



Kampanye Digital dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat terhadap Isu Lingkungan

Digital Campaign to Increase Public Awareness of Environmental Issues

Ernawati S. Kaseng¹

¹Program Studi Pendidikan Teknologi Pertanian, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Makassar, Indonesia
ernawatisyahrudin71@unm.ac.id*

Abstrak. Masih minimnya kesadaran akan pentingnya menjaga lingkungan menjadi isu yang harus diperhatikan. Berkembangnya teknologi tidak hanya berperan sebagai alat untuk berkomunikasi dan bersosialisasi tetapi juga mampu memberikan perubahan, Penelitian ini memiliki tujuan untuk menggambarkan strategi yang dilakukan oleh Pandawara Group dalam meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap isu lingkungan melalui kampanye digital. Pandawara Group, sebuah kelompok pemuda yang aktif di media sosial, menggunakan platform TikTok sebagai alat utama untuk menyebarkan pesan-pesan tentang kebersihan lingkungan dan pentingnya pelestarian lingkungan hidup. Melalui studi pustaka dan analisis isi, penelitian ini mencatat beberapa strategi yang digunakan oleh Pandawara Group, seperti komunikasi melalui TikTok dengan konten yang menarik dan edukatif, kampanye pembersihan lingkungan, kolaborasi dengan influencer dan lembaga pemerintah, serta rekrutmen sukarelawan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi- strategi ini berhasil meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya menjaga lingkungan dan menginspirasi tindakan nyata dalam menjaga kebersihan lingkungan. Kesimpulannya, Pandawara Group efektif sebagai agen perubahan dalam mempromosikan kesadaran lingkungan melalui kampanye digital, dengan harapan dapat mendorong perilaku berkelanjutan di masyarakat.

Kata Kunci: Kesadaran Lingkungan, Pandawara Group, Tiktok

Abstract. There is still a lack of awareness of the importance of protecting the environment is an issue that must be considered. The development of technology not only plays a role as a tool to communicate and socialize but is also able to provide change, this research aims to describe the strategy carried out by Pandawara Group in increasing public awareness of environmental issues through digital campaigns. Pandawara Group, a youth group active on social media, uses the TikTok platform as a key tool to spread messages about environmental cleanliness and the importance of environmental conservation. Through literature study and content analysis, this study notes several strategies used by the Pandawara Group, such as communication through TikTok with engaging and educational content, environmental cleanup campaigns, collaborations with influencers and government agencies, and volunteer recruitment. The results of the study show that these strategies have succeeded in increasing public awareness of the importance of protecting the environment and inspiring concrete actions in maintaining environmental cleanliness. In conclusion, Pandawara Group is effective as an agent of change in promoting environmental awareness through digital campaigns, with the hope of encouraging sustainable behavior in society.

Keywords: Environmental Awareness, Pandawara Group, Tiktok

1. PENDAHULUAN

Menjadi makhluk hidup yang menetap di bumi harus memiliki kesadaran akan lingkungan. Kesadaran dalam menjaga apa yang ada di sekitar. Banyak

masyarakat mengabaikan pengelolaan lingkungan, dan kesadaran akan hal itu masih rendah. Hal ini mampu membawa bencana yang banyak dan dapat mengakibatkan kerusakan lingkungan yang

berdampak lagi ke masyarakat. Bahkan kondisi lingkungan yang buruk menyebabkan demam berdarah (DB), dan lain-lain. Untuk menghasilkan masyarakat yang ingin dan peduli terhadap lingkungan hidup, diperlukan penyadaran yang lebih mendalam.

Kurangnya kesadaran di masyarakat mengenai isu lingkungan sekitar merupakan masalah yang masih berkelanjutan hingga kini karena kurangnya pengetahuan dan infrastruktur yang diperlukan untuk menjaga lingkungan, serta kurangnya kepedulian masyarakat terhadap lingkungan, kesadaran masyarakat yang rendah tentang lingkungan masih menjadi masalah. Pembuangan sampah yang sembarangan mampu membawa kerugian materil dan juga non materil seperti failitas yang rusak dan sebagainya. Masalah seperti ini merupakan tanggung jawab kolektif, melibatkan banyak pihak, termasuk negara ini. Setiap tindakan manusia didasarkan pada prinsip-prinsip etis dan moral, tanpa terkecuali dalam memperlakukan lingkungan. Karena kesadaran lingkungan masyarakat akan tetap rendah, masalah ini akan tetap ada. Ini menunjukkan beberapa pemahaman tentang lingkungan dalam upaya meningkatkan kepedulian lingkungan (Ithof, 2019).

