

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Negara Indonesia adalah sebuah negara kepulauan yang berada di Asia Tenggara. Indonesia memiliki 62% wilayah negaranya adalah laut atau perairan. (Nontji, 1993). Karena itu, kondisi kebersihan laut atau perairan harus diperhatikan, karena laut merupakan penghasil sumber daya alam terbesar, seperti ikan, udang, dan makhluk hidup lainnya.

Namun, mirisnya banyak kondisi perairan di Indonesia yang sangat memprihatinkan. Terutama sungai dan selokan. Fungsi utama sungai dan selokan adalah tempat aliran air yang tujuan akhirnya adalah laut. Tetapi, banyak sungai dan selokan menjadi tempat pembuangan sampah yang membuat aliran air tersumbat, menimbulkan bau tidak sedap, menjadi sarang penyakit, dan menjadi penyebab bencana banjir. Terhambat atau tersumbatnya tempat aliran air dan tidak berfungsi dengan baik merupakan penyebab utama dari terjadinya bencana banjir.

Kondisi banjir yang terjadi di Indonesia telah menjadi bencana tahunan yang selalu hadir dan menyebabkan kerugian di masyarakat terutama dari segi material. Fenomena tersebut yang menjadi latar belakang terbentuknya kelompok pemuda asal Kota Bandung yang mempunyai niat mulia untuk bisa mengurangi atau membersihkan lingkungan, yaitu Pandawara Group.

Mengutip dari Artikel JawaPos.com, Pandawara Group adalah kelompok pemuda asal Bandung yang berisikan lima (5) pemuda laki-laki yaitu Gilang (Atas – Kanan), Ikhsan (Atas – Kiri), Agung (Bawah – Kanan), Rafly (Bawah – Tengah), dan Rifqi (Bawah – Kiri) bertemu dan berteman akrab sejak saat duduk di bangku SMA di Kota Bandung. Mereka memilih nama kelompok Pandawara Group yang berasal dari kata pewayangan “*Pandawa*” yang memiliki sebuah makna, yaitu lima. Karena anggotanya berjumlah lima orang. Sedangkan, “*wara*” yang memiliki sebuah makna, yaitu pembawa kabar baik. (Amalia, 2023)



Gambar 1. 1 Anggota pandawara group

Sumber : Platform sosial media TikTok @pandawara

Melansir dari video akun *YouTube @CURHAT BANG Denny Sumargo* mengenai latar belakang terbentuknya group tersebut, hal tersebut dikarenakan dampak yang muncul mengenai permasalahan yang dirasakan setiap anggota dari Pandawara Group, permasalahan sampah yang tidak unjung usai yang menyebabkan terjadinya bencana banjir. Rasa empati muncul dari setiap personil Pandawara group yang menjadi korban bencana banjir. Permasalahan yang tidak dapat diselesaikan dan keresahan dimana melihat sungai dan selokan dipenuhi oleh sampah. (Group, 2023)

Atas dasar tersebut, Pandawara Group mencoba untuk membantu mengurangi atau paling tidak membuat wilayah disekitar mereka, yaitu Sungai dan selokan bersih dan terhindar dari bencana banjir. Mengutip dari video akun *YouTube @CURHAT BANG Denny Sumargo*, Pandawara Group memiliki cita-cita yang sangat mulia yaitu untuk bisa meng – *influence* atau mengajak masyarakat seluruh Indonesia mengikuti kegiatan yang dilakukan oleh Pandawara Group, menciptakan lingkungan yang bebas dari sampah. (Group, 2023)

Kegiatan Pandawara Group di-*upload* pada platform sosial media TikTok yang dikemas dalam bentuk video singkat. Video yang berisikan mengenai kegiatan mereka dalam melakukan kegiatan pembersihan sungai dan selokan. Namun, Pandawara Group tidak mudah untuk mendapatkan pengakuan dari warganet platform sosial media TikTok. Kata-kata tidak senonoh menghiasi *comment section* platform sosial media TikTok Pandawara Group karena warganet platform sosial media TikTok merasa bahwa kegiatan Pandawara Group hanya untuk mencari perhatian dan tidak tulus dilakukan.

