

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi Massa

Penyebaran informasi pada zaman sekarang yang semakin cepat dapat mempengaruhi kehidupan dalam masyarakat. Penyebaran informasi ini lalu menghasilkan pola komunikasi yang penting di Masyarakat karna ada banyaknya media informasi yang timbul dari berkembangnya teknologi. Komunikasi massa adalah penyampaian, penyebaran informasi dan pesan-pesan melalui media baik cetak maupun digital (elektronik) yang ditujukan kepada khalayak umum. Maka daripada itu Komunikasi massa merupakan proses komunikasi yang terjadi antar manusia dengan menggunakan media massa (Tambunan, 2018).

Menurut *De Fleur & McQuail* dalam (Hariyanto, 2021), *komunikasi massa* merupakan suatu proses di mana komunikator memanfaatkan media untuk menyebarkan pesan secara luas dan berkesinambungan, dengan tujuan menciptakan makna serta memengaruhi khalayak yang besar dan beragam.

Pada Definisi diatas dapat diringkas bahwa Penyebaran informasi yang semakin cepat dapat memengaruhi kehidupan masyarakat. Pola komunikasi yang terbentuk dari penyebaran informasi ini menjadi sangat penting karena munculnya berbagai media informasi yang berkembang seiring kemajuan teknologi. Dimana proses penyampaian dan penyebaran informasi serta pesan melalui media cetak dan digital yang ditujukan kepada audiens luas, dengan tujuan untuk menciptakan makna dan mempengaruhi berbagai kelompok masyarakat secara terus-menerus.

Menurut *Charles R. Wright 1959 Ataxonomy of Concept in Communication* dalam (Hariyanto, 2021) Komunikasi massa memiliki karakteristik utama yaitu:

- . Diarahkan pada khalayak yang relative besar.
- . Heterogen dan anonym.
- . Pesan disampaikan secara terbuka.
- . Seringkali dapat mencapai kebanyakan khalayak secara serentak.
- . Bersifat sekilas.
- . Komunikator cenderung bergerak dalam organisasi yang kompleks yang melibatkan biaya besar.

Dalam hal ini maka Komunikasi massa memiliki beberapa karakteristik penting yang relevan dengan penelitian ini. Pertama adalah sifat komunikasi satu arah, seperti yang terlihat pada media sosial TikTok, di mana pesan disampaikan oleh kreator kepada audiens tanpa adanya umpan balik langsung. Karakteristik ini memungkinkan konten dari @pandawaragroup menyampaikan pesan tentang kebersihan kepada masyarakat secara efektif.

Kedua, media massa mampu menyampaikan pesan ke berbagai penjur, termasuk kepada anggota Karang Taruna Jodipan. Pesan yang bersifat umum dan generik ini relevan bagi audiens yang heterogen.

Ketiga, ketergantungan pada teknologi memainkan peran penting dalam mendukung penyebaran informasi secara cepat dan mudah melalui media digital seperti TikTok. Hal ini dapat dilihat dari meningkatnya kesadaran anggota Karang Taruna Jodipan tentang pentingnya menjaga kebersihan, yang merupakan hasil dari efek kognitif, afektif, dan perilaku dari komunikasi massa. Karakteristik ini mendukung kesimpulan bahwa komunikasi massa, khususnya melalui TikTok, memiliki peran signifikan dalam meningkatkan kesadaran masyarakat, yang menjadi fokus utama penelitian ini.

2.2 Media Massa

Media massa merupakan bentuk komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak umum, dalam jumlah yang banyak, dan melalui media cetak atau elektronik, serta dengan bentuk komunikasi tersebut, informasi yang disebarluaskan dapat menjangkau berbagai unsur lapisan Masyarakat (Syaipudin, 2020)

Media massa adalah salah satu alat penting dalam menyampaikan informasi kepada khalayak luas. Dalam era digital saat ini, media massa tidak hanya terdiri dari media cetak seperti surat kabar dan majalah, tetapi juga media elektronik seperti televisi, radio, dan internet (Abdullah S. D., 2024).

Dari pemaparan di atas dapat dipahami bahwa, Media massa merupakan alat penting dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat luas, baik melalui media cetak maupun elektronik. Di era digital, peran media massa semakin berkembang dengan adanya internet, memungkinkan informasi menjangkau berbagai lapisan masyarakat dengan lebih cepat dan efisien.

