

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan zaman yang semakin modern membuat ilmu pengetahuan dan teknologi juga ikut berkembang termasuk pada bidang komunikasi dan teknologi informasi. Hal tersebut memicu perkembangan beragam jenis media sosial yang memudahkan masyarakat untuk mengakses berbagai informasi. Media sosial merupakan suatu media bagi masyarakat untuk saling bertukar informasi dalam bentuk audio maupun visual dengan orang lain dan perusahaan (Kotler & Keller, 2016, h. 642).

Meningkatnya ketertarikan masyarakat pada media sosial serta akses yang mudah, membuat terciptanya komoditas sosial yang tidak terhindarkan karena menghubungkan jejaring sosial baik individu maupun kelompok (Nugroho & Rummyeni, 2024, h. 50). Berdasarkan hasil survei dari Datareportal, terdapat peningkatan pengguna media sosial di Indonesia sebanyak 139 juta orang pada Januari 2024 (Kemp, 2024). Dengan akses yang mudah menjadikan media sosial tidak hanya digunakan untuk kebutuhan individu, tetapi media sosial juga memiliki manfaat lain salah satunya sebagai media kampanye.

Kampanye sendiri merupakan sebuah upaya yang diorganisasikan oleh suatu kelompok yang merupakan agen perubahan dan ditujukan untuk membujuk target sasaran agar bisa menerima, memodifikasi berbagai ide, sikap dan perilaku tertentu (Erowati et al., 2020, h. 32). Kampanye juga mengacu pada kegiatan atau

tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan untuk menciptakan efek tertentu pada sejumlah khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu (Kamilia & Dirgantara, 2022, h. 2480). Untuk memenuhi tujuan tersebut kampanye perlu melibatkan saluran agar tujuan kampanye dapat tercapai.

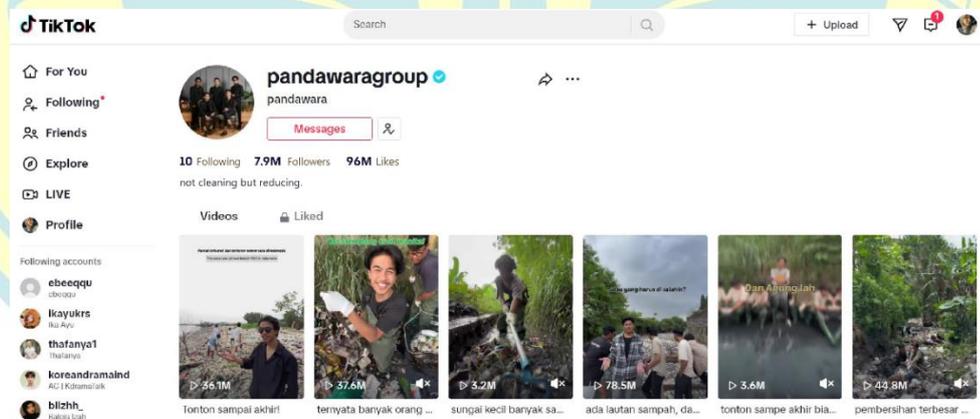
Saluran kampanye adalah sebagai bentuk medium yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada khalayak. Bentuknya dapat berupa kertas yang digunakan untuk menulis pesan, poster, dialog publik, penyuluhan, televisi, dan media sosial. Pada zaman ini, penggunaan media dalam penyampaian pesan kampanye dinilai efektif. Salah satu media yang biasa digunakan untuk melakukan kegiatan kampanye adalah media sosial. Media sosial menjadi salah satu media yang dinilai efektif dalam menyampaikan pesan kampanye. Hal tersebut dikarenakan media sosial bersifat interaktif, mudah diakses, mampu memasuki ranah privat, dan demokratis.

