BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menjaga lingkungan yang bersih adalah investasi untuk masa depan. Kita dapat menjaga keberlangsungan alam semesta serta kesehatan manusia. dengan menjaga lingkungan yang bersih dan sehat. Menurut Darmawan dan Fadjarajani (2016), kebersihan lingkungan diartikan sebagai keadaan bebas dari kotoran, dan menjaga berarti memelihara, mempertahankan, menyelamatkan, dan menghindari bahaya. keadaan bersih dan tidak kotor adalah definisi dari kebersihan. mengingat meningkatnya aktivitas manusia di zaman modern ini, sangat penting untuk mengenali peran penting kebersihan lingkungan. Kebersihan lingkungan sangat penting untuk kesehatan manusia dan pencegahanya Untuk menjaga kesehatan dalam kehidupan sehari-hari, kebersihan merupakan cerminan bagi setiap individu. (Lastriyah, 2011).

Masyarakat sering membicarakan masalah sampah, seperti yang terlihat dari banyaknya sampah yang berserakan di sungai, penumpukan sampah yang terkadang tidak terurus, serta dedaunan, plastik, dan sisa-sisa makanan yang menumpuk. Pentingnya kebersihan lingkungan terletak pada pengaruhnya terhadap kesehatan manusia. Risiko penyakit menular yang disebabkan oleh bakteri dan kuman yang menyebar melalui air atau udara yang terkontaminasi akan berkurang dengan adanya lingkungan yang bersih. Menjaga lingkungan yang bersih adalah tanggung jawab bersama, dan dengan tindakan kolektif, kita dapat menciptakan masa depan yang lebih sehat dan lebih berkelanjutan untuk generasi mendatang.

kampanye untuk kebersihan lingkungan memotivasi individu untuk mengambil peran aktif dalam pengelolaan sampah, pembersihan lingkungan, dan promosi perilaku ramah lingkungan. TikTok telah berkembang menjadi salah satu media sosial yang paling populer di dunia saat ini. TikTok memiliki banyak akun yang inspiratif, informatif, dan edukatif, dan banyak penggunanya berkomitmen untuk

Analisis Komunikasi.., Barata Yuda Asmara Siregar, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

menyebarkan pesan positif, memberikan nasihat, dan membagikan kisah dan aksi inspiratif. Pandawara Group adalah salah satunya, yang menunjukkan tingkat ketertarikan masyarakat Indonesia terhadap media sosial TikTok. Oleh karena itu peneliti ingin mempelajari komunikasi Persuasif di media sosial TikTok @PandawaraGroup Melalui konten video yang diunggah di akun TikTok @Pandawaragroup. Dan Pandawara Group ingin membuktikan bahwa membuang sampah di selokan atau sungai bisa merugikan banyak orang yang mungkin tidak pernah dipikirkan orang. (Deswina,2023).

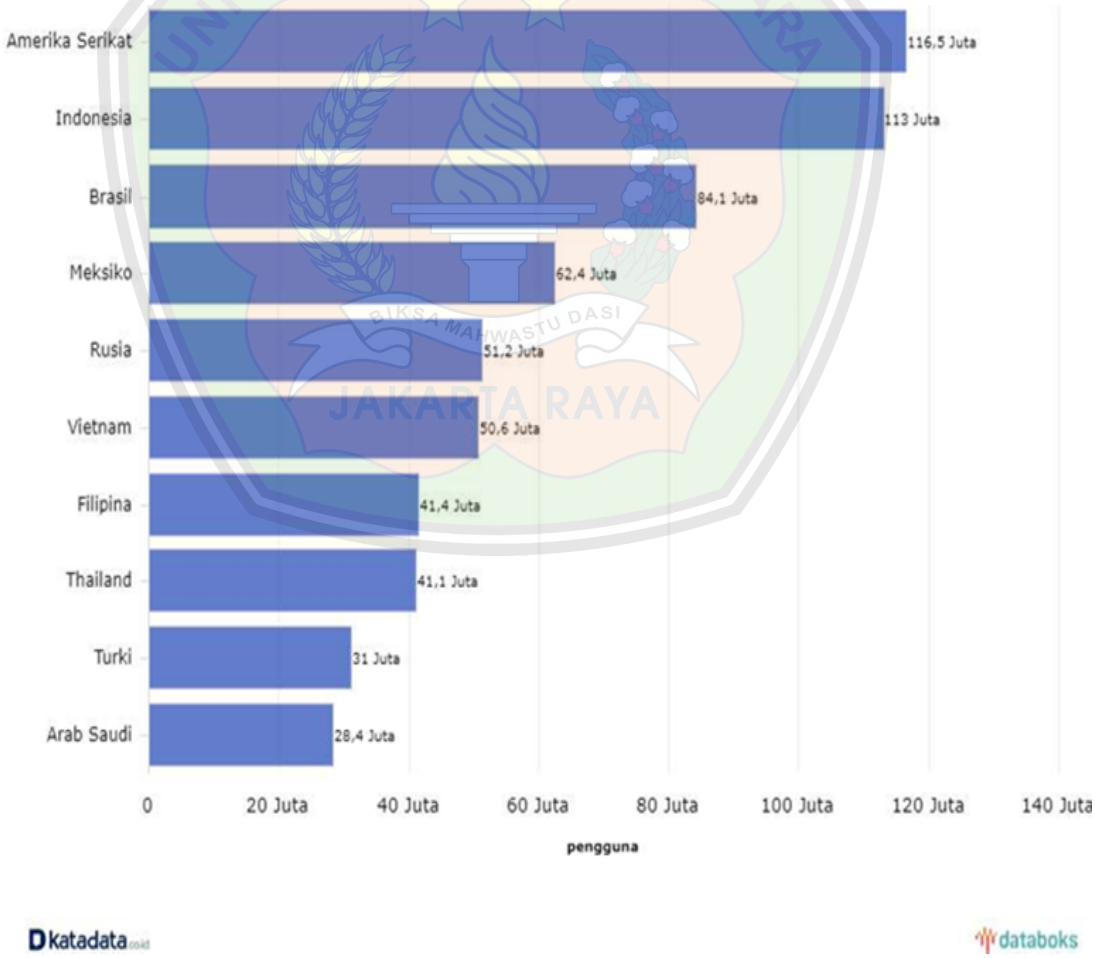
Platform ini telah mendorong batas-batas hiburan online, merangsang kreativitas, dan mengubah cara konsumen berinteraksi dengan informasi digital. Dorongan Pandawara Group untuk menjaga kebersihan lingkungan telah diuntungkan oleh kemampuan TikTok untuk menyebarkan materi ke khalayak yang lebih luas. Kelima pemuda ini melakukan tindakan yang sempat menarik perhatian dunia. Jadi, masuk akal untuk membahas lebih detail tentang bagaimana komunikasi Persuasif @PandawaraGroup meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga kebersihan lingkungan, terutama dalam kaitannya dengan habitat laut dan sungai, dengan menjalankan kampanye kebersihan lingkungan yang sukses di media sosial TikTok.