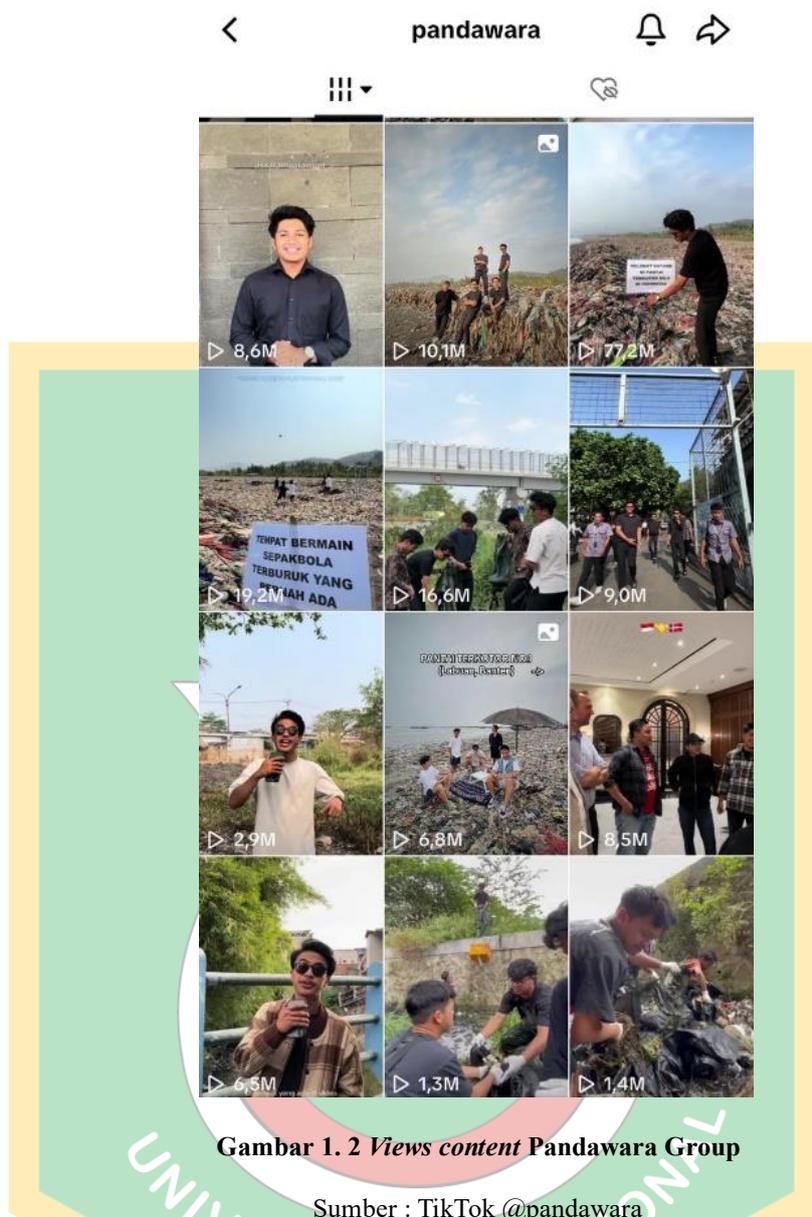
Melansir dari Gilang (Anggota Pandawara Group) dalam akun *YouTube @CURHAT BANG Denny Sumargo*, “*Dibilang pembodohan publik, ngapain apresiasi kek gini, orang berlima Cuma ngobok-ngobok sampah, mending kritik pemerintah dan petugas kebersihan*”. (Group, 2023)

Setelah video-video lain diunggah pada platform sosial media TikTok, warganet platform sosial media TikTok mulai memberikan tanggapan positif pada *comment section* platform sosial media TikTok Pandawara Group dan mendapat pengakuan dimata masyarakat.

Komentar – komentar positif yang disampaikan masyarakat kepada Pandawara Group menjadi energi tersendiri bagi Pandawara Group untuk bisa berkembang dan menjadi semangat untuk dapat mewujudkan impian, yaitu tidak lagi membuat *content* serupa karena negara Indonesia sudah terhindar dari sampah.