2.3 Media Sosial

Media digital, dapat memudahkan seseorang dalam melakukan hal apapun secara online. Media digital tersebut meliputi media sosial seperti Instagram, TikTok, Line, dan lain-lain (Harnata, 2022).

Media sosial merupakan media di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain dan membentuk ikatan sosial secara virtual (Widada, 2018).

Perkembangan teknologi komunikasi dan media digital telah mengubah cara manusia berinteraksi dan mengakses informasi. Media digital, termasuk media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Line, mempermudah berbagai aktivitas secara online, memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi, berbagi, dan membentuk ikatan sosial secara virtual. Selain itu, media massa yang kini mencakup media cetak dan elektronik, memperluas jangkauan informasi dan memungkinkan akses real-time, menjadikan proses pertukaran informasi lebih cepat dan efektif di era digital ini.

2.3.1 TikTok

Salah satu bentuk media sosial yang terkenal yaitu TikTok, Platform yang didalamnya memberikan kemungkinan bagi para penggunanya untuk berinteraksi dan membuat video pendek yang berdurasi dari 15 detik hingga 3 menit didalam terdapat beragam konten seperti lipsync, kegiatan sehari-hari, humor dan juga edukatif sosial. TikTok didirikan pada tahun 2020 yang dimiliki oleh ByteDance Perusahaan yang berada di Tiongkok. TikTok jadi sangat populer karena algoritmanya yang pintar dalam menyesuaikan konten dengan selera pengguna. Melalui halaman "For You", TikTok mempelajari apa yang kita suka dari video yang sering kita tonton, like, atau komentari—lalu merekomendasikan video-video yang seolah dibuat untuk kita. Awalnya, aplikasi ini sangat digandrungi oleh anak muda, tapi sekarang penggunanya sudah dari segala usia. Lebih dari sekadar hiburan, TikTok juga efektif digunakan untuk promosi, menciptakan tren viral, dan menggerakkan kampanye sosial yang berpengaruh.

TikTok adalah untuk merekam dan menyajikan kreativitas serta momen berharga dari seluruh penjuru dunia melalui ponsel. TikTok memungkinkan setiap orang untuk menjadi creator dan mendorong pengguna untuk membagikan ekspresi ekspresi komunikasi kreatif melalui video berdurasi 15 detik (Pratama, 2020).

a. (For Your Page)

Halaman utama yang menampilkan video-video yang dipersonalisasi berdasarkan minat dan interaksi pengguna. Algoritma TikTok akan merekomendasikan konten yang dianggap relevan atau menarik bagi pengguna, sehingga video dari kreator yang tidak diikuti pun bisa muncul di sini.

b. Duet dan Stich

Duet memungkinkan pengguna merekam video bersama dengan video orang lain secara bersamaan dalam tampilan layar terbagi dua. Ini sering digunakan untuk kolaborasi, reaksi, atau tantangan.

Stitch memungkinkan pengguna untuk mengedit dan menyambungkan cuplikan video orang lain ke dalam video mereka sendiri, memberikan fleksibilitas lebih dalam membuat narasi atau tanggapan kreatif.

c. Filter dan Efek

TikTok menyediakan berbagai filter dan efek yang dapat digunakan untuk mempercantik atau memberikan sentuhan kreatif pada video. Misalnya, efek transisi, augmented reality (AR), dan efek suara yang dapat disesuaikan.

d. Hashtag Challenges

TikTok sering memiliki tantangan (challenges) yang didasarkan pada hashtag tertentu. Tantangan ini mendorong pengguna untuk membuat video dengan tema atau konsep yang sama, yang sering kali menjadi viral. Ini adalah cara TikTok untuk meningkatkan partisipasi pengguna dan keterlibatan dalam komunitas.

e. Direct Messaging

TikTok memiliki fitur pesan langsung yang memungkinkan pengguna berkomunikasi satu sama lain. Namun, fitur ini sering kali memiliki

pembatasan untuk menjaga privasi dan keamanan, terutama bagi pengguna di bawah umur.

f. Jelajahi (Explore)

Halaman yang menampilkan tren, hashtag, dan konten populer saat ini. Melalui fitur ini, pengguna dapat menemukan video baru, kreator yang sedang naik daun, serta berbagai tantangan atau tren yang sedang viral. TikTok mengkurasi konten di halaman Jelajahi berdasarkan minat dan interaksi pengguna, sehingga mereka bisa menemukan konten yang relevan dan menarik sesuai preferensi mereka. Fitur ini juga memudahkan pengguna untuk menjelajahi dan mengikuti tren yang sedang berlangsung di seluruh platform.

