

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Manusia tidak akan terlepas dengan adanya teknologi, teknologi ini semakin hari semakin berkembang seiring berkembangnya zaman. Banyak manusia yang merasa terbantu adanya perkembangan teknologi di lingkungan mereka mulai dari mencari informasi, berkomunikasi, ataupun mendapatkan informasi. Dalam hal ini penggunaan media sosial untuk mencari informasi merupakan hal yang mudah dilakukan melalui telepon genggam (Firamadhina & Krisnani, 2021). Media sosial *mobile* merupakan penggabungan antara *mobile (handphone, tablet* dan lain-lain) dan media sosial (Monica Hidajat *et al.*, 2015). Media sosial *mobile* berbeda dengan media sosial *web* karena terdapat suatu faktor baru yaitu lokasi pengguna atau waktu *delay* antara pengirim dan penerima pesan (Monica Hidajat *et al.*, 2015). Di dalam media sosial terdapat berbagai aplikasi tidak hanya aplikasi yang membantu kita dalam berkomunikasi namun juga ada aplikasi yang bisa kita gunakan untuk melihat video, contohnya di aplikasi Tiktok.

Tiktok merupakan salah satu aplikasi yang ada dalam lingkup media sosial, namun aplikasi Tiktok ini merupakan salah satu aplikasi yang populer di semua kalangan termasuk mahasiswa. Pada aplikasi ini memungkinkan para penggunanya untuk membuat video kreatif dengan berbagai jenis tema mulai dari tarian, berita-harian, bahkan cerita pendek (Kis *et al.*, 2024). Aplikasi video Tiktok ini memiliki berbagai macam fitur musik yang banyak sehingga para penggunanya dapat membuat video dengan berbagai macam tarian, gaya bebas, dan masih banyak lagi. Sehingga dapat mendorong kreativitas pengguna menjadi *content creator* (Pebirimireni & Fauziya, 2024). Sebelum menjadi aplikasi sendiri, awal mulanya Tiktok sendiri tergabung dalam aplikasi Musica.ly yang pada dasarnya aplikasi ini adalah aplikasi *lip sync* (Firamadhina & Krisnani, 2021), Aplikasi Tiktok ini banyak disukai masyarakat

karena pada aplikasi ini memiliki karakteristik tersendiri yang tidak ditemukan dalam media sosial lainnya, selain itu dalam aplikasi ini mendorong bagi penggunanya untuk mengungkapkan identitas masing-masing (Firamadhina & Krisnani, 2021).

Tiktok hadir sebagai media sosial yang memungkinkan siapa saja menjadi *content creator* serta mendorong bagi para penggunanya untuk berbagi kreativitas melalui video berdurasi 15 detik hingga 3 menit (Claretta et al., 2022). Menurut (DataIndonesia.id, n.d.) per april 2024, Negara Indonesia memasuki pengguna Aplikasi media sosial Tiktok dengan 123,5 juta pengguna aplikasi ini. Dalam aplikasi Tiktok terdapat berbagai macam *content creator* dengan konten yang menghibur ataupun mengedukasi, salah satu *content creator* yang mengedukasi adalah Pandawara Group. Terdapat pembeda dari *content creator* lainnya, Pandawara Group merupakan salah satu *content creator* yang mengangkat tema isu lingkungan. Alasan dari Pandawara Group ini mengambil tema seputar lingkungan adalah mereka resah akan perilaku masyarakat yang masih membuang sampah sembarangan. Dilansir dari (DataIndonesia.id, 2024) Indonesia merupakan salah satu Negara dengan urutan 8 penghasil sampah rumah tangga dengan 14.728.364 ton/Tahun. Pandawara Group berusaha mengedukasi masyarakat akan pentingnya menjaga ataupun peduli akan isu lingkungan melalui media sosial Tiktok.

