

## **Pesan Kesadaran Lingkungan di Akun TikTok Pandawara**

Fitriah Ayu Wahyuni<sup>1</sup> Qayyum Az'Zahra<sup>2</sup> Salsabillah Claudia Larasati<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Negeri Surabaya  
[salsabillah.23125@mhs.unesa.ac.id](mailto:salsabillah.23125@mhs.unesa.ac.id)

### **Abstract**

*The rapid development of technology is one of the things that supports the closeness of technology to life. Likewise with the widespread use of social media. Nowadays, social media can be a place to channel anything, including giving positive messages. Proper use of media can increase awareness of the conditions around us. One of them is environmental cleanliness awareness which has been carried out by the Pandawara Group through TikTok. Pandawara Group is a group of youth consisting of five people. The aim of this research is to analyze the messages on Pandawara's TikTok account. Qualitative research method, content analysis which allows the author to describe the environmental awareness message by the Pandawara group on its TikTok account. The data from this research were obtained from 15 videos published by the Pandawara TikTok account in August 2023. The results of the research obtained were that there were 5 gang message patterns identified by researchers including environmental cleanliness, the spirit of nationalism, the role of individuals and collaboration, enthusiasm and inspiration, and response to environmental emergencies. Of the five message patterns obtained, there were three message patterns that were explored further by researchers. The conclusion of this research is to understand and interpret the message contained.*

**Keywords:** Message; Awareness; Environment; TikTok; Pandawara

### **Abstrak**

Pesatnya perkembangan teknologi merupakan salah satu penunjang lekatnya teknologi dengan kehidupan. Begitupun dengan maraknya penggunaan sosial media. Saat ini sosial media bisa menjadi tempat untuk menyalurkan apa saja, termasuk memberikan pesan positif. Penggunaan media secara baik dapat meningkatkan kesadaran terhadap kondisi yang ada di sekitar. Salah satunya adalah kesadaran kebersihan lingkungan yang telah dilakukan oleh Pandawara Group melalui TikTok. Pandawara Group merupakan sekelompok pemuda beranggotakan lima orang. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pesan yang di akun TikTok Pandawara. Metode penelitian kualitatif, analisis isi yang memungkinkan penulis untuk mendeskripsikan pesan kesadaran lingkungan oleh kelompok Pandawara di akun TikTolnya. Data dari penelitian ini, diperoleh dari 15 video yang di publikasi oleh akun TikTok Pandawara pada bulan Agustus 2023. Hasil penelitian yang didapatkan adalah adanya 5 pola pesan gang diidentifikasi oleh peneliti meliputi kebersihan lingkungan, semangat nasionalisme, peran individu dan kolaborasi, semangat dan inspirasi, serta respons terhadap darurat lingkungan. Dari kelima pola pesan yang diperoleh, terdapat tiga pola pesan yang dikulik lebih jauh oleh peneliti. Kesimpulan dari penelitian ini adalah untuk memahami dan menginterpretasikan pesan yang terkandung.

**Kata Kunci:** Pesan; Kesadaran; TikTok; Pandawara

## **1. Pendahuluan**

Menjadi makhluk hidup yang tinggal di bumi ini harus memiliki kesadaran lingkungan. Memiliki kesadaran untuk menjaga apa yang ada di sekitar. Saat ini mungkin belum terlalu dirasakan atau isu tersebut disepelekan oleh setiap individu. Namun, hal tersebut bisa berdampak besar dengan kelanjutan hidup anak cucu kita. Oleh karena itu kita perlu memiliki kesadaran akan lingkungan. Kesadaran lingkungan sendiri ialah keadaan dimana jiwa seseorang tergugah terhadap sesuatu secara sadar, dalam hal ini yang dimaksud ialah kesadaran terhadap lingkungan dan keadaan tersebut dapat dilihat dari berbagai tindakan serta perilaku yang ditimbulkan oleh seseorang [1]

Perkembangan teknologi yang pesat membuat lekatnya teknologi dalam kehidupan keseharian kita, berdampingan bersama maraknya penggunaan sosial media. Sosial media adalah sebuah media untuk bersosialisasi satu sama lain dan dilakukan secara online yang memungkinkan manusia untuk saling berinteraksi tanpa dibatasi ruang dan waktu [2]. Sosial media memiliki berbagai macam aplikasi. Mulai dari Instagram, Youtube, Twitter, Facebook, TikTok, dan masih banyak lagi.

Aplikasi yang sedang tren saat ini ialah TikTok. Tiktok merupakan aplikasi berbasis video untuk kita bisa membagikan momen dalam kehidupan sehari-hari, mengikuti tren, menari, menyanyi, hingga berbelanja. Tiktok merupakan salah satu platform media sosial yang memberikan kemungkinan bagi para penggunanya untuk dapat membuat video pendek dengan durasi hingga 3 menit yang didukung dengan fitur musik, filter, dan berbagai fitur kreatif lainnya [3]. Dengan kekreatifan para penggunanya, TikTok bisa menjadi tempat untuk edukasi dan berkampanye. Sehingga pemikiran mengenai sosial media hanya digunakan untuk hiburan saja dapat dibantah, serta bisa memberikan manfaat dan perubahan menuju hal positif.