Pandawara terbentuk karena mereka merasa prihatin dengan situasi di daerah tempat tinggal mereka, yang sering mengalami banjir akibat penumpukan sampah. kelima pemuda tersebut kemudian melakukan penyelidikan untuk mengidentifikasi penyebab banjir. Mereka akhirnya menemukan bahwa banjir disebabkan oleh penumpukan sampah di aliran sungai. Saat itulah, ide muncul di pikiran mereka untuk membuat konten yang mempromosikan pembersihan sampah dengan tujuan mengadvokasi isu-isu lingkungan. Saat itulah mereka memiliki gagasan untuk membuat konten yang mempromosikan pembersihan sampah untuk membantu masalah lingkungan. Banyak pengguna online dan aktivis lingkungan yang secara konsisten mengadvokasi kesehatan dan kebersihan lingkungan memberikan pujian kepada mereka karena telah memungut sampah. dan @pandawaragroup sering mengadakan acara pembersihan sampah, yang melibatkan netizen dari berbagai

komunitas. Dan Media sosial telah muncul sebagai salah satu alat komunikasi yang paling ampuh di era digital modern. Jutaan orang menggunakan TikTok, salah satu situs jejaring sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia. Sebuah program yang disebut TikTok memungkinkan pengguna untuk berbagi video pendek dengan penontonnya Menurut databoks.katadata.co.id, per April 2023, Amerika Serikat memimpin dunia dalam hal pengguna TikTok dengan total 116,5 juta, dan disusul Indonesia.

Gambar 1.1

10 Negara Pengguna Tiktok Terbanyak di Dunia (April 2023)



(sumber: databoks, 2023)



Gambar 1.2 Profil Pandawaragroup

Sumber: Akun TikTok @pandawaragroup tahun 2024

Sejak pertengahan tahun 2022, kelima pemuda Bandung yang tergabung dalam Pandawara memulai perjalanan mereka. Pertemanan mereka berawal dari SMA. Namun alasan Pandawara muncul adalah mengenai kepedulian mereka terhadap lingkungan sekitar yang sering kebanjiran akibat sampah. Kelima remaja yang merasa tidak nyaman karena sering kebanjiran ini kemudian mencari tahu penyebabnya. Anggota Pandawara Group ada 5 orang yaitu Gilang Rahma, Muchamad Iksan, Rifki Sa'dullah, Agung Permana, Rafli Pasya dan Pandawara selalu meminta orang-orang untuk berpartisipasi dalam acara mereka.