Terdapat berbagai macam media sosial di Indonesia, salah satu media sosial yang digunakan dan paling populer adalah TikTok. TikTok adalah aplikasi media sosial dengan banyak fungsi yang dapat digunakan untuk menyebarkan foto, video, dan juga pesan. Berdasarkan hasil survei dari Datareportal pada Januari 2023, TikTok menjadi media sosial keempat yang sering digunakan di Indonesia dengan persentasi sebesar 73,5% dan Indonesia merupakan negara kedua dengan pengguna TikTok terbanyak sebesar 126,8 juta pengguna aktif terhitung hingga Januari 2024 (Kemp, 2024).

TikTok memiliki beberapa fitur yang tersedia dan mendukung kreativitas pengguna dalam mengunggah sebuah konten atau informasi di aplikasinya baik secara foto maupun video singkat seperti fitur *like*, *comment*, dan *share*. TikTok juga memiliki kolom *For You Page* (FYP) dimana memungkinkan pengguna TikTok mendapatkan informasi dengan cakupan yang lebih luas. Hal tersebut memudahkan pelaku kampanye untuk menyebarkan pesan kampanye.

Kepopularitasan dan fitur yang mendukung untuk melakukan kampanye dimanfaatkan oleh pemuda Indonesia yang peduli akan kebersihan lingkungan khususnya mengenai sampah dan mengampanyekan kebersihan lingkungan salah satunya adalah Pandawara Group. Gambar 1.1 berikut merupakan *profile* TikTok Pandawara Group.

Gambar 1.1 Profile TikTok @Pandawaragroup



(Sumber: TikTok.com/pandawaragroup, diakses pada 24 Mei 2023, pukul 19.36.11 WIB)

Pada gambar 1.1 di atas, merupakan *profile* dari media sosial TikTok Pandawara Group. Pandawara Group merupakan sekelompok pemuda asal Kota

Bandung yang sering membuat konten membersihkan lingkungan khususnya membersihkan sampah-sampah di sungai yang di unggah ke media sosial TikTok. Pandawara Group berasal dari kata pewayangan yaitu Pandawa Lima, karena mereka beranggotakan lima orang yaitu Gilang, Ikhsan, Rifqi, Rafly, dan Agung. Sedangkan arti kata “wara” memiliki arti kabar baik.

Pandawara Group dibentuk pada tahun 2022. Saat ini Pandawara Group aktif dengan menggunakan berbagai *platform* media sosial selain TikTok, yaitu Instagram dan Youtube. Pandawara Group bergabung menggunakan TikTok sejak tahun 2022 dan hingga kini TikTok @pandawaragroup sudah memiliki 7,9 juta pengikut (*followers*) dan 130 konten yang telah dipublikasikan. Konten utama yang diberikan oleh TikTok @pandawaragroup adalah konten membersihkan sampah di aliran sungai yang dikemas dalam bentuk videografis yang menarik dan kreatif dengan memperhatikan *angle* kamera hingga lagu yang digunakan.

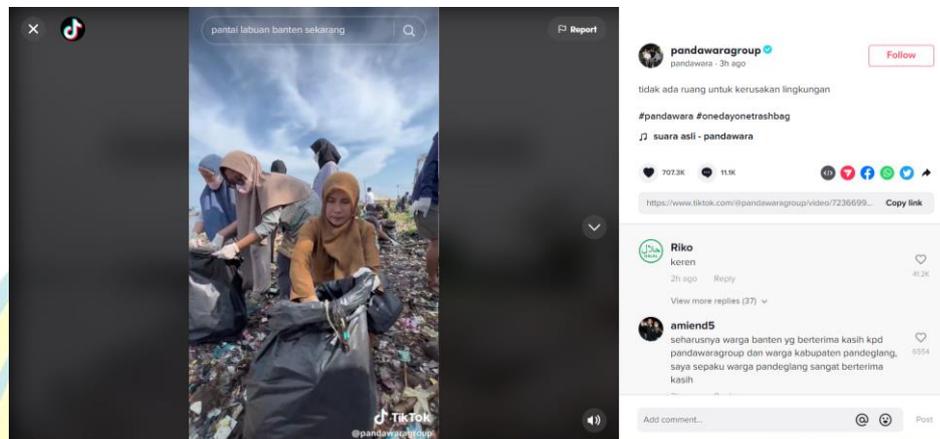
Latar belakang Pandawara Group terbentuk adalah akibat masalah sampah di Indonesia yang berdampak secara langsung kepada mereka, yaitu banjir. Keresahan akibat menjadi korban banjir membuat lima sekawan ini mulai tergerak hatinya untuk turun langsung membersihkan sampah-sampah yang ada di sungai. Dari masalah tersebut Pandawara Group mengajak masyarakat melalui kampanye #onedayonetrashbag.