2.3.2 TikToker

TikToker adalah orang yang aktif membuat dan membagikan video di TikTok. Mereka bisa siapa saja, dari yang hanya iseng bikin video sesekali sampai kreator yang rajin bikin konten unik, lucu, atau informatif. Banyak TikToker yang punya banyak followers dan dikenal karena gaya konten mereka yang khas, seperti tantangan dance, komedi, tutorial, kegiatan kebersihan atau isu topik lainnya. Beberapa TikToker bahkan jadi terkenal dan bisa dapat uang dari video mereka lewat sponsor atau kerja sama dengan brand. TikToker juga sering memulai tren yang akhirnya viral di TikTok dan menyebar ke mana-mana.

Konten kreator merupakan sebutan untuk orang yang bekerja dengan menciptakan konten atau media untuk di bagikan secara online (Lestari, 2023). Selain itu, mereka juga berkontribusi dalam memengaruhi audiens lewat konten yang mereka hasilkan, dengan harapan bisa memberikan dampak yang berarti. Konten yang dibuat sering kali dirancang untuk menarik perhatian dan mendorong audiens untuk berinteraksi, baik melalui hiburan, informasi, atau inspirasi. Dengan demikian, konten kreator dapat membangun komunitas dan menjalin hubungan yang lebih erat dengan para pengikutnya.

2.4 Terpaan Media

Terpaan media adalah situasi di mana individu secara berkelanjutan menerima informasi atau pesan dari berbagai media, seperti televisi, radio, surat

kabar, atau platform digital. Kondisi ini terjadi ketika audiens terus-menerus terpapar oleh berita atau konten yang disampaikan oleh media, baik secara langsung maupun tidak langsung. Terpaan yang sering dan intens dapat memengaruhi sikap, pandangan, serta perilaku individu yang terkena paparan tersebut.

Terpaan media diartikan sebagai suatu kondisi dimana orang diterpa oleh isi media atau bagaimana isi media menerpa audiens (Marta, 2016).

Terpaan media berusaha mencari data khalayak tentang media baik jenis media, frekuensi penggunaan maupun durasi penggunaan. Penggunaan jenis media meliputi media audio, audio visual, media cetak, dan online. Untuk mengukur terpaan media dapat dilihat dari 3 faktor: yakni frekuensi, durasi (Khairil, 2019).

Terpaan media merupakan konsep yang menilai seberapa sering dan intens audiens terpapar berbagai jenis media. Dalam penelitian terkait terpaan media, tujuan utamanya adalah memahami pola konsumsi media di masyarakat dengan mengidentifikasi beberapa faktor penting, seperti:

- Frekuensi
Frekuensi merujuk pada seberapa sering seseorang menggunakan media dalam periode tertentu. Semakin sering media digunakan, semakin tinggi intensitas terpaan pesan yang diterima audiens.
- Atensi
Atensi mengukur tingkat perhatian audiens saat mengonsumsi media. Meski seseorang sering terpapar media, dampaknya akan bervariasi tergantung pada seberapa besar perhatian yang diberikan pada konten yang disajikan.
- Durasi
Durasi adalah lamanya waktu yang dihabiskan audiens dalam mengonsumsi media. Semakin panjang durasi penggunaan, semakin besar kemungkinan pengaruh yang diberikan oleh konten media tersebut.

Ketiga faktor ini—frekuensi, durasi, dan atensi—memiliki peran krusial dalam menilai sejauh mana media mempengaruhi audiens. Pengukuran yang tepat terhadap faktor-faktor tersebut memungkinkan peneliti untuk memahami bagaimana pesan-pesan media dapat memengaruhi pembentukan opini publik, perilaku konsumen, serta perubahan dalam masyarakat.