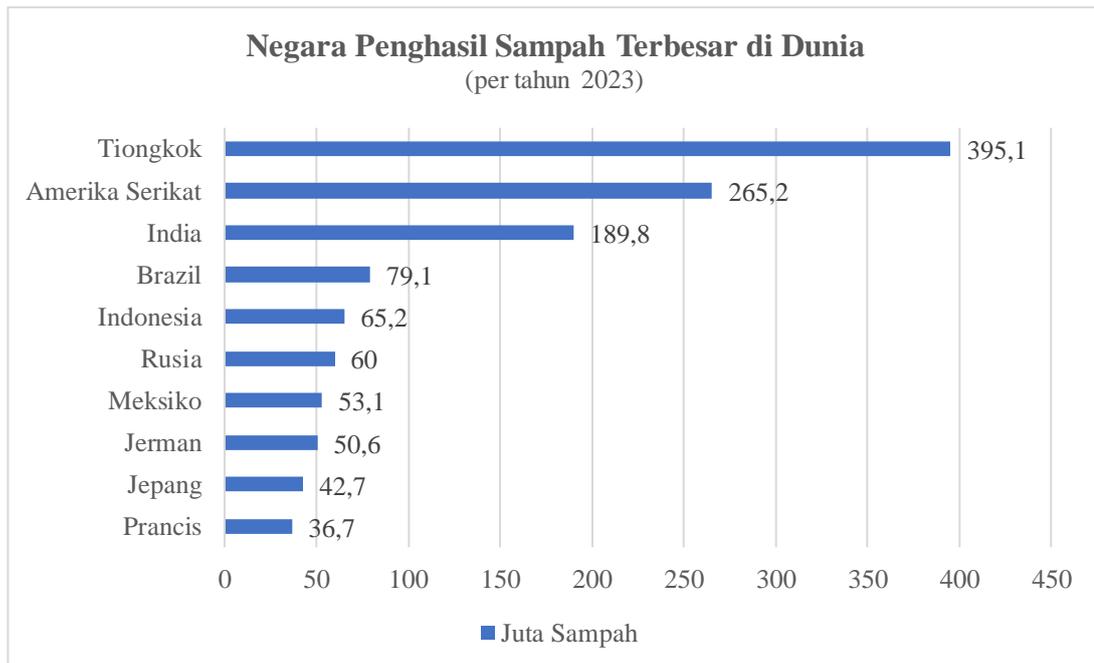
Pandawara Group belajar bersama melalui zaman yang juga berkembang, baik itu dari penggunaan alat untuk digunakan dalam proses kegiatan, kesehatan pada diri sendiri, dan *follow the trend* dalam pembuatan video kegiatan dari proses Pandawara Group.

Pengemasan dan pembuatan dengan teknik mengikuti *trend* video yang disajikan oleh Pandawara Group dalam platform sosial media TikTok @pandawara membuat warganet TikTok menikmati video yang di unggah kepada publik, hal ini terbukti dari pencapaian *views* pada masing-masing video Pandawara Group pada platform media sosial TikTok @pandawara.



Platform sosial media TikTok memiliki peran krusial kelompok Pandawara Group untuk mengkampanyekan #ONEDAYONETRASHBAG untuk dapat diketahui luas oleh masyarakat dalam upaya meningkatkan atau menimbulkan kesadaran ramah lingkungan.

Berdasarkan data yang diperoleh dari *World Bank* yang diakses melalui databoks, menjelaskan bahwa Negara Indonesia merupakan negara yang menempati urutan kelima dalam sumbangan sampah pada setiap tahunnya hal ini diperoleh dari seluruh dunia. Negara Indonesia menghasilkan sebanyak 65,2 Juta ton/ per tahun. (Annur, 2023)



Gambar 1.3 Negara penghasil sampah terbesar

Sumber : *World Bank* melalui databoks

Gambar I.3 menjelaskan bahwa sampah adalah fokus utama permasalahan pada lingkungan hidup. Maka dari itu masyarakat Negara Indonesia harus bisa memulai memperhatikan permasalahan yang dihadapi. Permasalahan tersebut dapat diatasi jika masing-masing individu di Indonesia mengimplementasikan *#ONEDAYONETRASHBAG* pada dirinya untuk meningkat atau menimbulkan kesadaran ramah lingkungan.

