

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Gotong royong adalah salah satu ciri khas dari bangsa Indonesia yang sudah ada sejak zaman dulu. Sikap gotong royong timbul dikarenakan adanya kesadaran dari masing-masing individu guna meringankan beban individu lain. Semua kegiatan akan lebih mudah dan efisien apabila dilaksanakan secara serentak atau bergotong royong. Sikap gotong royong merupakan sikap positif yang harus terus menerus dijaga agar dapat mempertahankan nilai-nilai Pancasila (Aviani, 2019: 3).

Pada dasarnya manusia ialah makhluk sosial yang tidak dapat hidup sendiri, karena itu selamanya akan selalu membutuhkan eksistensi manusia lain. Contoh untuk kasus tersebut ialah seperti ikut membantu kegiatan pembersihan lingkungan yang dilakukan oleh @pandawaragroup. Sejak kecil kita sebagai warga negara Indonesia sudah diajarkan tentang bergotong royong, telah ditanamkan sejak lama mengenai sikap tolong menolong, saling membantu dan kebersamaan. Oleh sebab itu, sikap gotong royong sudah sangat lekat dengan masyarakat Indonesia.

Seperti yang sudah dijelaskan diatas, salah satu contoh bergotong royong ialah dalam kegiatan memelihara lingkungan. Selain memelihara lingkungan kegiatan pembersihan lingkungan yang dilakukan dapat memperkuat solidaritas dan kekeluargaan.

Pada saat ini, sikap bergotong royong di Indonesia mulai memudar dikarenakan berbagai alasan, salah satunya dikarenakan oleh globalisasi. Di era sekarang manusia terpaksa mengikuti perkembangan zaman menjadi modern contohnya di bidang teknologi atau bisa disebut juga modernisasi, teknologi yang semakin maju membuat sikap masyarakat condong menjadi lebih individualis.

Emrus Sihombing seorang analis sosiologi yang juga analis komunikasi politik mengatakan salah satu penyebab lunturnya gotong royong adalah kemajuan teknologi, media sosial misalnya. Efek dari media sosial itu menjauhkan yang dekat mendekatkan yang jauh, sehingga orang merasa tidak perlu melakukan sosialisasi, prinsip bergotong royong harus tetap digelorakan, tetapi juga membangun hubungan dengan dunia luar (Setiawan, 2017: 1).

Dalam dialog dengan narasumber Gubernur Jawa Tengah H Ganjar Pranowo SH MIP bertajuk "Gotong Royong" itu, terkuak jika budaya warisan leluhur berupa gotong royong baik di kota maupun di desa sudah memudar. Partisipasi masyarakat untuk kerja bakti bersih-bersih jalan, ronda malam, gugur gunung, kerik desa, membantu warga punya hajatan sudah mulai ditinggalkan. Ia menambahkan, gotong royong ialah bagian dari revolusi mental. Banyak faktor penyebab lunturnya kegotongroyongan dalam kehidupan di desa maupun kota. Antara lain karena arus perkembangan zaman, kesibukan masing-masing individu, malas atau enggan berperan

aktif dalam kegiatan masyarakat, serta egoisme Bangkitkan Kembali Tepa Selira dan Relasi Masyarakat. (Humas Jateng, 2024: 1).

Berdasarkan kutipan dan data diatas dapat penulis buktikan bahwa memang sikap bergotong-royong di Indonesia mulai menurun, penyebabnya selain karena globalisasi dan modernisasi sebagai alasan utama, sikap bergotong royong juga terkikis dikarenakan sifat masyarakat Indonesia zaman sekarang yang cenderung individualis, kurang peduli sesama dan lingkungan sekitar.

Indonesia mempunyai fondasi atau dasar negara yang sangat istimewa, yaitu Pancasila. Sikap gotong royong juga merupakan cerminan dari nilai-nilai Pancasila yaitu pelaksanaan sila ketiga Pancasila yang berbunyi "Persatuan Indonesia", karena sesungguhnya tidak ada seorangpun yang dapat hidup sendiri tanpa bantuan dari orang lain dan secara garis besar sikap gotong royong tertuang dalam sila ketiga tersebut, karena itulah disebut dengan persatuan Indonesia. Kemerdekaan Indonesia sendiri terjadi karena persatuan masyarakatnya dan sikap gotong royong.