Pandawara sendiri sudah sering melakukan event kampanye kebersihan lingkungan serta mengajak para relawan untuk turut meramaikan kegiatan tersebut. Beberapa pantai atau sungai telah mereka bersihkan atau mengurangi sampah yang ada. Diantaranya adalah Pantai Jalan Ikan Selar Lampung yang mereka anggap pantai terkotor nomor dua, Pantai Kesenden Cirebon yang mereka bersihkan dalam rangka menyambut HUT RI ke 78 pada tanggal 12-13 Agustus 2023, lalu yang terbaru ini adalah mereka Pantai Cibutun Loji Sukabumi yang dilakukan pada tanggal 5 Oktober 2023. Pandawara selalu mengajak para masyarakat untuk turut andil dalam kegiatan yang mereka rencanakan. Dari data yang mereka laporkan di postingan, ribuan orang selalu hadir dalam kegiatan bersih-bersih yang mereka laksanakan.

Menurut data yang mereka ungkapkan di postingan, ribuan orang selalu hadir di kegiatan pembersihan. Hal ini jelas menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia masih sangat peduli dengan lingkungan. Setiap postingan yang diunggah Pandawara juga mengandung berbagai dukungan positif. TikTok @Pandawaragroup saat ini memiliki sekitar 11,8 juta pengikut. Pandawara Group telah memberikan kontribusi yang signifikan dalam mewujudkan lingkungan yang bersih, sehat, dan berkelanjutan melalui pesan yang mereka sampaikan mengenai pembersihan sampah. Para pemuda yang penuh semangat, termotivasi, dan berdedikasi tidak hanya memimpin dalam membawa perubahan, tetapi juga mengarahkan masyarakat ke arah masa depan yang lebih bersih dan menjanjikan. Kita menciptakan masa depan yang ramah lingkungan dan hijau dengan melibatkan seluruh masyarakat. mengidentifikasi empat tahap sikap: Menerima, merespon, menghargai, dan bertanggung jawab. Hal ini menentukan sejauh mana pesan kampanye kebersihan TikTok dapat mempengaruhi opini yang mendukung kesadaran lingkungan dalam situasi ini.

Penelitian serupa juga telah diteliti oleh para peneliti lain, sepertinya yang dilakukan oleh Suci Rahayu Maulidyah dengan mengangkat judul penelitian tentang "Analisis Konten Media Sosial Instagram By.U sebagai Media Penyebaran Informasi & Komunikasi" Dalam penelitian ini, digunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis isi dan paradigma kritis dan pengelompokkan konten berdasarkan four pillars social media content strategy. Selanjutnya penelitian oleh ahmad junaidi dengan mengangkat judul "Analisis Strategi Konten Dalam Meraih Engagement pada Media Sosial Youtube (Studi Kasus Froyonion)" dalam penelitian ini digunakan pendekatan kualitatif deskriptif.

Dan selanjutnya penelitian oleh ardi Saputra dengan mengangkat judul "Kesadaran Masyarakat Dalam Menjaga Kebersihan Lingkungan Taman Kambang Iwak di Kota Palembang" yang disusun oleh Ardi Saputra 2023 dari Universitas Sriwijaya. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan metodologi deskriptif. Tujuan dari penggunaan penelitian kualitatif deskriptif adalah untuk memberikan gambaran dan pengamatan secara detail mengenai kesadaran

masyarakat dalam menjaga kebersihan lingkungan taman di Kambang Iwak Kota Palembang. Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis menyusun penelitian dengan judul Analisis Komunikasi Persuasif Dalam Meningkatkan Kesadaran Kebersihan Lingkungan Pada Kampanye di Media Sosial Tik Tok @Pandawaragroup

1.2 Fokus Penelitian

Adapun fokus penelitian ini adalah komunikasi persuasif Pandawara Group dalam menyampaikan kampanye kebersihan lingkungan di media sosial TikTok

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian ini maka pertanyaan penelitian bagaimana Komunikasi Persuasif @PandawaraGroup dalam menyampaikan kampanye kebersihan lingkungan melalui media sosial TikTok ?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang dimaksud, maka tujuan penelitian ini adalah, untuk memahami Komunikasi Persuasif @PandawaraGroup dalam menyampaikan kampanye kebersihan lingkungan pada TikTok

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan pengetahuan yang signifikan bagi komunitas akademis. Penelitian ini juga dapat membantu memperluas referensi dan pengetahuan di bidang ilmu komunikasi, khususnya dalam studi yang berkaitan dengan kesadaran lingkungan dan media sosial. Dalam hal ini, penelitian ini diharapkan dapat memperdalam pengetahuan kita dan memberikan perspektif baru mengenai bagaimana media sosial, isu-isu lingkungan, dan aspek-aspek komunikasi yang terkait berinteraksi.

1.5.2 Manfaat Praktis

Diharapkan para praktisi yang berniat untuk melakukan studi yang sebanding di masa depan akan mendapatkan manfaat dari penelitian ini. Diharapkan bahwa penelitian ini akan menghasilkan wawasan penting tentang bagaimana keampuhan TikTok berdampak pada kesadaran lingkungan. Dengan adanya temuan ini, diharapkan hasil penelitian dapat menjadi acuan bagi Pandawara Group atau komunitas terkait, serta bagi para pengikut TikTok @PandawaraGroup.