



**JURNAL PENDIDIKAN LINGKUNGAN DAN
PEMBANGUNAN BERKELANJUTAN**
*Journal of Environmental Education and Sustainable
Development*

Volume 27 - Nomor 01, 2026

Available at <http://journal.unj.ac.id/unj/index.php/plpb>

ISSN : 1411-1829 (print), 2580-9199 (online)

Peran Komunikasi Berbasis Akun Tiktok Pandawara Group dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat terkait Krisis Lingkungan

Muhammad Riad Kemal Syah¹, Teguh Dwi Putranto²

Universitas Negeri Surabaya

Coessponding author email: 24041184063@mhs.unesa.ac.id

Artikel info

Received : May 21 2025

Revised : August 16 2025

Accepted : March 26 2026

Kata kunci:

Peran Komunikasi,
Kesadaran, Krisis
Lingkungan

Keywords:

*The Role of Communication,
Awareness, Environmental
Crisis*

ABSTRAK

Penelitian ini, telah dibahas mengenai kampanye kebersihan lingkungan yang dilakukan oleh sekumpulan pemuda yang telah dikenal sebagai Pandawara Group melalui akun Tiktok milik mereka. Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif yang bersifat persuasif untuk memberikan pengaruh terhadap masyarakat terkait kepedulian pada sektor lingkungan. Penelitian ini menggunakan literatur terdahulu sebagai acuan penyusunan penelitian untuk dijadikan sebagai sumber data dan referensi. Kriteria pengupasan data pada penelitian ini utamanya berasal dari penelitian terdahulu yang kemudian akan dipertimbangkan melalui pengambilan sampel yang termuat pada akun tiktok milik Pandawara Group untuk memvalidasi data lebih lanjut dan memberikan gambaran kondisi kepada pembaca. Topik yang diangkat pada penelitian ini yakni isu lingkungan khususnya pada pengelolaan sampah yang sering menjadi permasalahan lingkungan. Tujuan daripada pengangkatan topik ini yakni untuk membuka wawasan terkait seberapa besar dampak yang didapatkan jikalau ekosistem lingkungan terjaga dengan semestinya. Penelitian juga mempertimbangkan prespektif publik dan pola konsumsi publik terhadap keberadaan platform tiktok sebagai wadah kampanye terkait kebersihan lingkungan.

In this study, the environmental cleanliness campaign carried out by a group of young people known as the Pandawara Group through their Tiktok account has been discussed. This study adopts a qualitative approach that is persuasive in nature to influence the community regarding concern for the environmental sector. This study uses previous literature as a reference for compiling research to be used as a source of data and references. The criteria for analyzing data in this study mainly come from previous research which will then be considered through sampling contained in the Pandawara Group's Tiktok account to further validate the data and provide an overview of the conditions to the reader. The topic raised in this study is environmental issues, especially waste management which is often an environmental problem. The purpose of raising this topic is to open up insights regarding how much impact will be obtained if the environmental ecosystem is properly maintained. The study also considers the public perspective and public consumption patterns regarding the existence of the Tiktok platform as a campaign platform related to environmental cleanliness.

<https://doi.org/10.21009/PLPB.v27i01.55347>



How to Cite: Syah M.R.K, & Putranto T.D. (2026). Peran komunikasi berbasis akun tik tok Pandawara Group meningkatkan kesadaran masyarakat terkait krisis lingkungan. *Jurnal Pendidikan Lingkungan dan Pembangunan*, 27(01), 1-12. doi: <https://doi.org/10.21009/PLPB.v27i01.55347>

Copyright © 2026 10.21009/plpb.v27i01.55347

PENDAHULUAN

Lingkungan merupakan elemen penting bagi keberlangsungan hidup. Terjaganya keseimbangan kondisi lingkungan akan berdampak pada seluruh makhluk hidup. Manusia merupakan ciptaan tuhan yang paling sempurna dan memiliki kemampuan untuk bertindak dan mengelola pemikirannya. Tentu manusia tidak bisa terlepas dari tanggungjawab untuk menjaga ekosistem lingkungan. Tuntutan dalam menjaga lingkungan perlu ditekankan. Kebersihan lingkungan menjadi penopang utama dalam perwujudan keseimbangan ekosistem bumi. Pada era sekarang kemajuan teknologi semakin berkembang pesat. Masyarakat akan cenderung menjadikan teknologi sebagai cerminan dalam menjalani kehidupan mereka. Teknologi bukan hanya semata-mata dinikmati sesuai dengan keinginan sendiri, Melainkan harus dimanfaatkan sesuai dengan kondisi yang sedang terjadi.