Pandawara Group hingga saat ini telah melakukan kampanye #onedayonetrashbag melalui TikTok sejak tahun 2022. Kampanye #onedayonetrashbag adalah kampanye yang mengajak masyarakat untuk

mengumpulkan sampah sebanyak satu kantong plastik sampah (*trash bag*) dalam satu hari. Tujuan dari terpaan kampanye ini adalah untuk mengajak masyarakat agar lebih peduli akan kebersihan lingkungan khususnya mengenai permasalahan sampah dan untuk menunjukkan kepada seluruh masyarakat bahwa membersihkan lingkungan atau membersihkan sampah bukan sesuatu hal yang menjijikan. Kampanye ini dilakukan Pandawara Group dengan mengunggah berbagai konten-konten video terkait membersihkan sampah di saluran air, sungai, ataupun pantai.

Salah satu unggahan dan aksi kampanye yang dilakukan Pandawara Group melalui konten TikTok-nya adalah aksi membersihkan pantai Labuan. Dalam unggahan video tersebut, Pandawara Group mengajak seluruh masyarakat mulai dari siswa, masyarakat, dan lain-lainnya untuk ikut membantu membersihkan pantai Labuan yang berlokasi di Desa teluk, Kecamatan Labuan, Kabupaten Pandeglang, Provinsi Banten. Pandawara Group juga menuliskan *hashtag* kampanye yang mereka gunakan dalam tiap kontennya yaitu *#onedayonetrashbag* seperti pada gambar 1.2 berikut.

Gambar 1.2 Konten Pandawara Group saat Membersihkan Sampah Bersama Masyarakat dan Pemerintah



(Sumber: TikTok.com/pandawaragroup, diakses pada 24 Mei 2023, pukul 20.57.03 WIB)

Gambar 1.2 di atas merupakan konten yang diunggah pada tanggal 24 Mei 2023, sebagai salah satu aksi kampanyenya Pandawara Group mengajak seluruh masyarakat dari berbagai kalangan dan pemerintah untuk datang ke pantai terkotor dan terburuk nomor satu di Indonesia yaitu pantai Labuan, Desa teluk, Kecamatan Labuan, Kabupaten Pandeglang, Provinsi Banten untuk membersihkan pantai bersama-sama pada tanggal 22 Mei 2023.

Berdasarkan fenomena tersebut, dapat diketahui bahwa sampah merupakan masalah yang serius, hal tersebut dikarenakan seiring meningkatnya jumlah penduduk yang menyebabkan ikut meningkatnya pola konsumsi dan laju produksi, sampah menjadi salah satu permasalahan utama. Tercatat jumlah timbulan sampah pertahun di Indonesia sebagaimana tercantum pada gambar 1.3 di bawah ini.