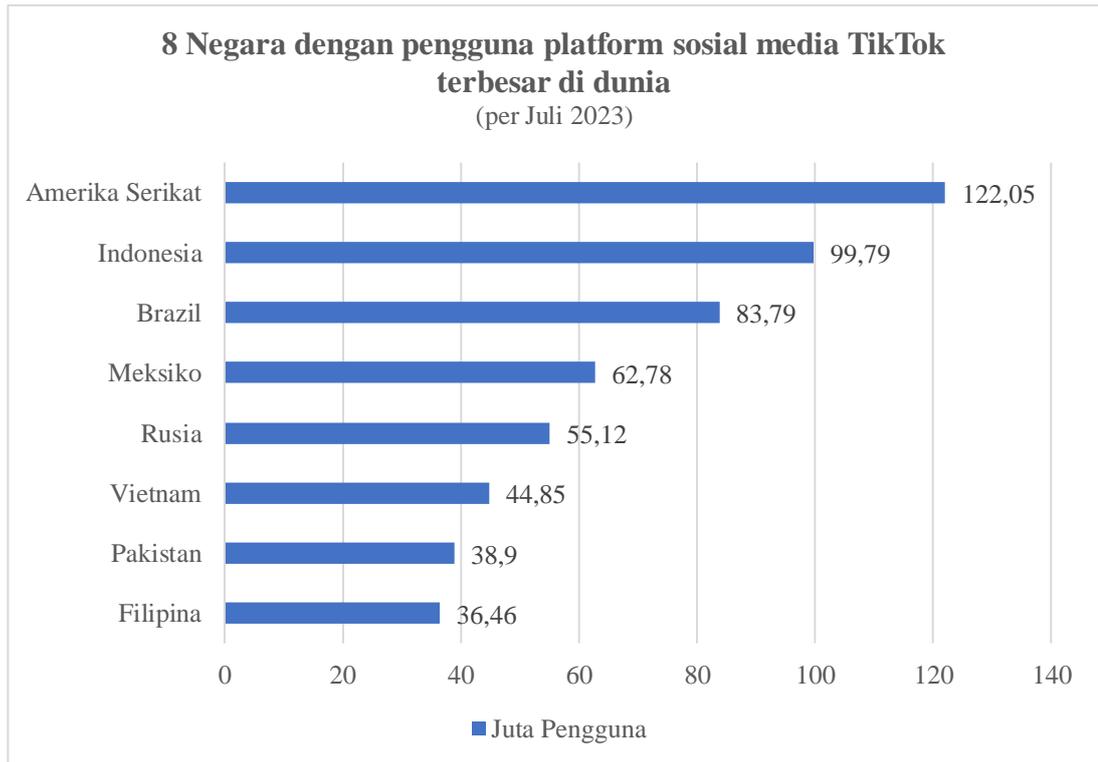
Kampanye *#ONEDAYONETRASHBAG* adalah sebuah pesan yang bertujuan untuk setiap individu pada setiap harinya mempunyai satu buah plastik sampah yang dimana berisi sampah dirinya sendiri atau sampah berada disekitar individu tersebut yang diharapkan mampu untuk menciptakan kesadaran ramah lingkungan dan menjadikan kegiatan tersebut menjadi *habbit* atau kebiasaan setiap harinya oleh masing-masing individu.



Gambar 1. 4 Penggunaan #ONEDAYONETRASHBAG

Sumber : Platform sosial media TikTok @pandawara

Platform sosial media TikTok telah menjadi salah satu platform sosial media terpopuler di dunia, menghadirkan gelombang inovasi berupa video pendek yang kreatif dan inovatif yang bertujuan untuk memberikan edukasi kepada pengguna platform sosial media TikTok. Pandawara Group memanfaatkan kekuatan teknologi tersebut untuk membagikan aktivitasnya kepada masyarakat melalui platform sosial media TikTok. Platform sosial media TikTok telah mengubah cara orang berinteraksi dengan konten digital, menumbuhkan kreativitas, dan mendorong batasan hiburan *online*.



Gambar 1. 5 Data negara terbesar pengguna platform sosial media TikTok.

Sumber: *We Are Social* (melalui <https://shorturl.at/eIF28>)

Melansir dari artikel *We Are Social*, menyebutkan bahwa Negara Indonesia menempati posisi ke-dua dengan penggunaan platform sosial media TikTok terbesar di dunia (Per Bulan Juli 2023). (Annur, 2023) Dengan data yang didapatkan menjelaskan bahwa faktor terbesar mengapa video yang dihasilkan oleh Pandawara Group bisa dengan mudah diakses oleh seluruh masyarakat dari penjuru dunia dan mendapatkan *views* yang tinggi karena isi pesan, struktur pesan, aktor pesan, saluran yang dipilih dalam penyampaian kampanye #ONEDAYONETRASHBAG.

Pandawara Group membuktikan bahwa perubahan tidak harus diawali dengan banyak orang, melainkan melalui niat dari dalam diri sendiri dan lingkup kecil dapat membuat efek yang begitu besar dan menggerakkan banyak yang lainnya. Mengutip dari video akun *YouTube @Cretivox*. Pandawara Group berharap bahwa hadir atau munculnya pandawara – pandawara lain di setiap daerah yang bertujuan mulia ikut serta menyampaikan kampanye #ONEDAYONETRASHBAG untuk bisa menciptakan ramah lingkungan dan menjadikan pandawara sebagai sebuah nama kegiatan bersih-bersih lingkungan secara rutin. (Group, 2023)