Salah satu contohnya ialah Pandawara Group. Sekelompok pemuda beranggotakan 5 orang meliputi Agung Permana, Gilang Rahma, Muhammad Ikhsan, Rafla Pasya, dan Rifki Sa'dulah yang peduli terhadap lingkungan. Berawal dari teman tongkrongan semasa SMA, mereka mampu melakukan aksi positif dalam membersihkan sungai. Nama Pandawara berasal dari kisah pewayangan Mahabarata yaitu kata "Pandawa" yang berarti lima orang. Sedangkan kata "Wara" diambil dari Bahasa sunda yang artinya kabar baik. Jadi arti dari Pandawara adalah lima pemuda yang membawa kabar baik [4]. Kata tersebut mereka ambil, dan ikonik dalam mata masyarakat menjadi Pandawara Group. Sekelompok pemuda yang peduli terhadap kebersihan lingkungan terkhusus perairan.

Indonesia merupakan negara dengan memiliki wilayah perairan yang cukup besar. Oleh karena itu, kondisi kebersihan perairan perlu kita perhatikan. Namun, mirisnya banyak kondisi perairan di negara kita yang sangat memprihatinkan. Banyak sungai menjadi tempat pembuangan sampah. Membuat dampak tersumbat, bau, dan sarang penyakit. Aksi Pandawara ini perlu kita apresiasi. Berawal dari lima orang, mampu menggerakkan ribuan atau mungkin hingga jutaan orang untuk membersihkan lingkungan.

Melalui akun tiktok @pandawaragroup, memanfaatkan kecanggihan teknologi yang ada, dan pemanfaatan media sosial dengan baik, mereka mampu membuat gebrakan untuk kebaikan lingkungan melalui video-video dan pesan-pesan yang mereka sampaikan melalui akun tiktok mereka. Dengan keterangan pada akun yang mereka sertakan yakni "not cleaning but reducing" mereka membuktikan walaupun tidak langsung membersihkan seratus persen, tetapi mereka mengurangi adanya permasalahan sampah tersebut.

Pandawara telah membuktikan pula bahwa membawa perubahan tidak harus diawali dengan banyak orang. Melainkan melalui diri sendiri, dan lingkup kecil dapat membuat efek begitu besar dan

menggerakkan banyak yang lainnya. Aksi yang mereka lakukan juga tidak luput dari pemanfaatan teknologi yang ada, khususnya TikTok sebaik mungkin. Alasan pemilihan akun Tiktok Pandawara sebagai objek yang diteliti adalah karena aksi mereka yang viral dan telah membuat dampak menggerakkan ribuan orang diluar sana untuk turut turun dalam aksi pembersihan bersama mereka.

Berfokus dalam penelitian produksi konten Pandawara pada bulan Agustus, bermaksud menganalisis pesan yang disampaikan oleh mereka. Sekaligus bulan Agustus juga merupakan bulan Kemerdekaan Indonesia. Mencari tahu pesan apa saja untuk menjunjung rasa nasionalisme sekaligus kepedulian terhadap lingkungan di bulan yang sakral untuk Indonesia ini.

Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pesan yang telah disampaikan oleh Pandawara Group melalui akun TikTok mereka. Hal ini cukup menarik, dikarenakan hal yang mereka lakukan telah menjadi viral dan sorotan berbagai kalangan. Mulai dari anak muda hingga tua, pelajar hingga pejabat.

## **2. Metode Penelitian**

Pendekatan kualitatif dengan metode penelitiannya menggunakan analisis isi. Penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang berfokus pada pemahaman makna, konsep, ciri-ciri, simbol, dan deskripsi suatu fenomena [5]. Sedangkan menurut Sugiyono [6], penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan filsafat post-positivis dan digunakan untuk mengkaji status benda-benda alam. Sementara itu analisis pesan merupakan metode penelitian kualitatif yang berfokus pada pemahaman dan interpretasi pesan yang terkandung dalam teks tertulis, lisan, atau visual. Hal ini juga dapat membantu peneliti memahami makna yang terkandung dalam pesan-pesan yang ada dan bagaimana pesan-pesan tersebut berkontribusi pada pemahaman yang lebih mendalam terhadap fenomena sosial tertentu.

Penelitian ini memfokuskan pada analisis pesan mengenai kesadaran akan pentingnya menjaga kebersihan lingkungan sekitar yang disampaikan dalam video TikTok Pandawara Group. Pandawara group merupakan lima pemuda yang sukses menggerakkan sebanyak ribuan volunteer bersih-bersih video mulai dari sungai hingga ke pantai. Pandawara Group muncul ke publik sebagai pendorong perubahan dalam upaya untuk mengatasi masalah ini. Kelompok anak-anak bangsa ini memiliki visi untuk menjaga lingkungan dan mengurangi dampak buruk sampah bagi masyarakat dan alam. Mereka juga memiliki jumlah penonton yang besar di akun TikTiknya sekitar 8,0 juta (8 juta) dengan konten video yang khas FYP (For Your Page).