2.5 Kesadaran Diri

(Goleman, 2000) menyebut kesadaran diri sebagai kemampuan memahami kondisi internal individu. Dalam konteks penelitian ini, Kesadaran diri merupakan kemampuan untuk mengenali dan memahami emosi, pikiran, serta perasaan yang muncul pada suatu momen. Ini mencakup pemahaman tentang bagaimana pengalaman internal tersebut dapat memengaruhi perilaku dan pilihan yang diambil. Dengan kesadaran diri, seseorang dapat menyadari apa yang dirasakannya, seperti ketika merasakan kecemasan, dan memahami apa yang menyebabkannya. Kemampuan ini membantu individu untuk memanfaatkan pemahaman tentang perasaan dan pikirannya dalam membuat keputusan yang lebih baik. Misalnya, jika seseorang merasa marah, mereka dapat memilih untuk menenangkan diri terlebih dahulu sebelum bertindak. Kesadaran diri juga berperan dalam meningkatkan hubungan sosial, mengurangi stres, dan membantu individu beradaptasi dengan berbagai situasi, yang pada akhirnya mendukung pertumbuhan pribadi dan emosional.

Kesadaran diri memungkinkan kita untuk berhubungan dengan emosi, pikiran, dan Tindakan (Sastrawinata, 2011). Kesadaran diri memungkinkan kita untuk terhubung dengan emosi, pikiran, dan perilaku kita. Dengan memiliki kesadaran ini, kita dapat lebih memahami perasaan yang kita rasakan dan sebab-sebab di baliknya. Selain itu, kita juga bisa mengenali pola pikir yang muncul serta bagaimana pola tersebut memengaruhi tindakan kita. Ketika kita memiliki kesadaran akan diri sendiri, kita dapat merespons situasi dengan lebih bijak dan membuat pilihan yang lebih tepat.

2.6 Menjaga Kebersihan

Peduli lingkungan adalah sikap dan tindakan yang dilakukan untuk mencegah kerusakan pada alam sekitar dan berusaha memperbaiki kerusakan yang telah terjadi. Ini mencakup berbagai aktivitas, seperti menjaga kebersihan, mendaur ulang, dan melestarikan sumber daya alam. Dengan menunjukkan kepedulian terhadap lingkungan, kita dapat membantu menjaga keseimbangan ekosistem dan memastikan lingkungan tetap sehat untuk generasi mendatang. Kebersihan merupakan upaya manusia untuk memelihara diri dan lingkungannya dari segala

yang kotor dan keji dalam rangka mewujudkan dan melestarikan kehidupan yang sehat dan nyaman (Yuliani, 2014).

Kebersihan adalah usaha manusia untuk merawat diri dan lingkungan dari hal-hal yang kotor. Ini mencakup menjaga kebersihan pribadi, seperti mandi dan mencuci tangan, serta membersihkan rumah dan tempat umum. Tujuan menjaga kebersihan adalah menciptakan kehidupan yang sehat, mencegah penyakit, dan meningkatkan kualitas hidup. Dengan melakukan ini, kita berkontribusi pada kesehatan diri sendiri dan kesejahteraan orang lain, serta membangun masyarakat yang harmonis. Salah satu aspek penting dalam menjaga kebersihan lingkungan adalah kebersihan sungai, yang sangat berperan dalam menjaga ekosistem dan kesehatan masyarakat di sekitarnya. Sungai yang bersih tidak hanya mendukung kehidupan flora dan fauna, tetapi juga menyediakan air bersih bagi masyarakat.

2.7 Menjaga Sungai

Sungai memiliki peranan yang sangat krusial dalam kehidupan manusia. Banyak peradaban besar sepanjang sejarah umat manusia telah berkembang di sepanjang tepi aliran sungai. Sangat penting bagi kita menjaga kebersihan Sungai, dengan banyak inti kehidupan didalamnya. Apabila rusak unsur dari Sungai tersebut akan merusak kehidupan disekitarnya. Juga sungai menyediakan air yang diperlukan untuk berbagai kebutuhan, pertanian, dan kegiatan lainnya, serta menciptakan ekosistem yang mendukung beragam spesies. Oleh karena itu, keberadaan sungai sangat vital untuk kelangsungan hidup dan kesejahteraan semua makhluk hidup di sekitarnya.

2.8 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu berfungsi untuk memberikan dasar teoritis dan kerangka acuan dalam memahami bagaimana media sosial, terutama TikTok, mempengaruhi kesadaran lingkungan. Penelitian ini juga membantu mengidentifikasi kekosongan dalam literatur terkait pengaruh konten TikTok terhadap kebersihan sungai, khususnya dalam konteks masyarakat lokal.