Akun Instagram @pandawaragroup merupakan salah satu contoh nyata penggunaan media sosial untuk menyampaikan pesan sosial, khususnya terkait isu lingkungan dan gotong royong. Dengan jumlah pengikut mencapai jutaan dan konten yang sering viral, akun ini memiliki potensi besar dalam membentuk opini serta mendorong tindakan kolektif masyarakat. Unggahan tanggal 26 Agustus 2024 yang menampilkan

kegiatan pembersihan pantai dan pembagian makanan gratis bersama influencer Bobon Santoso. Unggahan tersebut mengangkat nilai kebersamaan dan kepedulian sosial yang relevan dengan semangat gotong royong yang kini mulai memudar.

Namun masih ditemukan beberapa hambatan yang menunjukkan belum maksimalnya pengaruh konten terhadap sikap audiens. Secara fisik, tidak semua pengguna menunjukkan keterlibatan aktif seperti menyukai, membagikan, atau berkomentar pada konten. Banyak dari mereka hanya melihat sepintas tanpa interaksi lanjutan, yang mengindikasikan keterbatasan keterpaparan visual yang bermakna. Dari sisi persepsi, tidak semua komentator memberikan perhatian penuh saat mengakses konten; sebagian menonton sambil melakukan aktivitas lain atau terganggu oleh lingkungan sekitarnya, yang menyebabkan pesan tidak terserap secara optimal. Sementara itu, secara psikologis, meskipun konten mengandung elemen emosional, belum semua komentator menyimpan pesan tersebut dalam ingatan atau merasa terdorong untuk bertindak nyata. Respons emosional yang muncul seringkali bersifat sesaat tanpa internalisasi nilai gotong royong yang mendalam (W. James Potter, 2019: 96-99). Maka dari itu, penelitian ini akan mengkaji bagaimana terpaan media sosial melalui akun Instagram @pandawaragroup memengaruhi sikap gotong royong.

Gambar 1.1
Profil Instagram @pandawaragroup



(Sumber: Instagram @pandawaragroup diakses pada 22 Oktober 2024 pukul 13.22)

Pada gambar 1.1. merupakan tampak profil dari media sosial *Instagram* @pandawaragroup. Media sosial *Instagram* @pandawaragroup diputuskan sebagai objek dalam penelitian oleh peneliti dengan alasan bahwa akun *Instagram* @pandawaragroup memiliki beberapa keunggulan. Berdasarkan observasi peneliti, selain dari menjadi pelopor aksi kegiatan pembersihan lingkungan yang telah banyak menginspirasi berbagai kalangan masyarakat selain itu, mereka juga mempunyai pengaruh sosial yang kuat yang terbukti dari kolaborasi mereka dengan berbagai brand terkenal dan perusahaan besar juga dengan banyaknya pengikut dan komentator yang mereka miliki yaitu 3,2 juta *followers* di *Instagram*, *pandawara group* telah berhasil membuat ratusan bahkan ribuan orang

untuk berpartisipasi gotong royong dalam kegiatan pembersihan lingkungan. Hal tersebut juga dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.1
Jumlah *Followers* Instagram @pandawaragroup dan Instagram Sejenis

| Nama akun | Jumlah <i>followers</i> |
|-------------------|--------------------------------|
| Pandawara Group | 3,2 juta |
| The Ocean Cleanup | 2,4 juta |
| bumantarateam | 97.9 ratus ribu |
| Groupsampah.id | 3.533 ribu |
| remajapubergroup | 989 ratus |

(Sumber: Olahan Data Peneliti, diakses pada 2 November 2024 pukul 17.00)

Berdasarkan tabel diatas dapat disaksikan bahwa jumlah *followers* dari akun Instagram @pandawaragroup ialah sebanyak 3,2 juta yang dimana jumlah tersebut dapat dilihat jauh lebih besar jika kita bandingkan dengan akun *instagram* yang mempunyai konten sejenis lainnya yaitu akun @theoceancleanup yang memiliki 2,4 juta *followers*, akun @bumantarateam yang memiliki 97.9 ratus ribu *followers*, akun @groupsampah.id yang memiliki 3.533 ribu *followers*, dan akun @remajapubergroup yang memiliki 989 ratus *followers*. Dengan lebih banyaknya jumlah *followers* yang dimiliki oleh akun Instagram @pandawaragroup tersebut menunjukkan bahwasanya akun tersebut mampu menjangkau audiens yang lebih luas. Hal tersebut memungkinkan konten yang disebarakan berpotensi untuk menjangkau lebih banyak

kalangan masyarakat, sehingga penyebaran informasi dapat lebih cepat tersebar dan menggapai lebih banyak target audiens.