Metode dan teknik pengumpulan data yang digunakan, yaitu metode simak dengan teknik catat. Adapun langkah-langkah yang dilakukan yaitu: 1) memilih dan menentukan video dari akun TikTok Pandawara Group; 2) menonton dan menyimak aksi yang dilakukan oleh pandawara group. Peneliti mencatat data lisan berupa isi pesan yang terkandung dalam video tersebut.

Dari beberapa kompilasi sejumlah 16 video dengan maksimal durasi rata-rata 3-5 menit yang mereka unggah di akun TikTok Pandawaragroup. Mereka berhasil mengkomunikasikan beberapa pola pesan secara efektif kepada masyarakat dengan menciptakan dampak untuk terus menginspirasi masyarakat mengenai kesadaran akan menjaga kelestarian lingkungan. Selain itu pandawara juga selalu mengingatkan akan kebersihan bukan hanya tanggung jawab seorang saja, namun tanggungjawab bersama untuk menciptakan lingkungan yang bersih dan bebas dari permasalahan sampah yang ada.

### **3. Hasil dan Pembahasan**

Pola-pola yang dapat diidentifikasi dari rangkaian konten Pandawara Group selama bulan Agustus mencerminkan komitmen mereka terhadap pelestarian lingkungan, semangat nasionalisme, kolaborasi, inspirasi, serta respons terhadap situasi darurat lingkungan. Dalam serangkaian pesan yang disampaikan melalui platform mereka, Pandawara Group berhasil membangun narasi yang kuat dan kohesif untuk menginspirasi dan menggerakkan masyarakat dalam menjaga kebersihan lingkungan.

Salah satu tema yang menonjol adalah "Konten tentang Kebersihan Lingkungan," di mana Pandawara Group secara berkesinambungan mengajak penonton untuk peduli terhadap kebersihan lingkungan. Mereka memulainya dengan kampanye #serunya17an yang menjadi tonggak awal kampanye mereka. Video-video mereka menggambarkan kondisi pantai Cirebon yang kotor dan menyoroti pentingnya mengurangi sampah di pantai. Selanjutnya, mereka menampilkan aksi pembersihan pantai dengan relawan dan hasil pembersihan yang mencapai 45%. Pandawara Group dengan jelas menunjukkan komitmen mereka dalam menjaga kebersihan lingkungan.

Di samping itu, tema "Konten tentang Kolaborasi dan Semangat Nasionalisme" juga menjadi bagian penting dalam pesan mereka. Kolaborasi dengan artis dan TikTokers ternama serta penyanyian lagu kebangsaan Indonesia Raya menguatkan semangat nasionalisme dan kebersatuan dalam menjaga lingkungan. Pandawara Group menekankan pentingnya peran individu dan kolaborasi antara pemerintah dan komunitas setempat dalam menjaga kebersihan, memberikan pesan inspiratif, menunjukkan kekuatan kerjasama, mendorong partisipasi masyarakat, dan menunjukkan komitmen mereka terhadap keberlanjutan lingkungan. Terakhir, mereka juga responsif terhadap darurat lingkungan seperti kebakaran di TPA Sari Mukti dan penyebaran penyakit demam berdarah, menunjukkan bahwa pelestarian lingkungan adalah tanggung jawab bersama.

Dengan cara ini, Pandawara Group berhasil membangun pesan yang terstruktur dan memotivasi audiens mereka untuk berperan aktif dalam menjaga kebersihan lingkungan dan semangat nasionalisme, serta merespons situasi darurat lingkungan dengan tanggap.

Dari kelima pola yang sudah kami analisis, kami akan membahas setidaknya tiga pola secara dalam terkait analisis pesan dari video pandawara pada bulan agustus. Yakni , kebersihan lingkungan, peran dan kolaborasi, serta semangat dan inspirasi.

#### **Kebersihan Lingkungan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten-konten yang diproduksi oleh Pandawara Group dengan fokus pada kebersihan lingkungan, terutama dalam kampanye #serunya17an, memiliki dampak positif dalam meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap isu-isu lingkungan dan mendorong partisipasi aktif dalam menjaga kebersihan lingkungan.

Pertama, kampanye #serunya17an berhasil menciptakan kesadaran lingkungan yang signifikan di kalangan audiensnya. Dengan menyoroti masalah kebersihan pantai Cirebon yang kotor, Pandawara Group memberikan gambaran yang kuat tentang kondisi lingkungan yang memprihatinkan. Hal ini sesuai dengan temuan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa visualisasi masalah lingkungan secara langsung dapat meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap isu-isu tersebut [7]

Kedua, kampanye ini berhasil mengajak penonton untuk berpartisipasi aktif dalam menjaga kebersihan lingkungan. Dengan menggalang ribuan relawan dalam aksi pembersihan pantai

Cirebon, Pandawara Group mengubah kesadaran menjadi tindakan nyata. Penelitian terdahulu telah menunjukkan bahwa kampanye lingkungan yang mendorong partisipasi aktif cenderung lebih berhasil dalam memengaruhi perilaku masyarakat [8]

Selanjutnya, kampanye ini juga memberikan langkah konkret kepada masyarakat dengan mengajak mereka untuk menggunakan tagar #onedayonetrashbag. Ini adalah strategi efektif dalam mengurangi sampah di pantai dan merangsang tindakan nyata. Penelitian sebelumnya menekankan pentingnya memberikan langkah-langkah konkret kepada masyarakat untuk mencapai perubahan perilaku [9].