Sampah merupakan masalah yang sangat krusial di Indonesia saat ini. Pemahaman yang singkat membuahkan hasil yang tidak maksimal dikarenakan kesadaran masyarakat akan kebersihan lingkungan masih jauh dari kata cukup. Pola pemikiran ini yang tidak diperbaharui akan menciptakan hubungan ekosistem yang tidak seimbang, baik manusia terhadap lingkungan ataupun lingkungan terhadap manusia. Ketergantungan hubungan akan terjalin jika terdapat interaksi didalamnya. Interaksi manusia dengan lingkungan masih menjadi topik terpencil yang belum memberikan dampak. Pengetahuan akan dampak ketidakseimbangan ekosistem lingkungan belum menjadi momok yang menakutkan bagi kalangan masyarakat. Hal ini dipicu oleh beberapa faktor, salah satunya adalah kebiasaan. Kebiasaan bermula terjadi ketika seseorang tidak merasakan dampak secara langsung. Aktivitas yang cenderung bersifat kebiasaan akan sulit untuk dirubah.

Hal ini kontribusi masyarakat sangat diperlukan dalam mengatasi permasalahan ketidakseimbangan ekosistem lingkungan. Masalah yang paling utama dari lingkungan adalah sampah. Saat ini, manusia sangat konsumtif terhadap barang apapun. Barang yang digunakan berjumlah tidak sedikit. Jika kita hitung berapa banyak limbah kimia yang dihasilkan dari kemasan per satu barang, maka tidak akan terhitung jumlahnya. Sedangkan pola konsumsi sangat meningkat drastis. Hal ini merupakan permasalahan utama yang menjadi penyebab dari tercemarnya lingkungan. Permasalahan lingkungan umumnya terjadi pada sungai. Sungai tidak hanya sebatas ruang untuk akses pengairan, melainkan terdapat kehidupan didalamnya. Makhluk hidup yang bertempat di sungai juga perlu diperhatikan. Hal ini juga berkaitan dengan keseimbangan ekosistem lingkungan. Ikan, merupakan makhluk hidup utama yang dijadikan sebuah tujuan. Keberadaan ikan bagi sebagai masyarakat khususnya di daerah pesisir menjadi sebuah alasan utama dalam menyambung hidup. Tentu keberadaannya memang harus terjaga.

Di tengah perkembangan teknologi yang sangat memadai untuk memengaruhi segala macam aktivitas sosial, Tiktok merupakan salah satu platfrom media sosial yang sangat berpengaruh bagi masyarakat, khusus kalangan muda. Keberadaan Tiktok telah dijadikan sebagai gambaran dalam mencapai sesuatu yang diinginkan. Berbagai macam konten yang termuat dalam tiktok memiliki power untuk mempersuasi kehilangan seseorang. Algoritma yang ditawarkan juga sangat relevan dan mempermudah bagi penggunanya. Merujuk pada topik lingkungan, terdapat akun bernama Pandawara Group yang memuat konten pada sektor lingkungan. Pada awal kemunculan, Pandawara Group ini sangat menjadi sorotan lantaran aksi mereka yang sebelumnya tidak pernah ditemukan pada konten kreator atau masyarakat lainnya. Pandawara Group ini beranggotakan lima orang yang terdiri dari, Ikhsan Destian, Gilang Rahma, Muhammad Rifqi, Rafly Pasya, dan Agung Permana. Mereka merupakan sekelompok pemuda asal Bandung yang telah memulai aksi mereka pada pertengahan tahun 2022. Melansir dari detikjabar, hal yang melatarbelakangi aksi mereka yakni adanya keresahan terkait kondisi lingkungan yang terjadi disekitarnya. Tujuan mereka membuat konten tentunya untuk melakukan kampanye Tetang kebersihan lingkungan yang menurut mereka pada saat ini menjadi

masalah utama yang harus ditanggulangi.

