

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi dari masa ke masa semakin pesat dan canggih, sehingga memudahkan orang-orang untuk saling berinteraksi dari jarak jauh. Perkembangan media komunikasi yang awalnya orang-orang memakai telepon rumah atau wartel untuk berinteraksi, namun untuk sekarang tidak lagi. Hal itu bisa dilihat di era sekarang karena dengan adanya berkembangnya media komunikasi. Semua orang bebas untuk berkomunikasi dan melakukan sesuatu dengan siapapun. Masyarakat bisa merasakan dengan berkembangnya media komunikasi, seperti pesan dan kebutuhan lain yang disampaikan bisa diterima dengan cepat. Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan adanya teknologi yang semakin canggih dan masyarakat dalam kehidupan sehari-hari tidak bisa lepas untuk berkomunikasi terutama pada pengguna internet.

Dari berbagai macam media sosial (Instagram, Twitter, Whatsapp, Youtube, Facebook), TikTok merupakan salah media sosial yang paling sering digunakan diakses oleh masyarakat. Dari data *We Are Social*, Indonesia berada di nomor urutan kedua dengan jumlah pengguna aktif TikTok terbesar di dunia. Jumlah nya tercatat 99,1 Juta orang pada tahun 2022. Pengguna TikTok di Indonesia rata-rata menghabiskan waktu di TikTok sebanyak 23,1 jam per bulan.¹

¹ Monavia Ayu Rizaty, 'Pengguna TikTok Indonesia Terbesar Kedua Di Dunia', *DataIndonesia.Id*, 2022 <<https://dataindonesia.id/Digital/detail/pengguna-TikTok-indonesia-terbesar-kedua-di-dunia>> [accessed 1 February 2022].

TikTok merupakan salah satu *platform* media sosial buatan *bytedance* dengan menggunakan kemajuan teknologi yang mampu pengguna mengakses atau mengupload video pendek.

Di Indonesia, TikTok pernah memiliki citra buruk dan dianggap meresahkan masyarakat, seperti yang ditunjukkan dengan pelarangan Kominfo terhadap TikTok pada tahun 2018², meskipun bersifat sementara, namun sebaliknya ketika pandemi melanda Indonesia, aplikasi ini direkomendasikan oleh banyak orang. Otoritas Indonesia pun mengunggah video pendek mereka di TikTok seperti Ganjar Pranowo, Ridwan Kamil dan Anies Baswedan.³ Ini terjadi setelah TikTok memperbaiki sistem pemfilteran video yang diunggah ke *platform* hingga sekarang TikTok adalah platform media sosial dengan konten berkualitas yang mencakup pendidikan, informasi, dakwah, motivasi, dan lain-lain. Saat ini sangat mudah untuk mencari informasi edukasi di TikTok, terutama konten yang berkaitan dengan lingkungan ketika melihat yang viral saat mengenai akun TikTok yang memberikan edukasi tentang peduli terhadap lingkungan terutama sampah.

Salah satu *content creator* TikTok yang menarik dan edukatif terkhusus seputar peduli lingkungan adalah akun TikTok @pandawaragroup. Lima orang yaitu Agung Permana (22), Muchamad Ikhsan (21), Rafly Pasya (22), Rifki