Kehadiran Pandawara Group dengan kampanye *#ONEDAYONETRASHBAG* pada akun platform sosial media TikTok diharapkan pengikut dapat mengimplementasikan kegiatan tersebut untuk membantu menyelesaikan masalah kebersihan pada bidang lingkungan, menjadikan alasan penulis memilih Pandawara Group menjadi objek penelitian ini. Sehingga penulis ingin mengetahui lebih jauh tentang hubungan kampanye *#ONEDAYONETRASHBAG* pada akun TikTok terhadap kesadaran ramah lingkungan melalui isi pesan yang disampaikan, struktur pesan yang dikemas pada saat penyampaian, aktor penyampaian pesan, dan saluran pesan untuk disampaikan.

Proses implementasi *#ONEDAYONETRASHBAG* memang tidak mudah dan tidak se-sederhana yang dibayangkan, karena belum menjadi kebiasaan sehari-hari bagi masing-masing individu. Permasalahan sendiri muncul pada masing-masing individu itu sendiri, karena merasa tidak perlu ikut serta atau mengimplementasikan kebiasaan tersebut karena sudah ada pekerja yang menyelesaikan permasalahan tersebut. Pemikiran seperti inilah yang seharusnya di hindari oleh masing-masing individu, karena pada dasarnya kebersihan merupakan suatu hal yang penting untuk diterapkan, kebersihan diri sendiri, dan kebersihan lingkungan sama pentingnya untuk dijaga dan dilaksanakan.

1.2 Rumusan Masalah

Pemaparaan yang telah diuraikan pada latar belakang, Maka permasalahan yang dapat diangkat dalam penelitian yang dilaksanakan adalah “Pengaruh Kampanye *#ONEDAYONETRASHBAG* Pada Akun Tikok Pandawara Group Terhadap Kesadaran Ramah Lingkungan”

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui apakah terdapat Pengaruh Kampanye *#ONEDAYONETRASHBAG* Pada Akun Tiktok Pandawara Group Terhadap Kesadaran Ramah Lingkungan.

1.4 Manfaat Penelitian

Diharapkan temuan penelitian ini akan bermanfaat bagi bidang pendidikan dengan perolehan pengetahuan, baik secara perlahan maupun cepat. Terdapat beberapa manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1.4.1 Manfaat teoritis atau akademis

Diharapkan melalui penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran dan memperkaya perbendaharaan kepustakaan bagi pengembangan ilmu pengetahuan pada umumnya dan bagi jurusan Ilmu Komunikasi khususnya yang berkaitan dengan kegiatan kampanye, kesadaran ramah lingkungan, pandawara group, dan #ONEDAYONETRASHBAG.

1.4.2 Manfaat praktis atau aplikatif

Diharapkan temuan penelitian ini dapat bermanfaat melalui analisis yang diuraikan mengenai Pengaruh Kampanye #ONEDAYONETRASHBAG Pada Akun TikTok Pandawara Group Terhadap Kesadaran Ramah Lingkungan.

1.4.3 Manfaat metodologis

Diharapkan temuan penelitian ini dapat memberikan hasil untuk kedepannya menjadi acuan dalam pengembangan penelitian lanjutan dengan menggunakan metodologi penelitian yang berbeda.

1.4.4 Manfaat sosial

Diharapkan temuan penelitian ini dapat memberi manfaat sosial bagi kelompok tertentu dan bagi masyarakat luas dalam menjalankan kehidupan sosial.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini, penulis akan menjelaskan sistematika penulisan yang terdiri atas lima bab yang memiliki sub-sub pembahasan disetiap babnya, sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bagian bab ini menjelaskan tentang uraian latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II KERANGKA TEORI

Pada bagian bab ini menjelaskan mengenai uraian tentang penelitian terdahulu, kebaruan penelitian, landasan teori, hipotesis penelitian, landasan konseptual, dan kerangka pemikiran.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini akan menjelaskan tentang pendekatan penelitian dan taraf signifikan riset, metode, dan sifat penelitian, data penelitian, jenis data, dan teknik pengambilan data, skala ukur data atau variabel riset, operasional konsep, populasi, ukuran sampel, dan teknik pengambilan sampel, uji validitas dan reliabilitas instrument riset, teknik pengolahan, penyajian, dan analisis data, dan perencanaan jadwal penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Bab ini berisi tentang uraian mengenai gambaran profil responden, gambaran data deskriptif variabel x per dimensi, gambaran data deskriptif variabel y per dimensi, uji hipotesis, dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini menguraikan kesimpulan dan saran peneliti