Platform tiktok diyakini sangat berpengaruh besar terhadap keberlangsungan hidup seseorang. Pandawara Group menggunakan platform Tiktok untuk melakukan kampanye terkait kebersihan lingkungan ini. Dengan harapan untuk mengajak masyarakat untuk ikut serta dalam penanggulangan isi kebersihan lingkungan yang sedang terancam. Melansir dari detikjabar, nama Pandawara terdiri atas dua kata yakni 'Panda' dan 'Wara'. Istilah 'Pandawa' ini mereka ambil dari sebuah kisah peperangan yakni perang Mahabharata dan 'Wara' yang memiliki makna kabar yang baik. Mereka beranggotakan sebanyak lima orang, yang dalam hal ini tertuju pada sebuah istilah 'Pandawa Lima' yang termuat sebanyak lima karakter. Aksi Pandawa Group menuai komentar baik dan apresiasi yang luar biasa. Kegigihan mereka dalam menjaga serta mengkampanyekan aksi mereka tidak terselip keraguan. Mereka percaya bahwa terwujudnya ekosistem lingkungan yang bersih berasal dari kesadaran bersama.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengadopsi pendekatan PRISMA (Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses) mengenai strategi kampanye yang dilakukan oleh Pandawara Group dalam menanggulangi permasalahan sampah yang membludak pada sektor lingkungan serta meningkatkan kepedulian masyarakat terhadap keseimbangan lingkungan. Dalam penelitian ini menggunakan metode systematic literature review serta studi etnografi virtual untuk menganalisis proses kampanye Pandawa Group menggunakan platform Tiktok sebagai wadah perantara untuk mengupayakan tersampainya informasi kepada masyarakat luas untuk membuka sebuah pemikiran baru yang peduli akan kebersihan lingkungan. Proses komunikasi akan menghasilkan hasil yang efektif apabila pendekatan yang digunakan tepat sehingga membantu individu untuk mencapai komunikasi yang efektif (DeVito, 2011). Penelitian diawali dengan tahap pencarian database ilmiah terdahulu melalui Google Scholar.

Dalam penelitian ini pada tahap penelusuran penelitian terdahulu memiliki batas waktu terbit pada rentang tahun (2022-2025) sebagai peninjau utama dalam penelitian ini. Kata kunci yang digunakan yakni 'Pandawara Group'. Studi yang ditemukan kemudian disaring berdasarkan kriteria inklusi dan eksklusi. Tujuan daripada penelitian ini yakni untuk mengetahui seberapa besar pengaruh yang didapatkan oleh Pandawa Group terkait hasil meng-upload konten tentang penanggulangan sampah sebagai wujud kesadaran akan kebersihan lingkungan. Dalam penelitian ini, penulis akan mengambil sampel data dengan menggunakan platform tiktok sebagai sumber dan ruang observasi untuk memvalidasi keaslian kondisi.

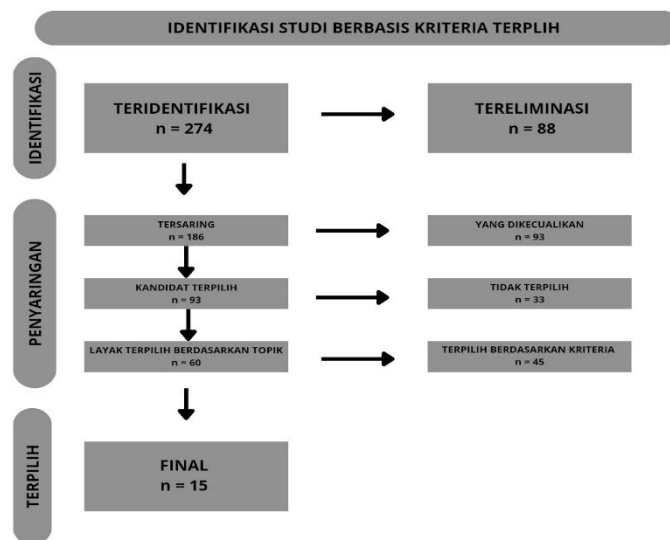
Adapun langkah-langkah dalam proses penelitian dengan menggunakan metode SLR yakni meliputi :

1. Identifikasi kata kunci dalam proses pencarian database ilmiah terdahulu melalui google scholar sebagai sumber utama penelitian.
2. Melakukan penyaringan studi terdahulu dengan mempertimbangkan kriteria inklusi dan eksklusi seperti yang dimuat pada tabel berikut:

Tabel 1. Penelitian Relevan Kriteria Inklusi dan Eksklusi

Inklusi	Eksklusi
Temuan artikel yang membahas tentang pengaruh akun tiktok Pandawara Group terhadap kesadaran masyarakat terkait kepedulian lingkungan	Fokus penelitian hanya pada akun tiktok Pandawara Group tanpa mempertimbangkan pengaruh pada masyarakat
Berisi bukti berupa sampel data, dokumentasi	Artikel tidak memuat sampel data apapun
Diterbitkan rentang waktu 2022-2025	Diterbitkan dibawah rentang tahun 2022
Open akses (full-text) tanpa dipungut biaya apapun untuk memudahkan proses analisis secara keseluruhan	Tidak open akses atau diharuskan register terlebih dahulu

- Menyaring temuan data terdahulu yang memuat identifikasi tren media sosial dalam memengaruhi pola aktivitas individu.
- Mengumpulkan data utama sebagai acuan penulis dalam mengolah informasi, konteks, dan sumber yang relevan yang diambil dari studi-studi yang lolos tahap penyaringan.