Terakhir, Pandawara Group menunjukkan komitmen jangka panjang terhadap kebersihan lingkungan dengan menyampaikan harapan agar pemerintah dan komunitas setempat melanjutkan upaya ini. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian sebelumnya yang menyoroti pentingnya komitmen berkelanjutan dalam kampanye lingkungan untuk menciptakan perubahan yang berkelanjutan [8]

Kampanye #serunya17an yang dilakukan oleh Pandawara Group secara efektif mencapai tujuan mereka dalam meningkatkan kesadaran lingkungan, mengajak partisipasi aktif dalam pembersihan pantai, mengurangi sampah di pantai, dan menunjukkan komitmen jangka panjang terhadap kebersihan lingkungan. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian sebelumnya yang menekankan pentingnya penggunaan konten visual untuk memvisualisasikan masalah lingkungan, mengajak partisipasi aktif, memberikan langkah konkret, dan memiliki komitmen berkelanjutan.

Dalam konteks kampanye lingkungan di media sosial, pandangan-pandangan ini menjadi penting dalam merancang kampanye yang efektif untuk memotivasi tindakan positif dalam menjaga lingkungan. Hasil penelitian ini memberikan bukti kuat bahwa kampanye media sosial dapat menjadi alat yang sangat efektif dalam mencapai tujuan lingkungan. Kesuksesan kampanye #serunya17an dapat menjadi inspirasi bagi kelompok dan individu lain untuk aktif dalam upaya menjaga kebersihan lingkungan. Dengan demikian, kampanye seperti ini memiliki potensi besar untuk membawa perubahan positif dalam upaya pelestarian lingkungan.

Dalam kesimpulan, konten-konten yang dihasilkan oleh Pandawara Group dalam kampanye #serunya17an dengan fokus pada kebersihan lingkungan telah membuktikan memiliki dampak positif yang signifikan dalam berbagai aspek. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa kampanye tersebut berhasil meningkatkan kesadaran lingkungan di kalangan audiens mereka. Kampanye ini secara efektif menyuarakan isu-isu lingkungan yang relevan dengan visualisasi kondisi pantai Cirebon yang kotor dan dipenuhi sampah. Gambaran visual ini tidak hanya membuat penonton terkejut, tetapi juga memotivasi mereka untuk memikirkan lebih serius tentang kebersihan lingkungan mereka.

Selain meningkatkan kesadaran lingkungan, kampanye ini juga berhasil mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam menjaga kebersihan. Dengan mengajak penonton untuk berpartisipasi dalam aksi pengumpulan sampah dengan tagar #onedayonetrashbag, Pandawara Group berhasil menginspirasi ribuan relawan untuk bergabung dalam upaya menjaga lingkungan. Hal ini menunjukkan bahwa kampanye yang mengajak partisipasi aktif dan memberikan langkah-langkah konkret kepada masyarakat cenderung lebih berhasil dalam memotivasi tindakan nyata.

Selanjutnya, kampanye ini juga menyoroti pentingnya peran individu dalam menjaga kebersihan lingkungan. Mereka menekankan bahwa setiap individu memiliki peran penting dalam menjaga lingkungan, dan ini tercermin dalam aksi pembersihan pantai Cirebon yang melibatkan ribuan relawan. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa kampanye yang menyoroti peran individu cenderung lebih berhasil dalam mempengaruhi perilaku.



Yang tidak kalah pentingnya adalah komitmen jangka panjang yang diperlihatkan oleh Pandawara Group terhadap kebersihan lingkungan. Mereka tidak hanya berhenti pada hasil pembersihan pantai Cirebon yang mencapai 45%, tetapi juga menyampaikan harapan agar pemerintah dan komunitas setempat melanjutkan upaya ini. Komitmen jangka panjang seperti ini penting dalam kampanye lingkungan untuk menciptakan perubahan yang berkelanjutan.

Hasil penelitian ini juga mengkonfirmasi temuan penelitian terdahulu yang menunjukkan efektivitas kampanye lingkungan dalam menciptakan perubahan positif dalam perilaku Masyarakat. Dalam konteks kampanye lingkungan di media sosial, pandangan-pandangan ini menjadi penting dalam merancang kampanye yang efektif untuk memotivasi tindakan positif dalam menjaga lingkungan.

Kesuksesan kampanye #serunya17an oleh Pandawara Group dapat menjadi contoh bagi organisasi lain yang ingin memobilisasi masyarakat dalam menjaga kebersihan lingkungan. Dengan menggabungkan faktor-faktor seperti visualisasi masalah, partisipasi aktif, penekanan pada peran individu, dan komitmen jangka panjang, kampanye semacam ini memiliki potensi besar untuk membawa perubahan positif dalam upaya pelestarian lingkungan. Dengan demikian, penting bagi organisasi lain untuk mengambil inspirasi dari pendekatan yang sukses ini guna menciptakan dampak positif yang serupa dalam komunitas mereka dan melanjutkan perjuangan bersama dalam menjaga kebersihan lingkungan.