Gambar 1.3 Jumlah Timbulan Sampah Pertahun di Indonesia

Data capaian dibawah ini adalah hasil dari penginputan data yang dilakukan oleh 166 Kabupaten/kota se-Indonesia pada tahun 2023

Timbulan Sampah
19,281,377.75
(ton/tahun)

(Sumber: <https://sipsn.menlhk.go.id/sipsn/>, diakses pada 3 Mei 2024, pukul 23.29.55 WIB)

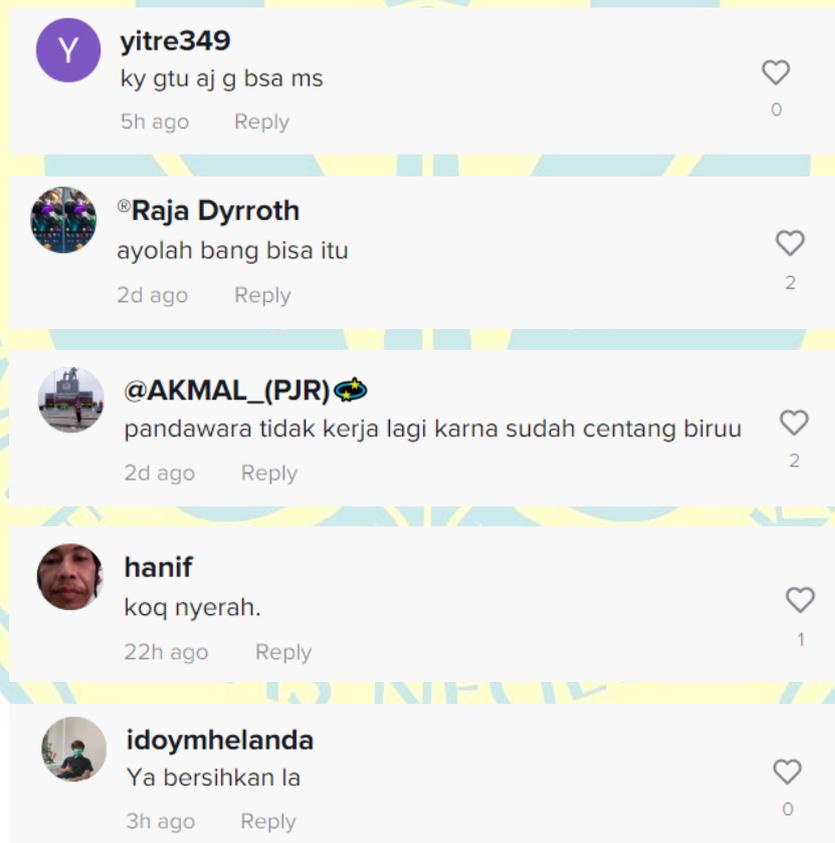
Berdasarkan gambar 1.3 yang merupakan data dari Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional: SIPSN pada tahun 2023, Indonesia menghasilkan timbulan sampah sebanyak 19,2 juta ton per tahunnya. Adapun jenis sampah yang dihasilkan paling banyak adalah sampah sisa makanan sebesar 41%, plastik sebanyak 18,8%, kayu atau daun sebesar 12,2%, kertas sebanyak 10,6%, dan lainnya seperti kain, kaca, dan logam sebanyak 17,4% (SIPSN, 2023).

Tingginya masalah sampah di Indonesia juga disebabkan gaya hidup masyarakat dan kebutuhan manusia yang merusak lingkungan seperti penggunaan kantong plastik, tempat dan alat makan plastik sekali pakai, dan lainnya. Selain itu, kurangnya sikap peduli masyarakat yang membuang sampah sembarangan juga merupakan salah satu kebiasaan yang dapat menimbulkan dampak negatif.

Melalui konten-konten TikTok-nya, Pandawara Group ingin mengingatkan masyarakat bahwa kebersihan lingkungan merupakan tanggung jawab bersama dan mereka juga ingin mengajak dan menunjukkan bahwa kegiatan memungut sampah di lingkungan sekitar seperti selokan atau sungai tidak seburuk apa yang selama ini dipikirkan.

Namun, niat baik yang dilakukan oleh Pandawara Group juga memunculkan pemikiran yang tidak baik bagi sebagian orang. Bukannya terdorong dan tergerak untuk ikut membersihkan dan menjaga lingkungan dari sampah, tidak sedikit masyarakat khususnya anak muda yang malah menyerahkan tugas menjaga kebersihan lingkungan kepada Pandawara Group. Hal ini dapat dilihat pada gambar 1.4 yang merupakan salah satu konten TikTok Pandawara Group yang diunggah pada tanggal 24 Mei 2023.