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa media sosial, khususnya TikTok, dapat mempengaruhi kesadaran dan perilaku lingkungan. Penelitian oleh Abdullah Aziz Rajudin & Sigit Pramono Hadi (2024) menemukan

bahwa konten TikTok @Pandawaragroup berpengaruh positif terhadap sikap peduli lingkungan generasi Z. Penelitian lainnya oleh Dimas Wijonarko et al. (2024) mengungkapkan bahwa konten TikTok @Pandawaragroup berpengaruh signifikan terhadap perilaku menjaga kebersihan. Namun, penelitian-penelitian ini belum fokus pada pengaruh konten TikTok terhadap kesadaran menjaga kebersihan sungai dalam konteks komunitas lokal. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kekosongan tersebut.

Penulis memutuskan untuk menyertakan beberapa penelitian dari tesis yang sudah dapat diakses secara online.

Penulis	Judul Penelitian	Metode dan Tipe Penelitian	Hasil Penelitian	Perbandingan	Kontribusi Penelitian
Abdullah Aziz Rajudin & Sigit Pramono Hadi (2024)	Pengaruh Konten TikTok Pandawara Group terhadap Sikap Peduli Lingkungan Gen Z	Kuantitatif, paradigma positivisme, metode purposive sampling, analisis regresi linear sederhana	Konten Pandawara Group berpengaruh positif sedang sebesar 57,4% terhadap sikap peduli lingkungan Gen Z.	Penelitian ini memfokuskan pada generasi Z di Jakarta Timur, Sedangkan penelitian saat ini pada anggota Karang Taruna	Memberikan wawasan tentang dampak konten media sosial dalam meningkatkan kesadaran lingkungan.

Dimas Wijonarko, Muhammad Ramdhani, & Weni A. Arindawati (2024)	Pengaruh Konten TikTok @Pandawaragroup Terhadap Perilaku Menjaga Kebersihan Lingkungan	Kuantitatif, survei eksplanatori, teori uses and effect	Konten TikTok @Pandawaragroup berpengaruh signifikan terhadap perilaku menjaga kebersihan lingkungan, dengan intensitas, isi pesan, dan daya tarik konten sebagai faktor utama.	Penelitian ini fokus pada perilaku kebersihan, sementara penelitian saat ini pada perilaku peduli lingkungan di sungai	Menyediakan dasar pemahaman tentang efektivitas pesan media sosial dalam membangun perilaku positif.
Elfrida Medina (2022)	Pengaruh Konten TikTok @Jeromepolin98 Sebagai Media Edukasi Terhadap Tingkat Pengetahuan	Kuantitatif, regresi linear sederhana, teori uses and effect	Efek konten Jeromepolin98 meningkatkan tingkat pengetahuan sebesar 15,7% dan pengaruh pengguna	Penelitian ini fokus pada edukasi konten, sementara penelitian saat ini pada kesadaran dan perilaku	Menggambarkan potensi konten media sosial sebagai alat edukasi yang efektif.

	an Generasi Z		n sebesar 40%.	peduli lingkungan.	
--	------------------	--	-------------------	-----------------------	--

Berdasarkan tinjauan penelitian sebelumnya, belum ditemukan studi yang secara khusus membahas pengaruh konten video bertema lingkungan di TikTok terhadap kesadaran masyarakat yang tinggal langsung di sekitar kawasan sungai, seperti Karang Taruna Kampung Jodipan. Karena itu, penelitian ini hadir untuk mengisi celah tersebut dengan menyoroti bagaimana paparan konten tersebut berdampak pada kesadaran perilaku lingkungan dalam konteks lokal yang lebih nyata dan relevan.

2.9 Teori Efek Terbatas (Limited Effect Theory)

Teori Paradigma efek terbatas merupakan pemikiran yang memandang media terlihat dalam control khalayak atas selektivitas (Anggraini, 2020)

Teori yang ada pada tahun 1950 ini dikemukakan oleh Lazarsfeld dan kawan-kawannya, teori ini didukung oleh Carl I. Hovland sebagai seorang psikolog sosial dalam penelitiannya tentang komunikasi massa yang dimana saat itu sedang dalam penelitian efektivitas komunikasi dalam meningkatkan moral dan sikap tentara.