Permasalahan lingkungan hidup di Indonesia tidak dapat diselesaikan hanya dengan upaya penyelamatan dan tanggap bencana; diperlukan kesadaran kolektif untuk menjaga lingkungan hidup bersama. Akibatnya, upaya yang lebih serius diperlukan untuk membangun dan meningkatkan kepedulian manusia terhadap lingkungan agar kerusakan dan penurunan kualitas lingkungan tidak terus terjadi. Untuk meningkatkan kesadaran dan kepedulian masyarakat dan industri terhadap lingkungan hidup, manajemen komunikasi lingkungan sangat penting. Komunikasi kelestarian lingkungan hidup memerlukan strategi komunikasi yang dapat meningkatkan kesadaran dan kepedulian masyarakat dan industri terhadap lingkungan hidup (Wahyudin, 2017).

Pada masa ini teknologi berkembang sangat pesat dan cepat, banyak orang menggunakan teknologi dalam kehidupan sehari-hari mereka. Salah satu contohnya adalah sosial media, yang digunakan untuk bersosialisasi satu sama lain dan berinteraksi secara online, yang memungkinkan orang untuk interaksi satu sama lain tanpa dibatasi ruang dan waktu. (Rustian,2012) Media sosial merupakan aplikasi yang berupa platform seperti Instagram, Youtube, Tik-Tok. Media sosial bukan hanya

digunakan untuk saling berinteraksi dalam dunia maya saja tetapi dapat digunakan sebagai tempat membuat video yang kemudian dapat di upload ke platform. Video yang dimuat tergantung dari kreator ada yang membuat video yang bergerak di fashion, makanan, kehidupan sehari-hari bahkan ada yang membuat video edukasi mengenai kesadaran lingkungan contohnya seperti pandawara group.

Pandawara Group adalah sekelompok pemuda yang beranggotakan lima orang yaitu Ihsan, Agung, Rifki, Rafli, dan Gilang yang berasal dari Bandung. Mereka merupakan penggerak dan pemengaruh lingkungan dimulai sejak pertengahan tahun 2022. Nama pandawara terdiri dari dua kata pandawa berarti lima orang dan wara yang berarti kabar baik yang diambil dari Bahasa sunda. Mereka merupakan teman sekolah semasa SMA. Terbentuknya pandawara bermula karena adanya keresahan mengenai daerah yang mereka tinggali seringkali terdampak banjir yang diakibatkan oleh sampah yang menumpuk. (Muhammad, 2023) Pandawara sering membagikan dokumentasi kegiatan mereka di Youtube dan sosial media Tik-Tok dan akun Instagram. Kini akun sosial media Tiktok mereka diikuti sebanyak 8,4 Juta pengikut dan Instagram mereka memiliki pengikut 2,5 Juta pengikut.

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti tertarik untuk mengakat isu terkait Bagaimana strategi yang dilakukan oleh pandawara group dalam meningkatkan kesadaran isu lingkungan dalam Masyarakat serta apakah masyarakat yang melihat video aksi pembersihan yang dilakukan oleh pandawara group ini akan berdampak pada kesadaran individu dalam menjaga lingkungan.

2. METODE

Pada penelitian ini peneliti menggunakan studi pustaka, yang dapat didefinisikan suatu rangkaian tindakan yang saling berkaitan dengan teknik pengumpulan data pustaka, seperti mencatat, mengolah, dan menganalisis bahan yang akan digunakan dalam penyusunan penelitian. Studi Pustaka diartikan membaca berbagai buku referensi, jurnal ilmiah, buku-buku refrensi serta temuan penelitian sebelumnya yang serupa, yang membantu memperoleh landasan teori yang relevan untuk masa depan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif berbasis literatur deskriptif sebagai metode penelitian yang akan di gunakan nantinya.