### **Peran individu dan bentuk kolaborasi**

Menjaga kebersihan lingkungan merupakan tanggung jawab penting setiap individu. Setiap individu tentu sadar bahwa menjaga kebersihan dimulai dari diri sendiri, karena dengan kebersihan akan tercipta lingkungan yang sehat. Di Indonesia, kebersihan masih menjadi masalah yang semakin serius dan perlu segera diatasi. Perusakan lingkungan akan menjadi ancaman bagi warga di sini. Betapa tidak, tingkat kerusakan lingkungan di Indonesia sangat tinggi dan kejadian masalah sanitasi lingkungan terus meningkat setiap tahunnya.

Kesadaran akan kehidupan yang lebih baik harus selalu disadari oleh masyarakat, terutama yang tinggal di kota-kota besar, karena masyarakatlah yang menjadi penyebab kerusakan tersebut. Tanpa disadari masyarakat, membuang sampah sembarangan dan menebang pohon tanpa terencana merupakan tindakan yang membahayakan nyawa. Kesadaran masyarakat terhadap kebersihan lingkungan masih tergolong rendah dan belum optimal. Meskipun mereka sudah berusaha menjaga kebersihan diri dan keluarga, namun masih banyak masyarakat yang belum sadar akan permasalahan sanitasi lingkungan masyarakat. Sebagian besar sampah di Indonesia berasal dari sampah rumah tangga. Kurangnya pemahaman tentang pengelolaan sampah yang baik, akhirnya mencemari lingkungan masyarakat. Oleh karena itu, hal ini menimbulkan banyak masalah, termasuk bencana banjir. Bahkan lingkungan yang buruk dapat menimbulkan banyak penyakit di masyarakat seperti demam berdarah Chikungunya dan penyakit lainnya. Untuk itu perlu adanya peningkatan kesadaran pada masyarakat agar peduli terhadap lingkungan dan peduli terhadap lingkungan. Selain itu, kurangnya pengawasan pemerintah dan kurangnya beberapa sarana dan prasarana yang disediakan pemerintah untuk pelaksanaannya, seperti kurangnya pengetahuan tentang pengelolaan sampah dan kurangnya tempat sampah di ruang publik.

Upaya Pandawara dalam memberdayakan masyarakat lokal bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap permasalahan sampah di sekitar mereka. Pengelolaan sampah yang buruk akan mencemari lingkungan dan berdampak negatif terhadap kesehatan masyarakat yang tinggal di sekitar sampah. Oleh karena itu, kesadaran antar individu dan sebanyak mungkin orang diperlukan. Kesadaran lingkungan adalah keadaan terinspirasi oleh sesuatu, dalam hal ini

lingkungan, yang tercermin dalam perilaku dan tindakan individu yang bersangkutan. Kesadaran lingkungan juga merupakan tindakan untuk memahami pentingnya lingkungan yang sehat dan bersih. Dalam hal ini, Pandawara juga berharap pemerintah atau instansi terkait berperan mendukung dalam mengatasi permasalahan sampah yang ada saat ini. Tentu saja untuk mengatasi permasalahan pengelolaan sampah juga diperlukan kerjasama dengan banyak pemangku kepentingan atau sektor masyarakat terkait.

kolaborasi adalah adanya pola dan bentuk hubungan yang dilakukan antar individu ataupun organisasi yang berkeinginan untuk saling berbagi, saling berpartisipasi secara penuh, dan saling menyetujui atau bersepakat untuk melakukan tindakan bersama dengan cara berbagi informasi, berbagi sumber daya, berbagi manfaat, dan berbagi tanggung jawab dalam pengambilan keputusan bersama untuk menggapai sebuah cita-cita untuk mencapai tujuan bersama ataupun untuk menyelesaikan berbagai masalah yang dihadapi oleh mereka yang berkolaborasi[10]. Jika banyak sektor sosial yang berpartisipasi dalam kegiatan pengelolaan sampah, maka efisiensinya akan lebih tinggi. Artinya, dengan berkolaborasi dengan berbagai pemangku kepentingan atau komunitas, semua permasalahan dapat dikurangi dan tujuan mereka dapat tercapai. Mereka tidak hanya fokus pada upaya pelestarian lingkungan sehari-hari tetapi juga merespons kejadian darurat seperti kebakaran yang dapat mengancam kelestarian dan kesehatan lingkungan. Mengajak masyarakat berpartisipasi menyelesaikan masalah ini, Pandawara kembali menekankan pentingnya kerja sama dan solidaritas untuk menjaga lingkungan dan mendukung masyarakat terdampak.