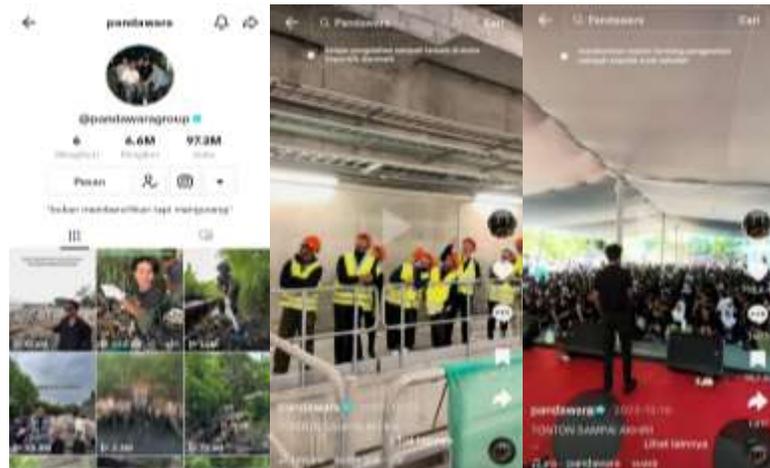
² Daon001, 'Kominfo: Blokir TikTok Hanya Sementara', *Kominfo*, 2018 <https://www.kominfo.go.id/content/detail/13332/kominfo-blokir-tik-tok-hanya-sementara/0/sorotan_media> [accessed 1 February 2023].

³ Sania Mashabi, 'Saat Anies, Ganjar, Dan Ridwan Kamil Main TikTok Bareng Dalam "Mata Najwa"', *KOMPAS.Com*, 2020 <<https://nasional.kompas.com/read/2020/02/20/13325401/saat-anies-ganjar-dan-ridwan-kamil-main-TikTok-bareng-dalam-mata-najwa>> [accessed 1 February 2023].

Sa'dulah (22), dan Gilang Rahmah (22) selaku pemilik akun resmi pada gambar 1.1 yang merupakan pemuda bandung menggunakan TikTok sebagai pemberian informasi yang edukatif mengenai peduli lingkungan dengan mengurangi sampah-sampah yang menumpuk di lingkungan sungai-sungai dan selokan yang berada di daerah Caringin, Kopo, Kota Bandung, dan beberapa pantai bersama *volunter* di Pantai Labuan Pandeglang, Banten, Pantai Sukaraja Lampung, Pantai Kesenden Cirebon dengan tujuan supaya masyarakat Indonesia bisa memiliki kesadaran menjaga lingkungan, terutama mengelola sampah.

Akun TikTok @pandawaragroup tidak hanya melakukan aksi mengurangi sampah-sampah yang ada di sungai, selokan, dan pantai. Mereka juga melakukan edukasi bagaimana cara mengelola sampah seperti pada gambar 1.1, diantaranya adalah mereka mengunggah video mereka melakukan edukasi di sekolah salah satunya adalah SMPN 2 dan 5 Bandung dan kunjungan *Copenhill* di Copenhagen, Denmark. *Copenhill*, juga dikenal sebagai *Amager Bakke*, adalah fasilitas pembangkit listrik tenaga limbah yang mengkonversi 440.000 ton sampah menjadi listrik bagi 150.000 rumah di sekitar Copenhagen dan sekitarnya. Mereka belajar tentang Circular Economy dan Waste Management di sana, dan ini menjadi salah satu tempat pengelolaan sampah terbaik di dunia.

Gambar 1.1 Profil Akun TikTok @pandawaragroup



(Sumber: Akun TikTok @pandawaragroup)

Video yang dibagikan mendapat respon positif dari para pengguna TikTok lainnya yang dibuktikan dengan banyaknya pengikut akun @pandawaragroup pada gambar 1,1 yaitu sejumlah 6,6 juta pengikut dan juga banyaknya komentar positif di fitur kolom komentar TikTok. Tidak hanya mendapat komentar positif dari para pengguna TikTok namun juga kerap mendapatkan perhatian dari Gubernur Jawa Barat yaitu Ridwan Kamil serta adanya kesadaran dan pergerakan dari pemuda lain terhadap pentingnya menjaga dan mengelola lingkungan hidup dengan mencontoh aksi @pandawaragroup, yakni dengan cara mengurangi sampah atau mengelola sampah dengan tepat.