Gambar 1. Identifikasi studi berbasis kriteria terpilih

Sumber: Peneliti

Tahapan yang telah dicantumkan akan menghasilkan temuan penelitian secara sistematis dan mendalam untuk mencapai fokus utama penelitian yang terkonsep terkait, pengaruh komunikasi virtual bermodal platform digital dalam membentuk pola pemikiran yang teratur serta membuat perubahan pada ranah kemanusiaan terkait rasa kepedulian terhadap kondisi lingkungan. Proses penelitian diawali dengan penentuan topik yang kemudian berlanjut pada pencarian studi terdahulu dengan kata kunci 'Pandawara Group'. Hasil seleksi temuan studi terdahulu sebanyak 274 studi (variabel $n =$ artikel) terdahulu yang diseleksi melalui kriteria yang telah tercantum pada tabel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penyaringan artikel terdahulu dengan menggunakan metode systematic literature review yang kemudian ditambahkan dengan penggunaan studi etnografi virtual sebagai penguat keaslian pembahasan terhadap “Peran Komunikasi Berbasis Akun Tiktok Pandawara Group dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat terkait Krisis Lingkungan” telah ditemukan sebagai berikut :

Tabel 2. Penyaringan Artikel Terdahulu

<p>Shabrina, A., Nuraini, K., & Naufal, A. (2023, November)</p>	<p>Dalam penelitian ini telah mengungkap penelitian terdahulu oleh Pratama (2023) dengan judul Efektifitas Platform Tiktok sebagai media untuk berkampanye terkait pencegahan dan penanganan Covid-19. Pada temuannya menunjukkan konten terkait Covid-19 yang diunggah melalui akun alodokter di Tiktok berhasil mengambil perhatian khalayak melalui tampilan visualnya. Penyampaian pesan dikupas secara kredible terkait pencegahan dan penanganan sehingga dapat memotivasi masyarakat untuk mawas terhadap Covid-19. Membahas tentang Pndawara Group juga mengandalkan platform Tiktok sebagai wadah kampanye kepedulian terhadap kebersihan lingkungan melalui aksinya. Hal ini juga didukung dengan fitur berupa komentar sehingga membuka ruang diskusi yang memicu beragam argumen, pendapat, pengalaman pengguna Tiktok. Telah ditemukan diskusi yang meluas terhadap pemahaman isu-isu lingkungan.</p>
<p>Putri, W. E., Christiani, L. C., Sari, F. N., & Pramuja, M. (2024)</p>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan pengaruh paparan konten platform tiktok Pandawara Group terhadap kognitif, afektif, dan konatif masyarakat terkait kebersihan lingkungan. Media berpengaruh dalam kehidupan sehari-hari dan khalayak memiliki peran aktif dalam penggunaan media tersebut (Shao dalam Falgoust et al., 2022). Penelitian ini menunjukkan hasil mengenai efek kognitif penonton terhadap konten Tiktok meskipun masih tergolong rendah, telah disebutkan dengan bulatan 12%. Konten Pandawara Group menghasilkan emosi positif tentang kepedulian terhadap lingkungan. Tiktok membangun aspek emosional konten yang akan berkontribusi pada viralitas (Daniela Vasquez et al., 2021; gogl, 2021; Tang, 2021). Dalam penelitian ini ditampilkan bahwa pengguna</p>

	Tiktok juga menentukan. Maka dari itu terdapat dua hal yang saling memengaruhi yakni konten media sebagai efek (effects) dan penggunaan media sebagai konsekuensi. Penelitian ini menunjukkan bahwa khalayak akan memperoleh efek dari media Tiktok.
Baladraf, A. Z. S., Ammar, T. N., Ramadhan, T. R., & Muksin, N. N. (2024, November).	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang berfokus pada dampak komentar positif sebagai alasan utama berkembangnya kreasi konten Tiktok Pandawara Group dalam konsistensi mereka mengunggah konten edukasi terkait kepedulian terhadap lingkungan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang diwujudkan dalam tiga dimensi, yakni terdiri dari produksi media, penyebaran media, dan penggunaan media. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan mengupas behaviour change dari sikap pengikut akun Pandawara Group. Produksi media dinilai dari indikator proses editing yang telah peneliti temukan capaian keselarasan. Sehingga platform Tiktok efektif dalam mewadahi aksi Pandawara Group melakukan gerakan One Day One Trashbag. Kemudian dimensi penyebaran media berasal dari indikator seberapa sering kemunculan Tiktok Pandawara Group pada halaman For You Page (FYP). Kemudian dimensi penggunaan media berasal dari indikator seberapa kuat konten yang dihasilkan Pndawara Group membawa serta memengaruhi pengikutnya.
Yanti, D., Lestari, D. M., & Fajarwati, N. K. (2024)	Hasil penelitian ini telah menyatakan bahwa konten Tiktok dari akun @PandawaraGroup telah mengkampanyekan pemeliharaan serta pelestarian lingkungan menghasilkan pengaruh besar terhadap kesadaran masyarakat pengikut akun Tiktok @PandawaraGroup dalam menjaga, membersihkan, dan memelihara lingkungan. Hal ini dibuktikan dari banyaknya masyarakat, pemerintah terkait, dan komunitas lokal di Banten yang turut sukarela membantu. Dibuktikan juga pada segi like + komentar + dibagikan : pengikut didapatkan hasil sebagai berikut. (Konten pertama, $3.100.000 + 3.220 + 30.900 : 8.300.000 = 0,377$) (Konten kedua, $5.300.000 + 64.000 + 36.800 : 8.300.000 = 0,650$) (Konten ketiga, $2.000.000 + 17.700 +$