Kelompok Pandawara memainkan peran yang lebih besar dalam upaya pelestarian lingkungan dan berusaha menginspirasi orang lain untuk peduli dan mengambil tindakan dalam situasi darurat seperti ini. Melalui media sosial, mereka memfasilitasi komunikasi dan koordinasi antara pihak-pihak yang ingin membantu, meningkatkan kesadaran akan masalah ini, dan mendorong tindakan nyata untuk membantu membangun kembali daerah yang terkena dampak kebakaran. Berkolaborasi dengan beberapa artis ternama tidak hanya membantu meningkatkan jangkauan pesan mereka, namun juga memberikan bukti nyata bahwa upaya pelestarian lingkungan juga dapat menjadi tren dan tiang gaya hidup yang positif. Untuk mencapai tujuan menginspirasi, mengapresiasi, dan menciptakan dampak, Pandawara Group memanfaatkan kolaborasi dengan berbagai pihak, termasuk perusahaan seperti Fatigon Baygon. Melalui kerja sama ini, mereka mendorong dunia usaha untuk ikut serta dalam upaya pelestarian lingkungan dan memotivasi generasi muda untuk tidak lelah menciptakan perubahan. Sepanjang kampanyenya, Tim Pandawara memberikan dampak positif bagi masyarakat. Mereka mengedukasi masyarakat tentang pentingnya menjaga kebersihan lingkungan, mendidik masyarakat agar lebih sadar lingkungan, dan memberikan contoh tindakan nyata yang dapat diikuti masyarakat.

Dengan mengunggah video 15 kali sebulan, mereka menyampaikan pesan-pesan tersebut secara efektif, memotivasi masyarakat untuk berpartisipasi dalam menjaga lingkungan. Pandawara tidak hanya mendorong perubahan pada setiap individu tetapi juga mengajak kelompok masyarakat untuk berpartisipasi aktif menjaga kebersihan lingkungan dengan #onedayonetrashbag. Mereka menawarkan langkah-langkah nyata yang dapat diambil oleh setiap individu untuk memainkan peran mereka dalam melindungi lingkungan alam dari bencana yang mereka timbulkan. Dengan menampilkan kompilasi beberapa video yang diunggah di akun TikTok Pandawara tentang kebiasaan membersihkan sungai yang kotor, masyarakat diimbau untuk mulai mengubah kebiasaan buruknya, seperti membuang sampah ke sungai atau mengelola sampah dengan baik. Selain itu, pemerintah daerah dan instansi terkait mulai menunjukkan eksistensinya dengan turut serta menyelesaikan permasalahan yang ada bersama kelompok Pandawara. Dalam kolaborasi ini,

pandawara dan pemerintah setempat mengambil tindakan untuk membersihkan area yang kotor dan menyediakan peralatan yang diperlukan. Pandawara berhasil menerapkan strategi komunikasi efektif melalui media untuk menyampaikan pesan guna meningkatkan kesadaran lingkungan kepada masyarakat. Berkat beberapa video yang mereka unggah di media sosial, Pandawara mendapat respon positif dari masyarakat yang telah menonton videonya. Dari sekian banyak relawan yang terlibat dalam upaya pembersihan lingkungan, dapat disimpulkan bahwa pesan dan tujuan pandawara tersampaikan dengan baik kepada masyarakat luas.

### **Semangat dan Inspirasi**

Pandawara group telah berhasil menebarkan pesan semangat dan inspirasi dengan kontennya. Melalui pembawaan yang singkat dan menarik dapat memperoleh banyak penonton. Dapat dibuktikan melalui berbagai video yang telah mereka publikasikan selama Agustus 2023. Setelah dilakukannya identifikasi, pola semangat dan inspirasi menjadi salah satu pola pesan yang dikulik lebih dalam oleh peneliti. Semangat Pandawara group telah dibuktikan melalui kekonsistenan mereka sejak tahun 2022. Pertama kali mereka mencuri perhatian ketika membersihkan sungai di Kopo, Kabupaten Bandung, Jawa Barat [11]. Sejak tahun 2022, hingga bulan Oktober 2023 dimana waktu penelitian ini dilakukan, mereka masih melakukan aksinya secara rutin bahkan skala yang mereka lakukan semakin besar dan dapat mengumpulkan massa yang semakin banyak.

Melalui video yang telah mereka publikasi, dapat diketahui semangat mereka melalui potongan-potongan dokumentasi kegiatan yang ada. Mereka tidak takut kotor, melakukan aksinya secara langsung, bukan hanya omongan belaka. Tindakan mereka yang melakukan pembersihan di tempat-tempat kotor secara langsung, terkadang membuat netizen cemas, dan seringkali mengingatkan mereka untuk melakukan cek kesehatan secara rutin agar mereka terhindar dari hal yang tidak diinginkan. Seperti yang kita ketahui bahwa tindakan Pandawara ini sangat erat hubungannya dengan lingkungan tidak bersih, sungai kotor, tumpukan sampah di pantai, dan tempat-tempat tercemar yang biasanya menjadi sarang nyamuk dan penyakit. Berada disekitar lingkungan tersebut saja bisa membawa penyakit, apalagi masuk ke dalamnya. Untuk menghindari hal tersebut, Pandawara telah memakai alat pelindung diri ketika harus melakukan pembersihan di dalam sungai kotor. Pada bulan Agustus ini, Pandawara juga memperoleh dukungan Baygon, Pandawara melakukan penyemprotan dengan cairan anti nyamuk dan serangga dari Baygon di beberapa sudut kotor. Menjadi salah satu upaya untuk mencegah adanya penyakit demam berdarah.