Sebab dalam media sosial terdapat unggahan foto dan video yang tidak terlalu penting, bahkan *hoax* atau informasi palsu.⁴ Adanya kampanye yang

⁴ Sri Henny Mulyani, 'TIKTOK SEBAGAI MEDIA KAMPANYE PENGELOLAAN SAMPAH MASKER DI MASA PANDEMI BAGI GENERASI Z', *Journal Of Empowerment*, 3.1 (2022), 105.

megedukasi dari akun TikTok @pandawaragroup ini diharapkan bisa mengajak dan menyadarkan masyarakat, khususnya *followers* untuk lebih peduli dan menjaga lingkungan dari sampah sembarangan. Kampanye mencakup aktivitas komunikasi yang digunakan untuk mendapatkan tujuan tertentu. Kesadaran masyarakat akan isu-isu yang spesifik, baik kecil mpuapun besar, dibangkitkan dari komunikasi kampanye. Hasil akhir dari komunikasi kampanye terdapat dari perubahan perilaku kahyalayak yang menerima kampanye. Suatu kampanye yang mengajak masyarakat untuk lebih bijak dan bertanggung jawab dalam mengelola sampah.⁵ Adanya kesadaran, perilaku, dan kebiasaan untuk mengelola sampah dengan baik dan benar atau dimanfaatkan menjadi bentuk lain akan berdampak dan bermanfaat dan tidak mencemari lingkungan.

Perilaku dan kebiasaan yang baik harus ditanamkan sejak dini, terutama di lingkungan rumah dan sekolah.⁶ Oleh karena itu, sangat penting bagi orang tua dan sekolah untuk menanamkan kebiasaan baik pada anak. Faktor berikutnya adalah budaya masyarakat sekitar. Kebudayaan yang ada pada masyarakat suatu daerah pasti akan mempengaruhi perilaku dan kebiasaan setiap individu. Oleh karena itu, dalam rangka meningkatkan kesadaran kesehatan masyarakat diperlukan

⁵ Galuh Dinda Utami, Dkk, 'Telaah Pesan Kampanye #Bijakkelolasampah Pada Instagram @Waste4Change Mengenai Program Send Your Waste Yang Berdampak Terhadap Sikap Followers Mengelola Sampah Skincare', *JCOMMSCI*, 5.2 (2022), 82.

⁶ Muhammad Ikbal Nurjaman, 'Pendidikan Dan Lingkungan Hidup: Penelitian Terhadap Rendahnya Pendidikan Lingkungan Sebagai Faktor Penyebab Ketidakpedulian Pada Kebersihan Lingkungan Di Desa Cicalengka Wetan Kecamatan Cicalengka Kabupaten Bandung' (UIN Sunan Gunung Djati, 2020).

kerjasama yang baik antara pemerintah, akademisi, praktisi dan masyarakat itu sendiri.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “*Pengaruh Akun TikTok @pandawaragroup Terhadap Kesadaran Mengelola Sampah*”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah adakah pengaruh akun TikTok @pandawaragroup terhadap kesadaran mengelola sampah pada *followers*?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian tidak lain adalah untuk mencapai suatu hal dalam sebuah penelitian yaitu, untuk mengetahui ada atau tidak adanya pengaruh akun TikTok @pandawaragroup terhadap kesadaran mengelola sampah pada *followers*.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat atau kegunaan penelitian ini terdapat 2 bagian, diantaranya:

1. Manfaat Teoritis

Melalui penelitian ini diharapkan dapat menambah kekayaan dan pertumbuhan serta pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang komunikasi, khusus Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam dan juga referensi keilmuan di kalangan akademis.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi acuan bagi peneliti lain, menambah wawasan pembaca, dan memberikan gambaran tentang pengaruh atau dampak media sosial TikTok terhadap pentingnya untuk peduli terhadap lingkungan dengan cara adanya kesadaran akan pentingnya menjaga lingkungan terutama pada sampah.