	<p>$11.500 : 8.300.000 = 0,224$) (Hasil, $0,377 + 0,650 + 0,224 = 25\%$) Telah didapatkan persentase sebesar 25%, yang mana umumnya engagement Tiktok ternilai besar pada nilai 18%, yang artinya angka 25% telah melebihi batas unggul sehingga dinilai efektif memengaruhi masyarakat untuk lebih peka terhadap kebersihan lingkungan.</p>
<p>Situmorang, M. T. N. M., Perdana, D. D., & Martadireja, S. (2024)</p>	<p>Pada penelitian ini telah membahas tentang pengaruh dari konten Tiktok yang diunggah oleh akun @PandawaraGroup pembersihan sungai dan pantai untuk meningkatkan kesadaran lingkungan bagi pengikutnya. Subjek daripada penelitian ini yakni pengikut akun Tiktok Pandawara Group dengan pengambilan sampel sebanyak 100 responden. Telah dihasilkan jawaban responden dengan rata-rata dengan skor variabel X yaitu 354 dengan persentase 88.5% dan variabel Y yaitu 337 dengan persentase 84% yang menunjukkan kategori sangat tinggi. Kesadaran lingkungan adalah pondasi dari perubahan positif dalam upaya pelestarian alam kita (Saputra, 2017) Dari hasil kuisisioner sebanyak 100 responden menyatakan bahwa sebagian besar setuju bahwa datangnya informasi mengenai isu lingkungan khususnya sampah melalui akun Tiktok Pandawara Group. Pengaruh konten pembersihan sungai dan pantai pada akun Tiktok Pndawara Group juga berkaitan dengan teori uses dan effect yang dilihat dari picuan sebanyak 82 responden yang setuju menjadi volunteer dalam kegiatan kebersihan lingkungan yang dilakukan oleh Pandawara Group.</p>

Lingkungan merupakan salah satu bagian penting dalam kehidupan yang harus terus terjaga. Utamanya kebersihan lingkungan dilihat dari seberapa banyak sampah yang dihasilkan. Indikator utama keberhasilan untuk mencapai kebersihan lingkungan adalah kesadaran yang tumbuh dari dalam diri individu, konsep kesadaran didasari oleh pengetahuan, sadar, dan tahu (Budiharjo, 2017) Pola kehidupan yang dibiasakan akan sulit mengalami perubahan. Masyarakat akan serta merta tidak menghiraukan kondisi lingkungan lantaran belum merasakan dampak yang mereka dapatkan. Salah satu bentuk integrasi dalam rangka menjaga lingkungan yakni membuat suatu yang bersifat persuasif. Fungsi pragmatis, mendidik, peringatan, mobilasi, persuasif, fungsi konstitusif meliputi bahasa dan simbol yang telah dipahami tentang realitas dan sifat permasalahan lingkungan (Robert Cox, 2013). Komunikasi sangat berperan penting bagi keberlangsungan timbal balik yang ada pada realita kehidupan.