Gambar 1.2
Unggahan Video Instagram @pandawaragroup



(Sumber: Instagram @pandawaragroup, diakses pada 2 November 2024 pukul 21.15)

Unggahan video pada tanggal 26 Agustus 2024 dengan durasi 1 menit 20 detik, total *likers* sebanyak 125 ribu serta 956 komentar dari pengguna (per 20 April 2024). Konten video tersebut berisi informasi terkait kegiatan pembersihan pantai dan pembagian makan gratis untuk *volunteer* yang membantu kegiatan *clean up* dan warga sekitar oleh *pandawara group* yang berkolaborasi dengan *influencer* Bobon Santoso pada daerah pantai gebang kabupaten Cirebon. Dalam konten video ini mereka memang memiliki *goals* utama dari program yang dibuat yaitu merdeka dari kerusakan lingkungan dan kasus kelaparan, lalu konten video ini juga diharapkan dapat menjadi pengingat bahwa negara kita masih membutuhkan uluran tangan untuk menyelesaikan permasalahan tersebut.

Alasan pemilihan konten video tersebut ialah penulis ingin melihat apakah ada pengaruh terpaan akun @pandawaragroup dari konten tanggal 26 Agustus 2024 pada sikap bergotong royong yang sudah mulai memudar di Indonesia.

Tabel 1.2
Jumlah *Volunteer* yang Mengikuti Kegiatan Pembersihan Lingkungan di Instagram @pandawaragroup

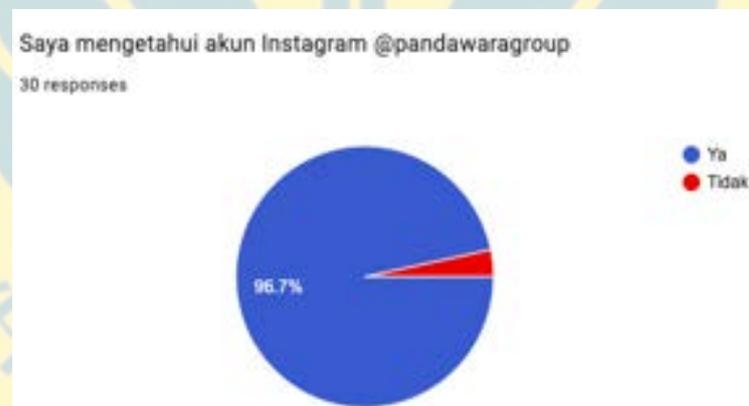
| Tanggal Konten | Jumlah <i>Volunteer</i> | Kolaborasi Dengan |
|-------------------|-------------------------|--|
| 24 September 2024 | >1.000 | Pertamina International Shipping & Pertamina Trans Kontinental |
| 07 September 2024 | ±50 | MSGLOW |
| 06 Juni 2024 | ±70 | Viessmann Climate Champion Warrior |

(Sumber: Instagram @pandawaragroup, diakses pada 22 Oktober 2024 pukul 13.50)

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa dengan jumlah *followers* 3,2 juta, *pandawara group* berhasil mengajak perusahaan seperti Pertamina sebanyak >1.000 *volunteer*, lalu brand *skincare* MSGLOW sebanyak ±50 *volunteer* dan Viessmann perusahaan teknologi alat *filter* air minum yang berasal dari Jerman sebanyak ±70 *volunteer*, untuk berpartisipasi gotong royong dalam kegiatan pembersihan lingkungan yang mereka rutin lakukan. Jumlah kolaborasi dan *volunteer* tersebut menandakan bahwa konten yang dibuat dan disebarluaskan oleh @pandawaragroup tersebar secara luas.