Dalam hal ini media sosial Tiktok merupakan salah satu media sosial yang dapat dengan mudah mencari informasi bagi para penggunanya kapan saja dan dimana saja, berbeda halnya dengan media penyiaran televisi yang bersifat konvensional (Pardianti & S, 2022). Dalam aplikasi ini juga banyak ditemukan *content creator* baik yang mengangkat tema hiburan ataupun konten edukasi salah satunya adalah Pandawara Group. Dilansir dari (Detik.com, 2023), Pandawara Group sendiri beranggotakan 5 orang yang terdiri dari Rafli Pasya, Agung Permana, Gilang Rahma, Muchamad Iksan dan Rifki Sa'adullah. Kelima orang ini adalah sahabat mulai dari bangku SMA dan awal mula terciptanya Pandawara Group ini.

Dalam konteks perkembangan media sosial, salah satu isu yang kini banyak disuarakan melalui platform digital adalah isu lingkungan hidup, khususnya mengenai krisis sampah dan pencemaran pantai di Indonesia. Berdasarkan data dari Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK, 2023), Indonesia menghasilkan lebih dari 17 juta ton sampah plastik setiap tahun, dan sekitar 30% di antaranya berakhir di sungai serta pesisir pantai. Kondisi ini menjadikan Indonesia sebagai penyumbang sampah plastik terbesar kedua di dunia setelah Tiongkok (Jambeck et al., 2015).

Fenomena ini tidak hanya berdampak pada keindahan alam, tetapi juga mengancam ekosistem laut, pariwisata, serta kesehatan masyarakat pesisir. Dalam konteks tersebut, muncul gerakan-gerakan sosial berbasis komunitas yang berupaya menumbuhkan kesadaran publik terhadap pentingnya menjaga kebersihan lingkungan, salah satunya adalah Pandawara Group — sekelompok anak muda yang aktif di media sosial Tiktok dengan mengunggah konten bertema pembersihan lingkungan.

Melalui video yang diunggah secara rutin, Pandawara Group berupaya membangun partisipasi publik untuk terlibat langsung dalam menjaga kebersihan pantai. Salah satu video mereka yang viral berjudul “Pembersihan Pantai Labuan”, menampilkan kegiatan bersih-bersih pantai bersama masyarakat setempat. Konten ini menjadi simbol dari bentuk komunikasi lingkungan (*environmental communication*) di era digital, yaitu penyampaian pesan ekologis melalui media sosial dengan pendekatan visual yang menarik dan interaktif (Cox, 2010).

Media sosial seperti Tiktok mempermudah penyebaran pesan lingkungan dengan cepat dan luas, terutama kepada generasi muda. Melalui algoritma dan sistem rekomendasi video, pesan-pesan ekologis dapat menjangkau jutaan pengguna dalam waktu singkat. Hal ini menunjukkan bahwa media digital kini berperan penting dalam pembentukan kesadaran lingkungan dan dapat mendorong perubahan perilaku masyarakat.

Di Dalam video Pandawara Group dapat kita lihat kegiatan mereka adalah membersihkan lingkungan seperti membersihkan sungai, gorong-gorong, got dan pantai. Salah satu Video yang membuat Pandawara Group ini viral adalah video pertamanya yang membersihkan got di area lingkungan mereka sendiri, yang awal mula got banyak didapati banyak sampah sampai sampah di area got tersebut berkurang. Video pertama pada akun Tiktok mereka berjudul “*Mau Banjir*” maka dari itu mereka membersihkan got akan sampah dengan maksud got mereka tidak mampet dan menjadi pemicu utama banjir. Banyak masyarakat kaula muda berkomentar di akun Pandawara Group ini dengan pujian positif, tidak hanya di luar negeri ternyata di Negara Indonesia juga mempunyai *content creator* yang peduli akan isu lingkungan. Selain itu banyak juga media lokal yang meliput akan kegigihan Pandawara Group sebagai pemuda inspiratif dalam membersihkan atau mengangkat isu lingkungan yang terjadi di masyarakat. Isu lingkungan yang diangkat oleh Pandawara Group ini adalah bagaimana cara mereka menyampaikan pesan yang berbobot namun dikemas dengan cara mudah dipahami. Selain itu dari konten yang dibuat oleh mereka menyampaikan bagaimana kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga lingkungan di sekitar mereka. Selain itu mereka juga menyampaikan bagaimana dampak dan bahaya apabila kita masih membuang sampah sembarangan dan tidak mengerti dampak dari membuang sampah sembarangan.