Data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari literatur atau jurnal terdahulu yang

membahas kesadaran masyarakat, kebersihan lingkungan, dan platform kampanye TikTok. Analisis pesan juga dapat membantu peneliti memahami bagaimana pesan tersebut berkontribusi pada pemahaman mereka tentang fenomena sosial tertentu. Dalam penelitian ini, pesan yang disampaikan oleh Pandawara Group di video TikTok tentang pentingnya menjaga kebersihan lingkungan sekitar dievaluasi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Ada beberapa strategi yang dilakukan pandawara untuk meningkatkan kesadaran isu lingkungan di Masyarakat yaitu:

a. Komunikasi Melalui Platform TikTok

TikTok digunakan oleh Pandawara Group sebagai media komunikasi untuk menjangkau audiens yang lebih muda. TikTok menjadi platform yang populer di kalangan anak muda Indonesia sehingga menjadi alat yang berguna untuk menyebarkan informasi dan meningkatkan kesadaran tentang pelestarian lingkungan. Pandawara Group dapat menggunakan TikTok untuk membuat konten yang menarik dan menghibur yang dapat menarik perhatian pengguna dan menyampaikan pesan penting tentang pelestarian lingkungan. (Post.com,2023).

Strategi komunikasi Tik-Tok melibatkan pembuatan video dengan durasi waktu 3-5 menit dengan menampilkan kegiatan pembersihan lingkungan dari tempat yang memiliki banyak sampah menjadi tempat yang bersih dari sampah. Video yang mereka buat berdampak besar pada masyarakat yang menontonnya. Untuk membuat kontennya lebih menarik dan mudah dibagikan, video-video ini sering menggabungkan musik, penceritaan inovatif, dan efek visual. Pandawara Group berhasil menyampaikan pesan penting tentang pelestarian lingkungan melalui konten yang menarik dan menghibur. Selain itu, Pandawara Group bekerja sama dengan advokat lingkungan dan influencer TikTok mengembangkan pesan mereka dalam melakukan isu lingkungan dan melakukan kampanye lingkungan dan juga menjangkau audiensi yang lebih luas dan terarah dan membangun kesadaran dan dorongan dalam membangun rama lingkungan.

Dalam konten yang dirilis oleh Pandawara Group, dapat ditemukan pola yang menunjukkan komitmen mereka terhadap pelestarian lingkungan, nasionalisme, kolaborasi, inspirasi, dan tindakan darurat lingkungan. Di dalam Pandawara Group berhasil menciptakan narasi yang kuat dan persuasif untuk mendorong masyarakat untuk menjaga

kebersihan lingkungan melalui berbagai platform mereka. Salah satu tema yang menonjol adalah "Konten tentang Kebersihan Lingkungan", yang merupakan upaya terus-menerus dari Pandawara Group untuk mendorong penonton untuk mendukung kebersihan lingkungan. Kampanye mereka memulainya dengan kampanye #serunya17an, yang berfungsi sebagai tonggak awal. Dalam video-video mereka, mereka menunjukkan betapa kotornya pantai Cirebon dan bagaimana pentingnya mengurangi sampah di pantai. Selain itu, Pandawara Group melakukan pembersihan pantai dengan relawan, dan hasilnya mencapai 45%. (Wahyuni et al., 2023)

Tujuan Grup Pandawara adalah untuk membuat kesadaran dan membangun kepekaan terhadap isu lingkungan yang ada dan di harapkan masyarakat dapat berkontribusi dalam memberikan kebersihan yang baik melalui kampanye kebersihan ini dan mampu mengidentifikasi apa yang perlu di lakukan dan apa yang tidak perlu di lakukan.

b. Kampanye Peningkatan Kesadaran Lingkungan

Grup Pandawara berfokus pada kampanye kebersihan lingkungan. Mereka tidak hanya melakukan kegiatan membersihkan sampah secara fisik, tetapi mereka juga melibatkan diri untuk melakukan edukasi dan pemberdayaan komunitas melalui platform TikTok. Mereka dapat berkolaborasi dengan pengguna sesama TikTok yang populer dan memiliki pengikut banyak memungkinkan Pandawara Group menyebarkan kesadaran dan mendorong tindakan ramah lingkungan.