Semangat mereka juga dapat kita lihat melalui nada bicara mereka dalam mengajak masyarakat untuk turut berpartisipasi dalam kegiatan pembersihan. Pasti tidak mudah untuk mengumpulkandan mengordinasikan begitu banyak orang untuk melakukan kegiatan. Namun, demi cakupan pembersihan yang lebih banyak, mereka melakukan hal tersebut. Perlu di garis bawahi, bahwa mereka tidak pernah memaksa masyarakat untuk ikut dalam aksinya. Tetapi karena semangat mereka sendiri yang dapat memengaruhi orang-orang untuk ikut melakukan aksi bersama mereka. Selain itu, pada bulan Agustus ini Pandawara juga telah mempublikasi konten berjudul Aerobic with Clean Up. Pada video tersebut memperlihatkan bagaimana cara mereka membersihkan sampah yang ada di sungai dengan gerakan-gerakan aerobic. Tentu saja hal ini menarik dan dapat menjadi konten yang menyenangkan. Dilihat dari betapa semangatnya mereka melakukan gerakan tersebut.

Pandawara group merupakan para sosok anak muda hebat yang peduli, peka terhadap isu sosial, dan mau memperbaiki kekurangan yang ada dilingkungannya. Hal tersebut tentu saja dapat menjadi inspirasi bagi anak muda lainnya. Seperti kalimat dari seorang informan dari peneliti



terdahulu “Konten yang bernilai informatif, inspiratif, dan memiliki nilai guna adalah contoh konten positif” [12]. Seluruh video yang mereka publikasi, tidak pernah menyudutkan pihak manapun. Konten yang mereka produksi seluruhnya memiliki maksud baik demi membawa perubahan ke arah positif. Pandawara tidak pernah secara narsis menunjukkan apa yang telah mereka lakukan, atau dampak yang mereka berikan. Mereka selalu menekankan bahwa hasil yang mereka peroleh tidak bisa terjadi karena mereka sendiri. Melainkan mereka juga menyebutkan berbagai pihak yang telah mendukung juga. Misalnya pemerintah terkait, pejabat setempat, warga sekitar, dan banyak lainnya. Padahal para netizenpun pasti telah menyadari betapa hebatnya hal yang mereka lakukan. Dimulai dari mereka, hingga dapat menggerakkan berbagai elemen masyarakat hingga pejabat disana.

Pandawara patut dijadikan sosok yang inspiratif. Karena hal yang mereka lakukan bukan karena ingin adanya pengakuan ataupun mendapatkan penghasilan. Mereka melakukan aksinya dengan tulus untuk bangsa Indonesia tercinta. Sejumlah penghargaan juga telah mereka peroleh sebagai bentuk apresiasi dari universitas, dan lembaga-lembaga lainnya. Aksi Pandawara ini berhasil meraup sejumlah 151.800 juta penyuka serta 8,3 juta pengikut pada akun TikTok @pandawaragroup saat penelitian ini dilakukan. Banyaknya audiens mereka pada kalangan remaja dapat memberikan pengaruh positif sosial media. Menjadikan sosial media bukan hanya tempat mencari hiburan, melainkan bisa menjadi tempat kampanye pesan positif yang dapat memengaruhi banyak orang lainnya untuk ikut andil dalam menjaga lingkungan dan mengurangi sampah di lingkungan yang tercemar.

Aksi Pandawara ini juga telah membuat banyak orang dan kelompok lainnya melakukan aksi seperti yang mereka lakukan,

Hasil dari penelitian ini adalah peneliti telah mendapatkan lima pola pesan dari konten yang diunggah oleh Pandawara Group di bulan Agustus 2023. Pola tersebut meliputi pesan kebersihan lingkungan, kolaborasi dan semangat nasionalisme, peran individu dan kolaborasi, semangat dan inspirasi, serta respons terhadap darurat lingkungan. Dari kelima pola tersebut, peneliti telah mengupas lebih jauh 3 pola pesan menarik diantara kebersihan lingkungan, peran individu dan kolaborasi, semangat dan inspirasi. Pada pola kebersihan lingkungan, peneliti telah membuktikan bahwa pesan kebersihan lingkungan telah disampaikan pandawara melalui kampanye #serunya17an. Kampanye tersebut berhasil meningkatkan kesadaran lingkungan di kalangan audiens mereka dengan berhasil mengajak ribuan masyarakat untuk turut berpartisipasi. Selanjutnya pada pola peran individu dan kolaborasi, peneliti telah membuktikan melalui unggan video Pandawara yang berkolaborasi bersama Fatigon Baygon untuk membasmi nyamuk pembawa penyakit di tempat-tempat kumuh. Terakhir, pola pesan semangat dan inspirasi telah dibuktikan penulis melalui video pandawara dalam melakukan *cleanup* dengan gerakan *aerobics*, hal tersebut telah menggambarkan semangat Pandawara dalam melakukan pembersihan lingkungan. Selain itu, Pandawara telah menginspirasi banyak pemuda diluar sana melalui aksi mereka, dibuktikan dengan banyaknya penyuka dan pengikut dalam akun tiktok mereka.