Banyak gerakan yang sudah dilakukan oleh Pandawara Group salah satunya adalah membersihkan sungai, Pandawara group juga membersihkan pantai di Provinsi Banten yaitu Pantai Labuan yang berada di Desa Teluk Kecamatan Labuan Kabupaten Pandeglang Provinsi Banten. Dalam konten ini banyak menarik perhatian masyarakat karena pada Pantai Labuan sendiri banyak terlihat tumpukan sampah disana, akibat terlalu banyaknya tumpukan sampah bibir pantai labuhan sampai tidak terlihat dikarenakan tumpukan sampah yang hari demi hari semakin banyak. Dalam hal pembersihan Pantai Labuan ini Pandawara Group tidak hanya sendirian namun juga dibantu oleh seluruh kalangan masyarakat dan instansi pemerintah Provinsi Banten.

Dalam video Pandawara Group yang berjudul “Pembersihan Pantai Labuan” ini bertujuan untuk menyadarkan masyarakat akan pentingnya peduli lingkungan yang ada di daerah mereka, selain itu juga dapat menjadi peran penting dalam mengingat bahaya membuang sampah sembarangan dan dampak dari membuang sampah sembarangan khususnya pada lingkungan pantai melalui video Tiktok. Tidak hanya pada video berepisode “Pembersihan Pantai Labuan” konten mereka yang lain seperti membersihkan sungai juga merupakan salah satu upaya kampanye untuk membersihkan lingkungan dari tumpukan sampah. Mereka juga menyadarkan bahwa tumpukan sampah tidak hanya menyebabkan banjir saja, namun juga menyadarkan bahwa tumpukan sampah membawa penyakit yang dampaknya sangat berbahaya bagi masyarakat.

Dalam video Pandawara Group episode “Pembersihan Pantai Labuan” memiliki konteks pemaknaan khalayak bagi masyarakat khususnya mahasiswa Fakultas Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang terhadap konten Tiktok Pandawara Group ini. Mahasiswa dituntut sebagai agen perubahan baik itu dalam hal politik ataupun lingkungan. Alasan peneliti memilih mahasiswa FISIP UMM yang tidak hanya mencari secara acak saja, yang dimana nantinya peneliti akan memilih 5 orang yang menjadi subjek penelitian yang memiliki karakteristik, ekonomi dan latar belakang yang berbeda-beda. Selain itu peneliti memilih mahasiswa FISIP UMM agar memperoleh subjek yang lebih kompleks dengan dasar latar belakang mereka yang berbeda-beda. Lalu nantinya penelitian ini akan menggunakan analisis resepsi dan teori resepsi yang digagas oleh Stuart Hall, yang dimana analisis resepsi sendiri merupakan cara atau metode untuk mengetahui bagaimana khalayak menerima, membaca, ataupun mengolah informasi yang telah disampaikan oleh suatu media (Pujarama & Yustisia, 2020).

Media yang dimaksud dalam penelitian ini merupakan konten Tiktok Pandawara Group yang berjudul “Pembersihan Pantai Labuan”. Nantinya peneliti dapat mengetahui ketika subjek penelitian memaknai pesan dari konten tersebut

melalui proses *decoding*. Dalam proses ini peneliti akan melihat bagaimana subjek penelitian menerima pesan, memaknai pesan, dan menemukan makna pada pesan yang telah disampaikan. Setelah melalui proses *decoding* peneliti akan menempatkan subjek penelitian kedalam 3 posisi. Menurut konsep analisis resepsi dalam buku (Machmud, 2018) analisis resepsi memiliki 3 posisi yang pertama adalah posisi Hegemoni Dominan (*The Dominant Hegemonic*) yaitu khalayak menerima pesan yang disampaikan, Posisi Negosiasi (*The Negotiated Reading*) khalayak masih bernegosiasi tidak menerima ataupun mengirim pesan yang disampaikan, Posisi Oposisi (*The Oppositional Reading*) khalayak sepenuhnya menolak atas pesan yang disampaikan oleh suatu media.