Pada era sekarang, perkembangan teknologi sangat berkembang pesat. Pemanfaatan

8 Jurnal Pendidikan Lingkungan dan Pembangunan Berkelanjutan - 27(01), 2026

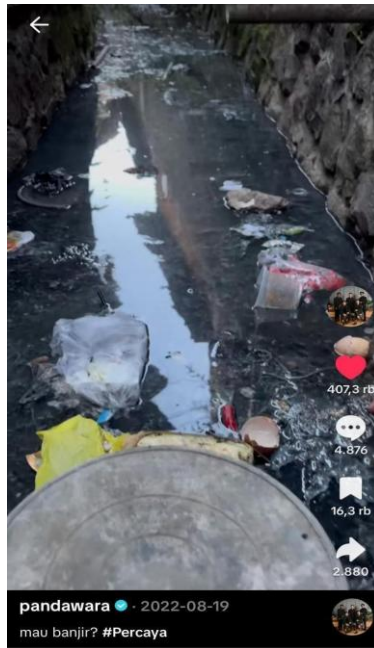
teknologi harus dimaksimalkan untuk mensterilkan kondisi serta pemahaman masyarakat masa kini. Telah dibahas pada penelitian (Suwarni et al., 2023) terkait strategi komunikasi lingkungan pada proses kampanye pengurangan sampah. Keleluasaan akses pada platform digital menjadi sebuah wadah yang sangat memadai dan efektif untuk mengusung topik yang terpendam. Pada penelitian (Anindya et al., 2023) telah dibahas bahwa komunikasi lingkungan memiliki peluang dan tantangan di era digital. Konsistensi pengusungan topik dalam kampanye harus stabil untuk mencapai keseimbangan kondisi lingkungan. Salah satu platform yang marak digunakan di era sekarang adalah Tiktok. Statista.com pada catatan akhir Februari 2025 tercatat sebanyak 135,79 juta pengguna aktif Tiktok. Indonesia tercatat sebanyak 107,7 juta pengguna aktif Tiktok. Hal ini dapat dibuktikan bahwa efektivitas untuk mempersuasi individu cukup maksimal.

Pandawara Group merupakan sekelompok pemuda beranggotakan lima orang yang berhasil membawa sebuah perubahan besar pada sektor lingkungan. Pemanfaatan media digital Tiktok berhasil memengaruhi masyarakat luas. Pandawara Group telah mencapai pengikut sebanyak 12,3 juta.



Gambar 2. Tiktok Pandawa Group

Pada penelitian sebelumnya telah mengungkap bahwa respon masyarakat sangat mendukung aksi pembersihan lingkungan yang dilakukan oleh Pandawara Group. Awal mula kemunculan video Tiktok Pandawara Group yakni pada 19/08/2022 yang memposting video berupa pembersihan sampah di selokan dengan caption 'mau banjir?' yang berhasil meraih like sebanyak 407,3 ribu serta 4.876 komentar dan 2.880 membagikan dengan gaya pengambilan video yang berfokus pada sampah yang ada diselokan.



Gambar 3. Kegiatan Pandawa Group yang di posting

Pada postingan Pandawara Group pada 05/09/22 yang berisikan tanggapan terkait komentar negatif yang mereka ambil dari kolom komentar yang mereka kupas dengan memposting foto-foto saat mereka melakukan aksi bersih lingkungan dengan gaya yang kekinian. Hal ini dapat menjadi kemungkinan besar untuk memengaruhi khususnya kalangan muda bahwa dengan menjadi relawan suka rela tidak akan mengurangi nilai diri kita sebagai pemuda yang hidup di era digital dengan berbagai macam tuntutan untuk terus emngikuti perkembangan zaman.



Gambar 4. Kegiatan Kesadaran Masyarakat di Krisis Lingkungan yang di posting

Meskipun komentar negatif terus dilontarkan pada kolom komentar, namun pada rentang waktu 17 hari yakni 19/08 sampai 05/09 Pandawara terbilang sukses mengambil simpati pengguna Tiktok yang dibuktikan pada kolom komentar yang berisikan komentar positif dan dukungan bagi pandawara group. Dari sinilah hasil dari Pandawara Group dalam

mengkampanyekan kebersihan lingkungan secara bertahap naik dan terus berlanjut.



Gambar 5. Komentar di salah satu kegiatan Pandawara Group

Beragam komentar yang dilontarkan dalam beberapa hari setelah pengunggahan video pertama Pandawara Group menjadi populer dalam membahas isu lingkungan. Pada penelitian yang dilakukan oleh Shabrina, A., Nuraini, K., & Naufal, A. (2023, November) Pandawara Group tidak hanya menjalankan aksinya dengan beranggotakan lima orang saja. Pandawara Group senantiasa mengajak masyarakat sekitar untuk membantu menjalankan aksinya seperti pada salah satu konten Tiktok yang mereka unggah yang memiliki pengaruh besar yakni ketika mereka melakukan pembersihan pada beberapa pantai yang tergolong tidak terjaga kebersihannya yakni antara lain, Pantai Teluk yang terletak di Desa Teluk Kabupaten Pandeglang. Awal mula ajakan pembersihan mereka sebarakan melalui akun Tiktok mereka dan mendapatkan views jutaan orang. Dari konten tersebut akhirnya berhasil mengambil hati ribuan orang untuk turut serta suka rela melakukan gotong royong untuk membersihkan Pantai Teluk.