Jadi pada teori ini menjelaskan bahwa media massa tidak memberikan pengaruh yang signifikan atau langsung kepada audiens. Media tidak selalu besar atau langsung. Sebaliknya, pengaruh media sering kali bergantung pada konteks dan berbagai faktor yang melingkupinya. Ini berbeda dengan pandangan awal yang mengira media punya kekuatan besar untuk langsung memengaruhi orang.

Penelitian ini menyoroti audiens yang terpapar konten secara pasif melalui mekanisme distribusi konten TikTok. Hal ini menunjukkan bahwa terpapar konten dari @PandawaraGroup mungkin tidak langsung memengaruhi kesadaran masyarakat tentang pentingnya menjaga kebersihan sungai. Pengaruh konten tersebut kemungkinan bersifat selektif dan bervariasi, tergantung pada karakteristik individu serta konteks sosial dan lingkungan di sekitarnya. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi sejauh mana konten tersebut dapat membentuk kesadaran masyarakat, meskipun mereka hanya terpapar secara kebetulan di platform TikTok.

2.10 Teori Kognitif, Afektif dan Behavioral

Menurut Steven m Chaffe dalam (Fajar, 2021), Jenis perubahan yang terjadi pada diri khlayak komunikasi massa, penerimaan informasi, dan perubahan persaaan atau sikap, dan perilaku; atau istilah lain perubahan kognitif, afektif dan behavioral.

Adapun sifat Kognitif meliputi peningkatan dalam kesadaran, lalu afektif berkaitan dengan emosi, perasaan dan juga attitude (sikap), sedangkan behavioral berhubungan dengan perilaku dan niat untuk melakukan sesuatu.

1. Efek Kognitif

Efek kognitif berhubungan dengan pikiran atau penalaran, sehingga khalayak yang semula tidak tahu, tidak mengerti, bingung menjadi merasa tahu dan jelas.

2. Efek Afektif

Efek ini kadarnya lebih tinggi daripada efek kognitif. "Efek afektif timbul bila ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi, atau dibenci khalayak." Efek ini berhubungan dengan emosi, sikap atau nilai.

3. Efek Behavioral

Efek behavioral atau yang sering disebut juga efek konatif, bersangkutan dengan niat, tekad, upaya, usaha, yang cenderung menjadi suatu kegiatan atau tindakan. Efek konatif timbul setelah muncul efek kognitif dan afektif.

Perilaku manusia dapat dilihat dari dua sudut pandang utama: sebagai makhluk hidup dan sebagai makhluk sosial. Pertama, perilaku dasar atau umum mencakup reaksi biologis yang dilakukan untuk merespons rangsangan, baik yang berasal dari dalam tubuh (internal) maupun dari lingkungan sekitar (eksternal). Respons ini dipicu oleh aktivitas sistem organisme terhadap berbagai stimulus yang ada.

Di sisi lain, perilaku sosial berhubungan dengan interaksi antarindividu. Dalam konteks ini, penerimaan terhadap perilaku seseorang sangat dipengaruhi oleh norma-norma sosial yang berlaku dan diatur oleh berbagai mekanisme kontrol

sosial. Selain itu, perilaku manusia juga dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti genetika, kecerdasan, emosi, sikap, otoritas, hubungan interpersonal, serta pengaruh dari orang lain di sekitarnya

2.11 Definisi Konseptual dan Operasional

2.11.1 Definisi Konseptual

Konseptual sebagai landasan teoritis yang membantu peneliti dalam merumuskan pertanyaan penelitian, mengembangkan hipotesis, dan mengarahkan analisis data (Sarief, 2023) Konseptual berperan sebagai dasar teoritis yang krusial dalam penelitian, karena memberikan kerangka acuan bagi peneliti untuk merumuskan pertanyaan penelitian yang relevan dan sesuai. Dengan landasan ini, peneliti dapat menyusun hipotesis yang berlandaskan teori-teori yang ada, sehingga memperkuat argumen mereka. Selain itu, konsep ini juga membantu peneliti dalam mengarahkan analisis data secara sistematis dan terstruktur, sehingga informasi yang dikumpulkan dapat dianalisis dalam konteks yang tepat, dan hasilnya dapat memberikan pemahaman yang berarti tentang fenomena yang sedang diteliti.