Dalam analisis resepsi sendiri Penelitian ini memiliki beberapa poin penting, yang pertama pemahaman media sosial terutama dalam aplikasi Tiktok terhadap pemaknaan khalayak pada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Muhammadiyah Malang terhadap isu lingkungan ataupun menjaga kebersihan lingkungan di area mereka yang masih terbatas.

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini tertarik untuk mengkaji bagaimana mahasiswa FISIP Universitas Muhammadiyah Malang yang memaknai pesan lingkungan khususnya kebersihan lingkungan pantai dalam konten Pandawara Group. Melalui pendekatan analisis resepsi (*reception analysis*), peneliti berusaha memahami bagaimana khalayak dalam hal ini mahasiswa menerima, menegosiasikan, atau menolak pesan yang disampaikan melalui media sosial Tiktok. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada kajian komunikasi lingkungan digital dan memperlihatkan bagaimana media sosial menjadi sarana efektif dalam membentuk kesadaran ekologis masyarakat.

1.2 Rumusan Masalah

Pada uraian latar belakang yang sudah tertera diatas penulis dapat menyimpulkan rumusan masalah, Bagaimana mahasiswa FISIP UMM dapat

menemukan makna dan memaknai pesan terkait dengan pesan yang disampaikan oleh Pandawara Group tentang bagaimana cara mereka menyuarakan pesan isu lingkungan terkait dampak dan bahaya membuang sampah sembarangan khususnya di area pantai melalui video Tiktok mereka episode “Pembersihan Pantai Labuan”.

1.3 Tujuan Penelitian

Pada uraian latar belakang yang sudah tertera diatas penulis dapat menyimpulkan rumusan masalah, Bagaimana mahasiswa FISIP UMM dapat menemukan makna dan memaknai pesan terkait dengan pesan yang disampaikan oleh Pandawara Group tentang bagaimana cara mereka menyuarakan pesan isu lingkungan terkait dampak dan bahaya membuang sampah sembarangan di area pantai melalui video Tiktok mereka episode “Pembersihan Pantai Labuan”.

Selain itu mahasiswa juga merupakan seorang yang terdaftar dan aktif mengikuti proses pendidikan di perguruan tinggi, yang memiliki kemampuan berpikir kritis terhadap isu lingkungan dan isu sosial. Alasan itulah yang menjadikan peneliti menggunakan mahasiswa FISIP UMM menjadi subjek penelitian. Harapannya mereka tidak hanya menerima pesan media secara pasif tapi juga menafsirkan dan memaknai pesan tersebut sesuai dengan latar belakang pengetahuan dan pengalaman mereka.

Penelitian ini bertujuan untuk Mengetahui bagaimana resepsi khalayak terhadap isu lingkungan pada konten Pandawara Group episode “Pembersihan Pantai Labuan” adapun penelitian ini mempunyai manfaat seperti:

1.3.1 Manfaat Akademik

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi pada pengembangan kajian komunikasi lingkungan digital (*environmental communication*) serta memahami bagaimana khalayak (mahasiswa) memaknai pesan ekologi melalui media sosial berbasis video pendek seperti Tiktok.

1.3.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat membantu pembaca dalam memaknai pemaknaan khalayak terhadap isu lingkungan yang terdapat pada konten Pandawara Group episode “Pembersihan Pantai Labuan”. Setelah adanya penelitian ini diharapkan adanya penyamaan makna atas pesan yang disampaikan oleh peneliti dan khalayak luas ketika melihat konten dalam video Pandawara Group tersebut.