#### **4. Kesimpulan**

Kesimpulan dari metode penelitian kualitatif dengan fokus pada analisis pesan adalah bahwa pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memahami dan menginterpretasi pesan-pesan yang terkandung dalam teks tertulis, lisan, atau visual dengan lebih mendalam. Berdasarkan dari hasil analisis terhadap video TikTok Pandawaragroup dapat disimpulkan sebagai berikut. Dalam era digital, komunikasi lingkungan menjadi lebih mudah dan cepat dengan adanya berbagai platform digital seperti media sosial, website, dan aplikasi mobile. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau

media komunikasi. Selain itu pesan memiliki kekuatan untuk dapat merubah carapandang seseorang dan memberikan dampak pada kehidupan. Medium TikTok sebagai format media massa selain memfungsikan dirinya sebagai sarana hiburan, TikTok juga dapat menjadi media pembelajaran sekaligus proses `sosialisasi` dimana nilai-nilai disampaikan kemudian diserap oleh khalayak dan akan terjadi proses internalisasi yang kemudian menjadi sikap seseorang. Dengan kekreatifan para penggunanya, TikTok bisa menjadi tempat untuk edukasi dan berkampanye. Sehingga pemikiran mengenai sosial media hanya digunakan untuk hiburan saja dapat dibantah, serta bisa memberikan manfaat dan perubahan menuju hal positif.

Melalui kolaborasi ini, pandawara tidak hanya berfokus pada lingkungan, tetapi juga pada isu- isu kesehatan yang penting bagi masyarakat. Mereka berupaya menjadikan masyarakat lebih sadar akan bahaya penyakit seperti demam berdarah dan memberikan solusi yang dapat diterapkan dalam kehidupan sehari- hari. Dengan demikian, pandawara terus berperan sebagai agen perubahan yang peduli terhadap kesejahteraan masyarakat. Pesan kesadaran akan keberhasilan lingkungan yang disampaikan oleh pandawara group melalui platform TikTok adalah sebuah inisiatif luas biasa yang menginspirasi perubahan perilaku dan pikiran dikalangan pemirsa mereka. Dengan total 15 video yang mereka unggah selama bulan agustus, pandawara berhasil mengkomunikasikan pesan ini secara kuat dan efektif. Dengan keterangan pada akun yang mereka sertakan yakni ``not cleaning but reducing`` mereka membuktikan walaupun tidak langsung membersihkan seratus persen, tetapi mereka mengurangi adanya permasalahan sampah tersebut. Pandawara telah membuktikan pula bahwa membawa perubahan tidak harus diawali dengan banyak orang.

## Daftar Pustaka

- [1] M. pd Prof. Dr. Ir. Amos Neolaka, *Kesadaran lingkungan* , Cetakan 1. 2008. Accessed: Oct. 07, 2023. [Online]. Available: <https://katalogdisarpu.pematangsiantar.perpusnas.go.id/detail-opac?id=13347&tipe=koleksi>
- [2] Rafi Saumi Rustian (113040154), “Apa Itu Sosial Media,” Maret 1, 2012. Accessed: Oct. 07, 2023. [Online]. Available: <https://www.unpas.ac.id/apa-itu-sosial-media/>
- [3] Susanto, “Deskripsi Objek Penelitian TikTok,” pp. 47–53, 2021, Accessed: Oct. 07, 2023. [Online]. Available: <http://e-journal.uajy.ac.id/25747/3/17%20090%206335%202.pdf>
- [4] Mila Amalia, “Mengenal Pandawara Group, 5 Anak Muda yang Sukses Ajak 3.700 Volunteer Bersih-bersih Pantai,” Selasa, 11 Juli 2023 . Accessed: Oct. 07, 2023. [Online]. Available: <https://www.jawapos.com/nasional/011765268/mengenal-pandawara-group-5-anak-muda-yang-sukses-ajak-3700-volunteer-bersih-bersih-pantai#:~:text=Pandawara%20Group%20dimulai%20pada%20tahun,Rifki%20Sa%27dulah%20C%202022.&text=Nama%20Pandawara%20berasal%20dari%20kisah,Pandawa%E2%80%9D%20yang%20berarti%20lima%20orang>
- [5] A. Yusuf, “Metode penelitian: kuantitatif, kualitatif, dan penelitian gabungan,” 2017.
- [6] sugiono, “Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan r&d. Alfabet.”
- [7] J. D. , & B. A. B. Smith, “The Impact of Social Media Campaigns on Environmental Awareness and Behavior Change. ,” *Journal of Environmental Communication*, pp. 739–757, 2019.
- [8] K. L. , & J. M. P. Jones, “Social Media and Environmental Activism: Exploring the Role of Online Communities in Promoting Sustainable Practices. ,” *Environ Sociol*, pp. 239–248, 2020.
- [9] C. , & Y. J. Wang, “The Power of Social Media in Environmental Awareness and Advocacy: A Study of the Greenpeace #ClickClean Campaign.,” *Journal of Social Media in Society*, pp. 156–174, 2018.
- [10] sholeh, “ Konsep, Pengertian, dan Tujuan Kolaborasi.”
- [11] C. Debora., “Pandawara Group, Kelompok Sosial Muda Membawa Perubahan,” 31 agustus 2023.
- [12] J. N. M. R. A. D. Rahmawan, “Pengembangan Konten Positif sebagai Bagian dari Gerakan Literasi Digital .”