Relevansi topik penelitian ini didukung oleh pelaksanaan pra-survei terhadap 30 responden, yang bertujuan untuk mengukur tingkat keterpaparan audiens terhadap konten video @pandawaragroup tanggal 26 Agustus 2024 yang menampilkan aksi pembersihan pantai Gebang dan pembagian makanan gratis bersama *influencer* Bobon Santoso yang dipublikasikan melalui *Feeds* Instagram. Pra-penelitian dilakukan sebagai langkah awal untuk memahami secara umum fenomena yang akan diteliti serta menilai kelayakan topik dan objek yang dipilih. Observasi dilakukan dengan menelusuri jumlah keterlibatan pengguna, seperti jumlah komentar, serta menelaah isi pesan yang disampaikan dalam unggahan tersebut.

Gambar 1.3
Pengetahuan Responden terhadap Akun @pandawaragroup

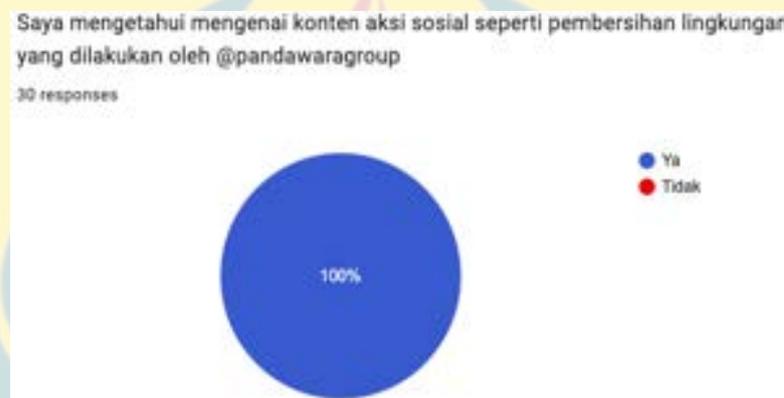


(Sumber: Data Olahan Peneliti, 10 Januari 2025)

Hasil pra riset menunjukkan bahwa sebagian besar responden telah mengenal akun Instagram @pandawaragroup. mencapai (96,7%) berdasarkan hasil survei. Persentase ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden familiar dengan akun tersebut, yang menyiratkan efektivitas strategi promosi dan pemasaran yang dijalankan oleh

@pandawaragroup dalam menjangkau audiens mereka. Akun tersebut memiliki tingkat visibilitas dan daya jangkau yang tinggi di kalangan pengguna media sosial. Keberhasilan akun ini dalam membentuk citra sebagai pelopor kampanye peduli lingkungan menjadi modal utama untuk melihat pengaruhnya terhadap perilaku sosial masyarakat, terutama terkait semangat gotong royong.

Gambar 1.4
Pengetahuan Responden terhadap Konten @pandawaragroup

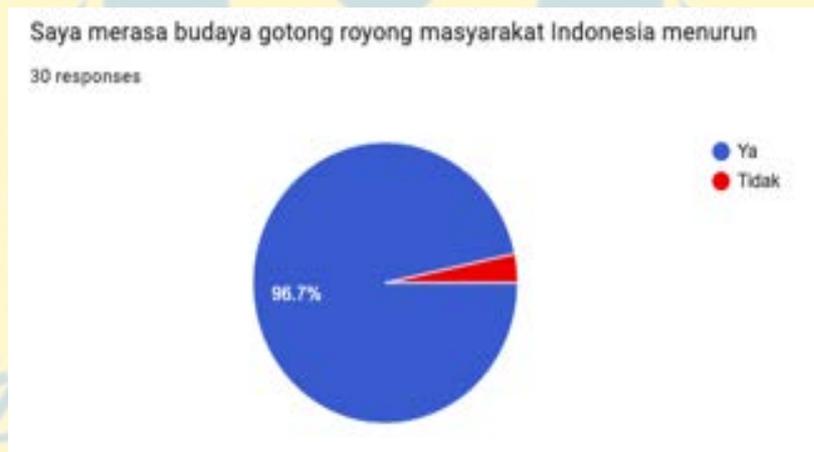


(Sumber: Data Olahan Peneliti, 10 Januari 2025)