Peningkatan Kesadaran Lingkungan Melalui media sosial, Pandawara Group menyebarkan pesan tentang pentingnya menjaga kebersihan lingkungan. Strategi ini bertujuan meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai masalah sampah dan polusi serta mengajak orang-orang dari semua lapisan masyarakat untuk bergabung dalam aksi sosial untuk membersihkan sampah. Pandawara dalam akun media sosial mereka terutama di TikTok sering membuat konten video pembersihan lingkungan dan mengajak masyarakat untuk turut andil dalam pembersihan tersebut. Salah satu konten ajakan pembersihan lingkungan yang dilakukan pandawara saat membersihkan yang melibatkan 3.100 volunteer dari semua bidang baik dari pemerintahan, kepolisian, dan masyarakat saat melakukan pembersihan di Pantai labuhan haji Lombok. Bukan hanya itu saja, ajakan pembersihan yang melibatkan masyarakat yang dilakukan oleh pandawara group, pandawara juga

mengajak Masyarakat untuk membersihkan Pantai sukabumi, dan melibatkan 10,800 volunteer saat membersihkan Pantai di Cirebon. Telah banyak aksi dan ajakan yang dilakukan pandawara saat membersihkan lingkungan.

c. Melakukan kerjasama Dengan Masyarakat Setempat, Influencer, Dan Lembaga Pemerintah

Di era 5.0 media digital banyak memabawa dampak bagi masyarkat baik itu berdamapak positif dan juga damlpak negatif. TikTok salah satu media sosial yang telah berkembang menjadi platform yang luar biasa di era internet saat ini, menjadi wadah yang berguna dalam memperkuat kampanye kebersihan dan melibatkan masyarakat, influencer, serta pemerintah. Dengan kerja sama yang kuat antara semua pihak ini, pesan kebersihan tidak hanya tersebar luas, tetapi juga menginspirasi banyak orang untuk ikut menjaga kebersihan lingkungan. Langkah pertama penting dalam kampanye kebersihan di TikTok adalah melibatkan masyarakat setempat, ini memungkinkan penduduk lokal untuk memahami masalah kebersihan di daerah mereka. TikTok memberi orang kesempatan untuk berbagi p cerita, dan solusi yang berhasil, dan menginspirasi orang dan masyarakt untuk melakukan hal yang positif.

Group Pandawara memanfaatkan kesempatan ini untuk memberikan dampak yang signifikan pada pengikutnya. Dengan mendukung kampanye kebersihan, mereka dapat membuat konten yang bermakna bagi penontonya sehingga mendorong untuk melakukan hal yang nyata. Dalam berbagai masalah kebersihan yang muncul sebagai bagian dari inisiatif Pandawara Group, peserta diminta untuk membersihkan lingkungan mereka sendiri, yang menghasilkan efek yang positif di seluruh platform. Sampah yang menumpuk di bantaran sungai dan pesisir pantai, yang telah lama diabaikan, akhirnya menjadi perhatian pemerintah karena konten semakin viral. Terakhir, kerja sama dengan lembaga pemerintah muncul dan penting untuk memperkuat kampanye kebersihan baik secara lokal, regional, hingga nasional. Institusi pemerintah dapat mendukung dengan menyediakan infrastruktur, sumber daya, dan informasi yang mendukung kegiatan ini.(Shabrina et al., 2023).

Di TikTok, kolaborasi yang efektif memiliki konsekuensi jangka panjang. Kampanye kebersihan mengubah perilaku yang berkelanjutan dengan melibatkan masyarakat, influencer, dan lembaga pemerintah. Selain itu, kerja sama ini menanamkan rasa kepemilikan terhadap kebersihan lingkungan dan

mendorong masyarakat untuk mempertahankan kebersihan tempat tinggal mereka.

d. Mencari Sukarelawan untuk Mebersihkan Lingkungan

Pandawara group hingga kini berusaha dalam memperluas jaringan dengan mengiklankan pembukaan pendaftaran untuk anggota sukarelawan kebersihan lingkungan melalui akun Instagram dan TikTok yang mereka miliki. Salah satu cara penting untuk meningkatkan kesadaran lingkungan di kalangan masyarakat adalah dengan merekrut anggota volunteer kebersihan lingkungan secara terbuka. Saat mengadakan pembersihan seringkali pandawara grup mengundang dan membuka pendaftaran bagi warga setempat maupun pemerintahan untuk dapat bergabung dalam aksi nyata yang mereka adakan, Pandawara Group memberikan kesempatan kepada orang untuk memahami pentingnya menjaga kebersihan lingkungan mereka sendiri dengan mengajak orang untuk bergabung. Ini adalah langkah awal penting menuju pemahaman bersama tentang masalah lingkungan yang sedang kita hadapi.