1. Terpapar konten kebersihan pada akun Tiktok @PandawaraGroup

Terpapar media merupakan kegiatan mendengarkan, melihat dan membaca pesan media massa ataupun mempunyai pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut, yang dapat terjadi pada tingkat individu ataupun kelompok (Nurlela, 2023). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak terpapar konten video TikTok dari akun @pandawaragroup terhadap tingkat kesadaran masyarakat dalam menjaga kebersihan Sungai Brantas, dengan fokus studi pada anggota Karang Taruna di Kampung Jodipan. Peneliti menggunakan beberapa indikator untuk mengukur terpapar konten tersebut, yaitu:

a) Frekuensi

Merujuk pada seberapa sering audiens terpapar pada konten video TikTok yang diproduksi oleh @PandawaraGroup. Semakin sering konten tersebut terpapar kepada audiens, semakin besar kemungkinan mereka untuk menyerap informasi dan pesan yang disampaikan. Hal ini dapat

berkontribusi pada peningkatan kesadaran masyarakat tentang pentingnya menjaga kebersihan Sungai Brantas.

b) Atensi

Mengacu pada sejauh mana audiens memperhatikan dan terlibat dengan konten video yang disajikan. Tingkat atensi yang tinggi menunjukkan bahwa audiens tidak hanya melihat video secara sekilas, tetapi benar-benar fokus pada pesan yang disampaikan. Jika audiens memberikan atensi yang tinggi terhadap konten, kemungkinan mereka akan lebih mengingat dan mempertimbangkan informasi tersebut dalam kehidupan sehari-hari mereka.

c) Durasi

Waktu yang dihabiskan audiens untuk menonton konten video TikTok. Durasi yang lebih lama menunjukkan bahwa audiens tertarik pada konten dan mungkin terpengaruh oleh pesan yang disampaikan. Jika audiens menonton video hingga selesai, hal ini dapat meningkatkan efektivitas konten dalam membentuk kesadaran mereka terhadap isu kebersihan sungai.

2. Kesadaran menjaga kebersihan oleh Karang taruna kampung Jodipan

Kesadaran masyarakat adalah pemahaman dan perhatian individu atau kelompok terhadap isu-isu lingkungan, khususnya mengenai kebersihan Sungai Brantas. Ini mencakup aspek pengetahuan tentang pentingnya menjaga kebersihan, sikap positif terhadap praktik kebersihan, dan tindakan nyata yang diambil untuk menjaga kebersihan sungai. Kesadaran ini dapat diukur melalui survei yang menguji pengetahuan, sikap, dan perilaku masyarakat. Kesadaran masyarakat merujuk pada tingkat pemahaman, pengetahuan, dan perhatian individu atau kelompok terhadap isu-isu lingkungan, khususnya terkait dengan kebersihan Sungai Brantas. Kesadaran ini mencakup beberapa dimensi Kesadaran lingkungan juga berarti kemampuan seseorang memahami apa permasalahan dan bagaimana yang seharusnya ada pada lingkungannya (Wijaya, 2019).

Kesadaran lingkungan hidup dapat diukur dengan empat indikator, yang satu sama lain berkaitan sebagai sebuah tahapan, yakni pengetahuan, sikap, pola perilaku (tindakan) (Jamanti, 2014) Adapun dalam kesadaran Masyarakat mencakup beberapa dimensi, yaitu:

1) Pengetahuan

Seberapa banyak informasi yang dimiliki masyarakat mengenai dampak pencemaran sungai dan pentingnya menjaga kebersihan.

2) Sikap

Pandangan positif atau negatif masyarakat terhadap kebersihan sungai dan upaya menjaga kebersihan tersebut.

3) Perilaku

Tindakan nyata yang diambil oleh masyarakat, seperti tidak membuang sampah ke sungai, mengikuti kegiatan bersih-bersih, atau mendukung kampanye kebersihan.

2.11.2 Definisi Operasional

Definisi operasional adalah uraian tentang batasan variabel yang dimaksud, atau tentang apa yang diukur oleh variabel yang bersangkutan (Hendrawan, 2019). Terpaan konten dalam penelitian ini adalah pada video TikTok @pandawaragroup terhadap tingkat kesadaran anggota Karang Taruna Kampung Jodipan dalam menjaga kebersihan Sungai Brantas. Terpaan konten diukur melalui frekuensi dan intensitas anggota terpapar video terkait kebersihan sungai, sementara kesadaran masyarakat diukur berdasarkan pengetahuan, pemahaman, dan tindakan nyata yang dilakukan untuk menjaga kebersihan sungai. Studi ini fokus pada anggota Karang Taruna Kampung Jodipan sebagai subjek penelitian.