Hasil pra riset menunjukkan bahwa mayoritas responden tidak hanya mengenal akun @pandawaragroup, tetapi juga memahami isi kontennya, seperti kegiatan bersih-bersih dan pembagian makanan. Responden menyadari tujuan dan dampak dari aktivitas tersebut, yang mengindikasikan bahwa konten yang disajikan tidak hanya informatif, tetapi juga edukatif dan mampu memotivasi audiens untuk bertindak dalam konteks kepedulian sosial. Survei mengungkapkan bahwa semua responden (100%) mengetahui aksi sosial pembersihan lingkungan yang diprakarsai oleh @pandawaragroup, mencerminkan dampak signifikan

dalam meningkatkan kesadaran masyarakat. Berdasarkan temuan ini, @pandawaragroup memiliki peluang besar untuk memperluas program serupa dan mendorong partisipasi masyarakat lebih luas. Dengan meningkatkan keterlibatan audiens, mereka dapat memperkuat dampak positif kegiatan sosial dan memfasilitasi perubahan yang lebih besar dalam komunitas. Selain itu, ini juga membuka peluang untuk kolaborasi dengan organisasi lain yang memiliki visi serupa, menciptakan sinergi yang lebih kuat dalam menangani isu sosial.

Gambar 1.5
Pandangan Responden Terhadap Gotong Royong



(Sumber: Data Olahan Peneliti, 10 Januari 2025)

Hasil pra riset menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki pandangan positif terhadap praktik gotong royong, menganggap nilai-nilai tersebut masih sangat penting dalam kehidupan bermasyarakat, terutama dalam menghadapi isu lingkungan. Meskipun semangat gotong royong dinilai mulai menurun, responden percaya bahwa kampanye media sosial seperti yang dilakukan oleh @pandawaragroup dapat

membangkitkan kembali nilai-nilai ini dan mengubahnya menjadi tindakan nyata. Survei konten video Pandawara juga menunjukkan kekhawatiran signifikan di kalangan responden, di mana 96,7% berpendapat bahwa budaya gotong royong di Indonesia mengalami kemunduran, mencerminkan kekhawatiran luas tentang terkikisnya nilai-nilai kebersamaan yang telah lama menjadi bagian dari identitas sosial masyarakat Indonesia. Dengan demikian, meskipun ada tantangan dalam mempertahankan semangat gotong royong, ada harapan bahwa melalui inisiatif yang tepat, masyarakat dapat kembali menghidupkan nilai-nilai tersebut dan menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari. Penting untuk terus mendorong partisipasi aktif dalam kegiatan sosial agar nilai-nilai kebersamaan ini tidak hanya diingat, tetapi juga diimplementasikan secara nyata dalam berbagai aspek kehidupan.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah diuraikan di atas. Maka dapat dirumuskan identifikasi masalahnya sebagai berikut:

1. Berdasarkan data, Indonesia merupakan salah satu pengguna sosial media Instagram yang paling banyak di dunia.
2. Instagram @pandawaragroup mengunggah konten video mengenai pembersihan pantai bersama ±4500 *volunteer* dan warga pada tanggal 26 Agustus 2024.

1.3 Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah dalam penelitian ini dimaksudkan agar penelitian ini hanya terfokus pada inti pembahasannya yaitu tentang terpaan media dan sikap gotong royong di dalam komunikasi tanpa meluas ke arah pembahasan yang lain. Maka dari itu peneliti membatasi permasalahan dalam penelitian sebagai berikut:

1. Responden dalam penelitian ini merupakan para komentator yang memberikan komen pada konten video @pandawaragroup tanggal “26 Agustus 2024” di Instagram.
2. Ruang lingkup penelitian ini memusatkan perhatian pada sikap gotong royong terkait pengaruh dari konten video tanggal “26 Agustus 2024” tentang pembersihan pantai yang ada dalam akun Instagram @pandawaragroup.