E. Penelitian Terdahulu

1. Jurnal “Pengaruh Pemasaran Media Sosial TikTok terhadap Kesadaran Merek dan Minat Beli Produk Kosmetik di Indonesia” oleh Lukita Azizah, Janti Gunawan, dan Puti Sinansari mahasiswa Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Vol. 1, No. 2, (2021). Tujuan dari penelitian jurnal ini adalah untuk mengetahui pengaruh pemasaran media sosial TikTok terhadap kesadaran merek dan minat beli produk kosmetik. Hasil dari penelitian jurnal ini adalah adanya pengaruh positif terhadap kesadaran merek dan minat beli produk kosmetik. Persamaan dari jurnal ini adalah sama-sama menggunakan kuantitatif dan pengaruh dari media sosial TikTok. Perbedaan dengan jurnal ini adalah peneliti berfokus pada kesadaran *followers* akan lingkungan pada pengelolaan sampah, sedangkan dalam jurnal ini berfokus pada pemasaran terhadap kesadaran merek dan minat beli produk kosmetik.
2. Jurnal “ Pengaruh Media Sosial Twitter @Greenpeace.Id Terhadap Sikap Peduli Lingkungan” oleh Putri Rahmadhani dan Ira Dwi Mayang Sari mahasiswa Universitas Telkom Bandung, Vol. 9, No. 2, (2022). Tujuan dari

penelitian ini jurnal ini adalah untuk mencari tau seberapa pengaruh mesia sosial Twitter @greenpeace terhadap sikap peduli lingkungan oleh *followers*. Hasil dari penelitian jurnal ini adalah adanya pengaruh besar media sosial Twitter @Greenpeace.Id terhadap sikap peduli lingkungan yang memiliki skor 23,8% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang mampu mempengaruhi sikap peduli isu lingkungan. Persamaan dengan jurnal ini adalah sama-sama melakukan penelitian kuantitatif dan membahas mengenai peduli akan lingkungan, sedangkan perbedaan dari jurnal ini adalah pada penggunaan media yang akan diteliti dan variabel 2 nya yakni dalam jurnal ini terhadap sikap, sedangkan peneliti terhadap kesadaran.

3. Jurnal “TikTok Sebagai Media Kampanye Pengelolaan Sampah Masker Di Masa Pandemi Bagi Generasi Z” oleh Henny Sri Mulyani, Ika Merdekawati Kusmayadi, dan Achmad Abdul Basith mahasiswa Universitas Padjadjaran, Vol. 3, No. 1, (2022). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan edukasi mengenai dampak dari sampah masker terhadap kesehatan dan lingkungan dan berpartisipasi dalam memerangi masalah sampah masker cukup efektif dengan cara berkampanye melalui media sosial TikTok. Hasil dari penelitian dalam jurnal ini adalah cukup efektif cara kampanye melalui *up* video di akun TikTok @beritaradio.com dibandingkan dengan akun pribadi. Hal itu ditunjukkan adanya *likes*, *comment*, dan *share* sebagai bentuk kepedulian masyarakat mengenai masalah sampah masker. Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama membahas mengenai peduli lingkungan dan media yang digunakan untuk diteliti yakni media sosial TikTok. Perbedaan

dari jurnal ini adalah metode yang digunakan. Jurnal ini menggunakan metode kualitatif sedangkan peneliti menggunakan metode kuantitatif, kajian bahasan pada jurnal ini yakni kampanye melalui media sosial TikTok sedangkan peneliti membahas mengenai pengaruh dari akun TikTok tersebut.

