% id.wikipedia.org https://id.wikipedia.org/wiki/Komunikasi_lingkungan	●
INTERNET SOURCE		
5.	0.43% swarapendidikan.um.ac.id https://swarapendidikan.um.ac.id/2016/05/02/prof-dr-drs-salladien-bsc-memah...	●
INTERNET SOURCE		
6.	0.43% library.binus.ac.id http://library.binus.ac.id/eColls/eThesisdoc/Bab2HTML/2011200504mc2/body.h...	●
INTERNET SOURCE		
7.	0.32% repository.unas.ac.id http://repository.unas.ac.id/5723/3/BAB%202.pdf	●
INTERNET SOURCE		
8.	0.28% ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2023/05/Jurna..	●
INTERNET SOURCE		
9.	0.27% proceeding.unindra.ac.id https://proceeding.unindra.ac.id/index.php/semnasdesainmedia/article/downlo..	●



REPORT #22114061

INTERNET SOURCE		
10.	0.24% repository.unpas.ac.id http://repository.unpas.ac.id/56567/4/Bab2.pdf	●
INTERNET SOURCE		
11.	0.23% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/4271/11/BAB%20III.pdf	●
INTERNET SOURCE		
12.	0.22% journal.moestopo.ac.id https://journal.moestopo.ac.id/index.php/cyberpr/article/download/3767/1483	●
INTERNET SOURCE		
13.	0.22% uia.e-journal.id https://uia.e-journal.id/akademika/article/download/1959/1283/	● ●
INTERNET SOURCE		
14.	0.2% media.neliti.com https://media.neliti.com/media/publications/308806-komunikasi-lingkungan-da..	●
INTERNET SOURCE		
15.	0.19% oppal.co.id https://oppal.co.id/news/komunitas-ini-jadi-bukti-anak-muda-peduli-lingkunga...	●
INTERNET SOURCE		
16.	0.18% mhafis327.wordpress.com https://mhafis327.wordpress.com/2016/04/10/pengertian-media-sosial-peran-s...	●
INTERNET SOURCE		
17.	0.18% eprints2.undip.ac.id https://eprints2.undip.ac.id/id/eprint/14562/2/BAB%201.pdf	●
INTERNET SOURCE		
18.	0.17% proceeding.unesa.ac.id https://proceeding.unesa.ac.id/index.php/sniis/article/download/904/383/3230	●
INTERNET SOURCE		
19.	0.17% repository.uinjkt.ac.id https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/73468/1/CUT%20RA..	●
INTERNET SOURCE		
20.	0.16% repository.iainbengkulu.ac.id http://repository.iainbengkulu.ac.id/5351/1/SKRIPSI%20CHIKA%20PDF.pdf	●



REPORT #22114061

INTERNET SOURCE		
21. 0.14%	e-journal.uajy.ac.id http://e-journal.uajy.ac.id/9421/2/1SOS04515.pdf	●
INTERNET SOURCE		
22. 0.13%	repository.uinsaizu.ac.id https://repository.uinsaizu.ac.id/17576/1/Fitrothul%20Khusna_Pengaruh%20Pe...	● ●
INTERNET SOURCE		
23. 0.12%	jurnal.staidimakassar.ac.id https://jurnal.staidimakassar.ac.id/index.php/aujpsi/article/download/18/18/90	●
INTERNET SOURCE		
24. 0.12%	e-journal.uajy.ac.id http://e-journal.uajy.ac.id/31321/2/190907026%201.pdf	●
INTERNET SOURCE		
25. 0.11%	id.linkedin.com https://id.linkedin.com/pulse/merunut-latar-belakang-dan-signifikansi-hari-ped...	●
INTERNET SOURCE		
26. 0.11%	repository.umy.ac.id http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/22710/007.%20BAB%2..	●
INTERNET SOURCE		
27. 0.11%	repository.penerbitwidina.com https://repository.penerbitwidina.com/publications/556926/metodologi-penelit...	●
INTERNET SOURCE		
28. 0.1%	lmsspada.kemdikbud.go.id https://lmsspada.kemdikbud.go.id/pluginfile.php/553988/mod_folder/content/...	●
INTERNET SOURCE		
29. 0.1%	media.neliti.com https://media.neliti.com/media/publications/487871-pemanfaatan-media-sosia...	●
INTERNET SOURCE		
30. 0.1%	eprints.ums.ac.id https://eprints.ums.ac.id/89574/1/NASKAH%20PUBLIKASI.pdf	●
INTERNET SOURCE		
31. 0.09%	www.academia.edu https://www.academia.edu/106259807/ANALISIS_SEMIOTIKA_CHARLES_SANDE...	●