1.4 Rumusan Masalah

Perkembangan teknologi digital dan media sosial telah membawa perubahan besar dalam cara masyarakat berkomunikasi, bersosialisasi, hingga berpartisipasi dalam aktivitas sosial. Salah satu platform yang memiliki peran signifikan dalam menyampaikan pesan sosial adalah Instagram, termasuk akun-akun yang mengangkat isu lingkungan dan kepedulian sosial seperti @pandawaragroup. Akun @pandawaragroup adalah sebuah akun edukasi yang membahas tentang isu lingkungan, pengelolaan sampah, pembangunan sekolah, pelestarian alam dan hal apapun yang mempunyai kaitan dengan lingkungan.

Di tengah kondisi sosial yang menunjukkan penurunan nilai gotong royong akibat globalisasi dan meningkatnya individualisme, menarik untuk ditelusuri apakah konten-konten video di media sosial seperti yang disebar oleh @pandawaragroup dapat menumbuhkan kembali semangat gotong royong di masyarakat, khususnya di kalangan generasi muda yang menjadi pengguna aktif media sosial. Fokus dalam penelitian ini merupakan media sosial Instagram @pandawaragroup berupa sebuah konten video yang disebarluaskan pada tanggal 26 Agustus 2024 mengenai kegiatan pembersihan pantai gebang di kabupaten Cirebon dan pembagian makanan gratis untuk mengetahui pengaruh terpaan media terhadap sikap gotong royong pada komentator Instagram @pandawaragroup. Maka dari itu, rumusan masalah dari penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Bagaimana terpaan media sosial Instagram @pandawaragroup pada konten video tanggal 26 Agustus 2024?
2. Bagaimana sikap gotong royong masyarakat pada komentator konten video tanggal 26 Agustus 2024?
3. Apakah terdapat pengaruh terpaan media sosial Instagram @pandawaragroup terhadap sikap gotong royong masyarakat pada komentator konten video tanggal 26 Agustus 2024?

1.5 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi secara lebih komprehensif mengenai bagaimana media sosial, khususnya akun Instagram @pandawaragroup, berkontribusi terhadap pembentukan sikap

gotong royong komentator. Dalam konteks perubahan sosial akibat perkembangan teknologi dan meningkatnya sikap individualistik, penting untuk menelaah sejauh mana konten *digital* dapat berfungsi sebagai medium dalam menanamkan kembali nilai-nilai kebersamaan dan solidaritas sosial.

Pemilihan akun @pandawaragroup didasarkan pada konsistensinya dalam menghadirkan konten bertemakan lingkungan dan aksi sosial yang bersifat kolaboratif. Fokus penelitian diarahkan pada unggahan tanggal 26 Agustus 2024 yang melibatkan kegiatan bersih-bersih dan pembagian makanan, sebagai bentuk konkret dari aksi gotong royong yang terdokumentasi secara *digital*. Melalui metode kuantitatif dan pengamatan terhadap interaksi pengguna di konten video tersebut, penelitian ini diharapkan dapat mengungkap pengaruh keterpaparan media terhadap sikap sosial komentator akun.

Penelitian ini memberikan pemahaman teoritis dalam bidang ilmu komunikasi, khususnya terkait media baru dan perilaku *digital*, penelitian ini juga diharapkan mampu memberi nilai praktis. Temuan dalam studi ini dapat dimanfaatkan oleh pengelola media sosial, komunitas sosial, maupun pembuat kebijakan untuk mengembangkan strategi komunikasi yang efektif dalam membangun kembali semangat kebersamaan di masyarakat.

Berdasarkan permasalahan diatas maka tujuan penelitian ialah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui terpaan media sosial Instagram @pandawaragroup pada konten video tanggal 26 Agustus 2024.
2. Untuk mengetahui sikap gotong royong masyarakat pada komentator konten video tanggal 26 Agustus 2024.
3. Untuk mengetahui pengaruh terpaan media sosial Instagram @pandawaragroup terhadap sikap gotong royong masyarakat pada komentator konten video tanggal 26 Agustus 2024.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat di dalamnya diantaranya ialah sebagai berikut:

1.6.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan secara akademis dapat memberikan kontribusi pada pengembangan kajian-kajian ilmu komunikasi khususnya dalam kajian komunikasi yang berhubungan dengan terpaan media dan sikap gotong royong.

1.6.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan bermanfaat secara praktis khususnya untuk praktisi yang bergerak dibidang media sosial dan dapat berfungsi baik bagi para pengguna.