Open recruitment akan memungkinkan orang dari berbagai latar belakang, usia, dan keterampilan untuk berpartisipasi secara aktif dalam upaya kebersihan. Ini menciptakan lingkungan di mana semua orang dapat berpartisipasi dan merasa dihargai. Komunitas menunjukkan bahwa tindakan kecil dapat memiliki efek besar melalui partisipasi aktif. Selain itu, strategi ini akan membentuk komunitas.(Shabrina et al., 2023).

Hasil dari penelitian ini yaitu bagaimana pandar aitu sendiri membangun kesaaran kepada masyarakat akan penting nya kebersihan lingkungan, banyak nya isu lingkungan yang berseliweran membuat pacuan terhadap pandawara grup untuk selalu melakukan kampanye kebersihan dan melakukan hal hal yang bermanfaat dan mebawa dampak psotif bagi masyarakat dan lingkungan. Pandawara Group (@pandawaragroup) adalah akun TikTok yang menawarkan konten pendidikan yang tidak berguna. Lebih dari 8,4 juta orang telah menjadi pengikut mereka, yang menunjukkan bahwa mereka dapat menarik perhatian banyak orang. Pandawara Group bekerja sama dengan TikTok untuk melakukan aksi bersih-bersih di Sungai Kalibaru di Bogor, Jawa Barat. Atas konten mereka yang berkaitan dengan masalah lingkungan, mereka berhasil meraih penghargaan Changemakers of the Year di TikTok Awards Indonesia 2023. TikTok digunakan oleh grup pandawara untuk meningkatkan. (Wahyudi et al,2023)

4. KESIMPULAN

Didasarkan pada temuan dan analisis yang telah dilakukan oleh peneliti, dapat disimpulkan bahwa upaya yang pandawara group lakukan melalui aksi pembersihan lingkungan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap isu lingkungan. Di samping itu, pandawara juga aktif dalam mengajak setiap pihak untuk melakukan aksi nyata dalam pembersihan lingkungan hal ini dapat membantu mengubah kebiasaan masyarakat membuang sampah sembarangan. Pandawara berusaha meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya kebersihan lingkungan. Akibatnya, pandawara akan selalu berusaha sebagai perantara dalam perubahan yang mengutamakan kesejahteraan masyarakat. Gagasan mengenai keberhasilan menjaga lingkungan yang disampaikan oleh pandawara grup di TikTok adalah kampanye umum yang mendorong perubahan pikiran dan perilaku di antara penggunanya.

5. REFERENSI

- Ithof, M. (2019). Minimnya Tingkat Kesadaran Dan Akuntabilitas Masyarakat Terhadap Lingkungan Sekitar. *Jurnal Ilmu Pengetahuan*, 2(11), 1–23.
- Shabrina, A., Nuraini, K., & Naufal, A. (2023). Strategi Kampanye Kebersihan Lingkungan Oleh Pandawara Group Melalui Media Tiktok. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial*. 1544–1556.
<https://proceeding.unesa.ac.id/index.php/sniis/article/view/930>
- Wahyudin, U. (2017). Strategi Komunikasi Lingkungan Dalam Membangun Kepedulian Masyarakat Terhadap Lingkungan. *Jurnal Common*, 1(2), 130–134.
<https://ojs.unikom.ac.id/index.php/common/article/download/576/425>
- Wahyuni, F. A., Az'zahra, Q., & Larasati, S. C. (2023). Pesan Kesadaran Lingkungan di Akun TikTok Pandawara. *Prosiding Seminar Nasional*, 1280–1290.
- Yenni, R. F., & M., M. (2018). Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial Edmodo Sebagai Media Pendukung Pembelajaran bagi Guru Di Smp Tamansiswa Palembang. *JURNAL CEMERLANG: Pengabdian Pada Masyarakat*, 1(1), 71–89.
<https://doi.org/10.31540/jpm.v1i1.160>