Dari beberapa penelitian diatas yang telah dicantumkan membuktikan bahwa efektivitas platform Tiktok sangat tinggi untuk mempengaruhi pola pemikiran yang berbuah tindakan khalayak. Dalam konteks ini juga termuat adanya pengolahan konten yang dikupas secara kreatif oleh Pandawara Group pada sebagian besar isi konten yang mereka kampanyekan dengan gaya bahasa sarkasme dengan tujuan untuk mengubah dan menyedarkan pemikiran khalayak yang belum terkena dampak dari aktivitas mengolah sampah yang tidak benar. Tidak hanya khalayak pengikut akun Pamdawara Group saja yang terkena dampak, melainkan karena viralitas unggahan konten mereka berhasil mengambil perhatian pemerintah setempat untuk memperkuat strategi kampanye kebersihan lingkungan yang mereka jalankan. Dalam hal ini juga berhubungan dengan keberlanjutan suatu lingkungan yang berarti lingkungan harus terjaga dalam dengan tidak terikat dengan rentang waktu. Lingkungan juga dapat dimaksudkan juga untuk memenuhi kebutuhan sumber daya yang akan memberikan kebermanfaatan yang berujung pada ekosistem lingkungan yang seimbang.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelusuran artikel dengan kata kunci "Pandawara Group" kemudian melalui proses penyaringan artikel berdasarkan kriteria yang telah penulis tetapkan yang terdiri dari kriteria inklusi dan eksklusi artikel dengan menggunakan metode systematic literature review dan studi etnografi virtual sebagai penunjang keaslian pembahasan terkait "Peran Komunikasi Berbasis Akun TikTok Pandawara Group dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat terkait Krisis Lingkungan," Pada penelitian ini telah disimpulkan bahwa platform TikTok telah

menjembatani komunikasi secara luas pada berbagai macam kalangan yang kemudian menjadi wadah kampanye untuk membuat suatu perubahan pada suatu kondisi lingkungan. Pemanfaatan platform digital seperti yang sedang dibahas pada penelitian ini yakni platform Tiktok pada akun Pandawara Group telah membuktikan efektivitas penyebaran informasi yang berbasis edukasi untuk pembangunan berkelanjutan pada sektor lingkungan. Studi tentang akun Tiktok Pandawara Group telah menjadi bahan edukasi bagi khalayak yang telah tertuang pada banyak penelitian yang menjadikan akun Pandawara Group sebagai pembahasan utama pada penelitian.

Isu-isu lingkungan penting untuk diangkat terus menerus demi mencapai kestabilan kondisi lingkungan. Strategi yang telah Pandawara Group implementasikan dalam kontennya berhasil membuat gebrakan bagi para pengguna aktif tiktok untuk lebih peduli akan kebersihan lingkungan khususnya pada aktivitas pengelolaan sampah. Pembahasan yang menarik mereka gunakan dengan menyesuaikan era masa kini. Tingginya angka pengguna Tiktok seperti yang tertera pada pembahasan ini memungkinkan besarnya potensi platform Tiktok untuk menjangkau seluas-luasnya. Pengaruh opini dari Pandawara sendiri yang seringkali mereka ungkap pada bagian isi video, caption, editing, dan lain-lain sangat memengaruhi pengikutnya. Terbukti pada pembahasan sebelumnya bahwa mereka berhasil menarik perhatian warga setempat Pantai Teluk untul turut serta suka rela membersihkan sampah demi tujuan kenyamanan hidup bersama.