REPORT #22114061

INTERNET SOURCE		
32. 0.09%	library.uir.ac.id https://library.uir.ac.id/skripsi/pdf/126410398/bab3.pdf	●
INTERNET SOURCE		
33. 0.09%	eprints2.undip.ac.id https://eprints2.undip.ac.id/id/eprint/7546/6/BAB%203_Indrianti.pdf	●
INTERNET SOURCE		
34. 0.09%	eprints.uny.ac.id https://eprints.uny.ac.id/66154/5/BAB%203.pdf	●
INTERNET SOURCE		
35. 0.09%	repository.uinjkt.ac.id https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/76999/1/SP24003.p...	●
INTERNET SOURCE		
36. 0.08%	eprints.uty.ac.id https://eprints.uty.ac.id/12665/1/Buku_Metode%20Penelitian%20Kuantitatif%2...	●
INTERNET SOURCE		
37. 0.08%	www.jurnal.unmabanten.ac.id https://www.jurnal.unmabanten.ac.id/index.php/jppm/article/download/500/31..	●
INTERNET SOURCE		
38. 0.08%	repository.unas.ac.id http://repository.unas.ac.id/8620/2/BAB%202%20%282%29.pdf	●
INTERNET SOURCE		
39. 0.08%	ejournal.ipdn.ac.id https://ejournal.ipdn.ac.id/JPDPP/article/view/2344/1220	●
INTERNET SOURCE		
40. 0.07%	journal.moestopo.ac.id https://journal.moestopo.ac.id/index.php/wacana/article/download/1165/736	● ●
INTERNET SOURCE		
41. 0.07%	ejournal.insuriponorogo.ac.id https://ejournal.insuriponorogo.ac.id/index.php/almikraj/article/download/5425..	●
INTERNET SOURCE		
42. 0.07%	ejurnal.undana.ac.id https://ejurnal.undana.ac.id/index/index.php/JIKOM/article/download/9444/452..	●



REPORT #22114061

INTERNET SOURCE		
43.	0.06% repository.ung.ac.id https://repository.ung.ac.id/get/karyailmiah/8793/Buku-Metode-Penelitian-Kua...	●
INTERNET SOURCE		
44.	0.06% digilib.unila.ac.id http://digilib.unila.ac.id/14219/17/BAB%20III.pdf	●
INTERNET SOURCE		
45.	0.06% www.gramedia.com https://www.gramedia.com/literasi/jenis-metode-penelitian/	●
INTERNET SOURCE		
46.	0.05% lemlit.unpas.ac.id https://lemlit.unpas.ac.id/wp-content/uploads/2022/02/Metode-Penelitian-Kuan..	●
INTERNET SOURCE		
47.	0.05% repository.radenintan.ac.id http://repository.radenintan.ac.id/159/7/Bab_III.pdf	●
INTERNET SOURCE		
48.	0.04% www.academia.edu https://www.academia.edu/108885226/Peran_Pengarah_Acara_Dalam_Meningk..	●
INTERNET SOURCE		
49.	0.04% www.suara.com https://www.suara.com/lifestyle/2022/06/20/092942/apa-itu-fyp-begini-cara-ke...	●
INTERNET SOURCE		
50.	0.04% repository.iainpare.ac.id https://repository.iainpare.ac.id/id/eprint/4406/2/18.3100.001.pdf	●
INTERNET SOURCE		
51.	0.03% www.situsbahasa.com https://www.situsbahasa.com/2021/01/perubahan-bahasa-pada-teks-naratif.ht...	●

● QUOTES

INTERNET SOURCE		
1.	0.08% ejurnal.undana.ac.id https://ejurnal.undana.ac.id/index/index.php/JIKOM/article/download/9444/452..	



REPORT #22114061

INTERNET SOURCE

2. **0.03%** media.neliti.com

<https://media.neliti.com/media/publications/308806-komunikasi-lingkungan-da..>

INTERNET SOURCE

3. **0.01%** sindikasi.org

https://sindikasi.org/resources/Riset_Pekerja_Industri_Kreatif_Indonesia.pdf