Gambar 1.4 Komentar pada konten TikTok @pandawaragroup



(Sumber: Tiktok.com/@pandawaragroup, diakses pada 27 Mei 2023, pukul

21.36.39 WIB)

Berdasarkan gambar 1.4 di atas, diketahui bahwa pada unggahan konten TikTok Pandawara Gorup yang diunggah tanggal 24 Mei 2023 tersebut juga terdapat beberapa komentar dari netizen yang menyebutkan dan meminta agar Pandawara Group membersihkan lingkungan di kota atau di daerah lingkungan mereka. Hal ini menunjukkan sangat kurangnya kesadaran masyarakat untuk sama-sama bertanggung jawab menjaga dan membersihkan lingkungan dari sampah. Masalah tersebut berkaitan salah satu dari dimensi variabel sikap yaitu *behavior intentions* yang memiliki indikator seseorang ingin berperilaku mengenai suatu objek.

Berdasarkan hasil pengamatan peneliti, seluruh unggahan konten-konten video akun TikTok @pandawaragroup sejak 2022 hingga 2023 berisi mengenai konten-konten membersihkan sampah di saluran air, sungai, ataupun pantai. Selain itu, terdapat juga konten aksi mengajak dan mengampanyekan membersihkan lingkungan serta memberikan gambaran nyata mengenai kondisi kebersihan lingkungan di daerah tersebut. Pada setiap unggahannya, Pandawara Group selalu menuliskan #onedayonetrashbag sebagai upaya mengampanyekan dan mengajak masyarakat untuk selalu menjaga dan membersihkan lingkungan dengan mengumpulkan sampah sebanyak satu kantong setiap harinya. Tentunya dalam hal ini, keberhasilan terpaan kampanye yang dibuat oleh Pandawara Group bergantung pada sikap *commenters*.

Pandawara Group juga dipilih sebagai objek penelitian ini karena Pandawara Group memiliki keunggulan dibandingkan pelaku kampanye lainnya. Dari banyaknya pelaku kampanye peduli lingkungan yang ada, Pandawara Group

menjadi salah satu pelaku kampanye yang melakukan aksi secara langsung untuk menangani permasalahan sampah yang ada di Indonesia. Selain itu, Pandawara Group merupakan salah satu pelaku kampanye peduli lingkungan khususnya sampah yang memiliki *engagement* paling besar.

Berdasarkan pembahasan di atas, muncul keinginan peneliti untuk meneliti hal tersebut dengan judul “**Pengaruh Terpaan Kampanye *Hashtag #onedayonetrashbag* Terhadap Sikap Peduli Sampah Pada *Commenters* TikTok @Pandawaragroup**”.

1.2. Rumusan Masalah

Banyaknya timbulan sampah di Indonesia yang semakin meningkat setiap tahunnya membuat Indonesia ikut masuk kedalam peringkat sepuluh negara dengan sampah terbanyak. Hal ini disebabkan oleh meningkatnya jumlah penduduk yang menyebabkan meningkatnya pola konsumsi dan laju produksi. Hal ini tentunya harus dibarengi oleh kesadaran masyarakat yang tinggi akan lingkungan khususnya sampah.

Di zaman yang sudah modern tentunya perkembangan teknologi dan penggunaan media sosial sebagai media berkampanye sudah banyak dilakukan. Salah satunya berkampanye melalui media sosial untuk mengajak masyarakat menjaga dan peduli kepada lingkungan akan sampah seperti yang dilakukan oleh akun TikTok @pandawaragroup dengan unggahan kontennya pada tanggal 24 Mei 2023. Namun hal tersebut tidak dapat menjadi tolak ukur, karena pada kenyataannya masih banyak masyarakat yang bersikap tak acuh dan mengandalkan

orang lain terhadap isu-isu kebersihan lingkungan yang diangkat oleh akun TikTok @pandawaragroup.