4. Jurnal “Pengaruh Isi Konten Edukasi Kesehatan di Instagram dr. Tirta (@dr.tirta) Terhadap Kesadaran Hidup Sehat Masyarakat” oleh Rafa Bintang, Muhammad Farrel, Dandi Roland, dan Adji Satya mahasiswa Universitas Mercu Buana Yogyakarta, Vol. 1, No. 1, (2022). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh isi konten Instagram @dr.tirta terhadap kesadaran hidup sehat masyarakat. Hasil dari penelitian ini adalah adanya pengaruh yang kuat isi konten edukasi Instagram @dr.tirta terhadap pembentukan kesadaran hidup sehat masyarakat yakni sebesar 77,7%. Artinya 22,3% dipengaruhi oleh variabel lain. Persamaan dari penelitian jurnal ini adalah sama-sama menggunakan metode kuantitatif dan mengenai kesadaran. Perbedaan dari jurnal ini adalah media penelitian yang digunakan untuk diteliti yakni Instagram, sedangkan peneliti menggunakan media sosial TikTok.

F. Definisi Operasional

Definisi Operasional merupakan konsep yang digunakan sebagai petunjuk pelaksanaan untuk mengukur suatu variabel. Penelitian ini terdiri dari dua variabel, yaitu variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Variabel bebas dalam

penelitian ini ada pengaruh akun TikTok @pandawaragroup dan variabel terikatnya adalah kesadaran mengelola sampah.

1. Pengaruh akun TikTok @pandawaragroup (X)

a. Dalam penelitian ini, peneliti menguji satu variabel independen yaitu pengaruh penggunaan media sosial TikTok. Media sosial adalah sebuah media online yang mudah digunakan untuk berpartisipasi, berbagi, jejaringan sosial, wiki, forum, dan dunia virtual.

b. Indikator Operasional

Berikut adalah indikator operasional dari penggunaan media sosial TikTok:

- 1) Durasi, yaitu merujuk pada berapa lama audiens berinteraksi dengan media tertentu.
- 2) Frekuensi, yaitu mengukur seberapa sering media digunakan dalam periode waktu tertentu.
- 3) Atensi, proses mental di mana stimulus tertentu menjadi dominan dalam kesadaran ketika stimulus lainnya berkurang.⁷ Dengan kata lain, audiens memiliki fokus atau minat pada berita tertentu yang disampaikan oleh media.

⁷ Jalaludin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012), 51.

2. Kesadaran mengelola sampah (Y)

- a. Kesadaran lingkungan ini adalah suatu potensi seseorang atau kelompok yang mencakup aspek pengetahuan, sikap, dan perilaku terhadap lingkungan terutama pengelolaan sampah. Namun, sebelum adanya kesadaran, seseorang melalui proses pembelajaran, yaitu yang mencakup aspek perhatian, mengingat, reproduksi motorik, dan motivasi.
- b. Indikator operasional

Adapun indikator operasional kesadaran lingkungan pengelolaan sampah adalah:

- 1) Perhatian: Perhatian adalah aspek perilaku yang menunjukkan minat dan keterlibatan seseorang terhadap suatu materi atau kegiatan pembelajaran.
- 2) Mengingat: Mengingat adalah kemampuan kognitif untuk menyimpan dan mengambil kembali informasi yang telah dipelajari sebelumnya.
- 3) Reproduksi motorik: Reproduksi motorik adalah kemampuan untuk meniru atau mengulangi gerakan atau tindakan yang telah diamati atau dipelajari.
- 4) Motivasi: Motivasi adalah dorongan atau alasan yang mendorong seseorang untuk melakukan suatu tindakan atau mencapai suatu tujuan.
- 5) Pengetahuan tentang lingkungan: Pengetahuan adalah tingkat terendah dalam domain kognitif, yang mencakup kemampuan untuk

mengingat atau mengenali fakta, konsep, prinsip, atau prosedur yang telah dipelajari.

- 6) Sikap: Sikap adalah reaksi atau respon yang masih tertutup dari seseorang terhadap suatu stimulus atau objek, yang mencerminkan nilai, keyakinan, dan preferensi seseorang.
- 7) Perilaku/tindakan: Perilaku atau tindakan merujuk pada cara seseorang berperilaku, yang merupakan hasil dari kombinasi perkembangan anatomi, fisiologi, dan psikologi.