Dalam penelitian ini juga membahas secara mendalam terhadap dampak dari konten Pandawara Group yang membuktikan adanya pengaruh signifikan yang terbagi menjadi beberapa dimensi meliputi kognitif, afektif, dan konatif masyarakat. Konten Pandawara Group berhasil membangkitkan sisi emosional positif pada individu terkait rasa kepedulian terhadap lingkungan serta memberikan dorongan berupa tindakan nyata, seperti yang telah terjadi yakni adanya peningkatan partisipasi masyarakat sekitar dalam kegiatan bersih-bersih. Hal ini juga dipengaruhi oleh konsistensi Pandawara Group dalam memproduksi konten yang relevan, yang kemudian didukung oleh respon positif pengikut yang termuat pada dalam kolom komentar. Secara keseluruhan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi terkait Pembangunan pada segi lingkungan melalui platform Tiktok yang diterapkan oleh Pandawara Group, dengan memanfaatkan jangkauan dan fitur yang disediakan oleh TikTok terbukti mampu meningkatkan kesadaran masyarakat untuk terlibat secara nyata dalam rangka upaya mengangkat isu-isu krusial tentang ketidakseimbangan kondisi lingkungan dengan memanfaatkan platform digital seperti Tiktok.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, M. Y., Damayanti, N., & Ardoyo, N. A. W. (2023). Kampanye Media Sosial Tiktok@ Pandawaragroup Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Menjaga Kebersihan Lingkungan. *Jurnal Cyber Pr*, 3(2), 96-103.
- Baladraf, A. Z. S., Ammar, T. N., Ramadhan, T. R., & Muksin, N. N. (2024, November). Pengaruh Komentar Positif Terhadap Berkembangnya Konsistensi Konten Kreator Tiktok Pandawara Group Dalam Konten Menjaga Lingkungan. In *Prosiding Seminar Nasional Penelitian Lppm Umj*.
- Darmawan, J. P. (2023). Pengaruh Daya Tarik Konten Tiktok Pandawara Group Terhadap Minat Menjadi Relawan Pandawara (Doctoral Dissertation, Universitas Atma Jaya Yogyakarta).
- Faizal, M. A. I. (2024). Dampak Konten Media Sosial@ Pandawaragroup Terhadap Masifnya Aksi Pembersihan Sampah Di Sungai Dan Pantai. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Dakwah Dan Ilmu Komunikasi*, 1(1).
- Hall. *Jurnal Ilmu Komunikasi Uho: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi*,

9(4), 909-923.

- Permata, D. H., Mahadi, E. M. M., Poerwaningtias, I., & Iswandariwati, M. A. (2025). Komunikasi Persuasi Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Communio: Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 14(1), 1-13.
- Putri, W. E., Christiani, L. C., Sari, F. N., & Pramuja, M. (2024). Pengaruh Paparan Konten Tiktok Pandawara Group Terhadap Perilaku Sadar Lingkungan. *Jurnal Communio: Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 13(2), 360-373.
- Rahmadina, F., & Sutarso, Y. (2024). Peran Kampanye Media Sosial, Isu Lingkungan, Dan Persepsi Efektivitas Konsumen Terhadap Niat Beli Produk Pengganti Kemasan Sekali Pakai. *Modus*, 36(1), 75-93.
- Salpidawati, S. (2025). Komunikasi Persuasif Dalam Adaptasi Konsep Ekoliterasi Pada Konten Padawara Group. *Cendikia: Jurnal Pendidikan Dan Pengajaran*, 3(1), 518-538.
- Shabrina, A., Nuraini, K., & Naufal, A. (2023, November). Strategi Kampanye Kebersihan Lingkungan Oleh Pandawara Group Melalui Media Tiktok. In *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (Sniis)* (Vol. 2, Pp. 1544-1556).
- Situmorang, M. T. N. M., Perdana, D. D., & Martadireja, S. (2024). Pengaruh Konten Pembersihan Sungai Dan Pantai Di Akun Tiktok Pandawara Group Terhadap Peningkatan Kesadaran Lingkungan Pengikutnya. *Journal Comsosmed*, 1(2), 01-14.
- Sukmono, I., Kuswanti, A., & Muqsith, M. A. (2024). Berdaya Dengan Media Digital: Pandawara Group Mengkampanyekan Kebersihan Lingkungan Melalui Tik-Tok. *G-Tech: Jurnal Teknologi Terapan*, 8(4), 2143-2153.
- Tamba, R., Sitorus, H. R. P., Situmorang, L., Wahyudi, A., & Ibrahim, M. (2024). Peran Komunitas Pandawara Dalam Mengantisipasi Pencemaran Lingkungan Hidup. *Interdisciplinary Explorations In Research Journal*, 2(2), 929-939.
- Wibisono, M. P., & Haqqu, R. (2024). Analisis Penerimaan Pesan Satire Lingkungan Di Konten Tiktok@ Pandawaragrup Menggunakan Teori Resepsi Stuart
- Wijonarko, D., Ramdhani, M., & Arindawati, W. (2024). Pengaruh Konten Tiktok@ Pandawaragroup Terhadap Perilaku Menjaga Kebersihan Lingkungan. *Jkomdis: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 4(1), 129-134.
- Yanti, D., Lestari, D. M., & Fajarwati, N. K. (2024). Efektivitas Konten Media Sosial Tiktok@ Pandawaragroup Sebagai Media Kampanye Membersihkan Lingkungan. *Filosofi: Publikasi Ilmu Komunikasi, Desain, Seni Budaya*, 1(2), 67-77.