Berdasarkan dari latar belakang dan permasalahan yang telah dijelaskan di atas, peneliti berfokus pada akun TikTok @pandawaragroup dengan konten pada tanggal 24 Mei 2023 untuk mengetahui pengaruh terpaan kampanye *hashtag* #onedayonetrashbag terhadap sikap peduli sampah pada *commenters*, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana terpaan kampanye *hashtag* #onedayonetrashbag pada TikTok @pandawaragroup melalui unggahan konten tanggal 24 Mei 2023?
2. Bagaimana sikap peduli sampah pada *commenters* TikTok @pandawaragroup melalui unggahan konten tanggal 24 Mei 2023?
3. Bagaimana pengaruh terpaan kampanye *hashtag* #onedayonetrashbag terhadap sikap peduli sampah pada *commenters* TikTok @pandawaragroup melalui unggahan konten tanggal 24 Mei 2023?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan sebelumnya. Permasalahan kebersihan lingkungan khususnya sampah di Indonesia masih menjadi hal yang perlu diperhatikan tidak hanya oleh pemerintah tetapi juga oleh seluruh masyarakat. Penggunaan media sosial sebagai media penyebaran informasi yang berkembang pesat juga sangat membuka peluangnya penyebaran suatu informasi kepada masyarakat atau khalayak luas.

Pandawara Group menggunakan media sosial TikTok dengan akun @pandawaragroup untuk melakukan kampanye mengenai kebersihan lingkungan khususnya sampah. Meskipun akun TikTok @pandawaragroup aktif melakukan terpaan kampanye mengenai sampah dan kebersihan lingkungan, namun diketahui bahwa masih banyak masyarakat yang juga merupakan *commenters* dari akun @pandawaragroup memberikan respon yang tidak baik.

Dari penjelasan di atas, penelitian ini berfokus pada akun TikTok @pandawaragroup dengan konten pada tanggal 24 Mei 2023 untuk mengetahui pengaruh terpaan kampanye *hashtag* #onedayonetrashbag terhadap sikap peduli sampah pada *commenters*. Terdapat beberapa tujuan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui terpaan kampanye *hashtag* #onedayonetrashbag pada TikTok @pandawaragroup melalui unggahan konten tanggal 24 Mei 2023
2. Untuk mengetahui sikap peduli sampah pada *commenters* TikTok @pandawaragroup melalui unggahan konten tanggal 24 Mei 2023
3. Untuk mengetahui pengaruh terpaan kampanye *hashtag* #onedayonetrashbag terhadap sikap peduli sampah pada *commenters* TikTok @pandawaragroup melalui unggahan konten tanggal 24 Mei 2023

1.4. Manfaat Penelitian

Terdapat dua manfaat yang ada pada penelitian ini yaitu manfaat akademis dan manfaat teoritis. Adapun kedua manfaat tersebut sebagai berikut:

a. Manfaat Akademis

1. Peneliti berharap penelitian ini dapat dijadikan bahan acuan dalam mengembangkan penelitian akademis di dalam bidang komunikasi khususnya mengenai terpaan kampanye dan sikap.
2. Diharapkan dari penelitian ini dapat bermanfaat, memperluas wawasan dan juga menambah literatur ilmiah khususnya mengenai pengaruh terpaan kampanye dan sikap peduli sampah.

b. Manfaat Praktis

1. Diharapkan dari penelitian ini dapat memberikan berkontribusi dalam menambah tingkat pengetahuan mengenai kebersihan lingkungan yang dikampanyekan dalam bentuk konten yang disajikan pada TikTok @pandawaragroup.
2. Diharapkan dari penelitian ini dapat memberikan informasi kepada masyarakat baik secara langsung ataupun tidak langsung mengenai pentingnya menjaga sikap peduli sampah sebagai bentuk kontribusi menjaga kebersihan lingkungan dan mencegah bencana banjir.