1. Frekuensi Tontonan

Seberapa sering responden menonton konten video Tiktok @PandawaGroup (satu kali sehari, seminggu sekali atau satu bulan sekali).

2. Atensi Pengguna

Mengukur tingkat perhatian dan fokus audiens terhadap pesan dalam konten TikTok @PandawaraGroup

3. Durasi Tontonan

Seberapa lama waktu yang dihabiskan pemuda karang taruna Jodipan menonton video konten @pandawaragrup.

Kesadaran menjaga kebersihan adalah pemahaman, sikap, dan tindakan sekelompok karang taruna terhadap pentingnya menjaga kebersihan lingkungan agar tetap sehat, aman, dan nyaman untuk ditempati. Kesadaran Menjaga Kebersihan diukur melalui survei atau kuesioner yang menilai tingkat pengetahuan individu atau kelompok tentang pentingnya kebersihan, kepedulian terhadap lingkungan sekitar, dan frekuensi serta jenis tindakan nyata yang mereka lakukan untuk menjaga kebersihan, seperti membuang sampah pada tempatnya, mengikuti kegiatan kebersihan, dan mengajak orang lain untuk turut menjaga kebersihan.

- Pengetahuan menjaga kebersihan (Tingkat pemahaman tentang pentingnya menjaga kebersihan Sungai)
- Sikap terhadap menjaga kebersihan (Persepsi dan pandangan pemuda karang taruna Jodipan terhadap kebersihan sungai, yang bisa diukur melalui skala sikap)
- Perilaku menjaga kebersihan (Tindakan nyata yang dilakukan oleh anggota untuk menjaga kebersihan, seperti partisipasi dalam kegiatan pembersihan sungai, kebiasaan membuang sampah pada tempatnya, atau kampanye kebersihan di lingkungan sekitar)

Responden dalam penelitian ini adalah Anggota Karang Taruna Kampung Jodipan, yang dijadikan sampel untuk mengetahui pengaruh terpaan konten dalam menjaga kebersihan Sungai. Jumlah dan karakteristik demografis responden diidentifikasi melalui data yang didapatkan dari kampung Jodipan.

Definisi Operasional

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Item Pernyataan	Skala
Terpaan konten tiktok @pandawaragroup (x)	Frekuensi tontonan	Frekuensi tontonan diukur dengan seberapa sering responden menonton konten video Tiktok @PandawaGroup setiap sehari, 3 kali dalam seminggu atau satu rutin dalam 1 bulan).	Saya menonton video Tiktok @pandawaragroup setiap hari	Likert
			Saya menonton video Tiktok @pandawaragroup lebih dari tiga kali dalam seminggu	Likert
			Saya secara rutin menonton video Tiktok @pandawaragroup	Likert
	Atensi Pengguna	Atensi pengguna diukur dengan seberapa jauh pemuda karang taruna Jodipan memberikan perhatian	Saya memperhatikan pesan yang disampaikan dalam video TikTok @PandawaraGroup	Likert

	<p>penyuh terhadap konten Tiktok @pandawaragrup</p>			
		<p>Saya merasa pesan yang disampaikan dalam konten Tik Tok @PandawaraGroup sangat relevan dengan isu kebersihan lingkungan.</p>	Likert	
		<p>Saya benar-benar memahami informasi yang disampaikan dalam konten Tik Tok @PandawaraGroup.</p>	Likert	
	<p>Durasi Tontonan</p>	<p>Durasi Tontonan diukur dengan seberapa lama waktu yang dihabiskan pemuda karang taruna Jodipan menonton video konten @pandawaragrup</p>	<p>Setiap kali menonton konten Tik Tok @pandawaragrup, saya biasanya menonton selama kurang dari 5 menit.</p>	Likert
		<p>Saya biasanya menonton konten Tik Tok @pandawaragrup</p>	Likert	

			selama 5 hingga 10 menit per sesi	
			Durasi menonton saya untuk konten TikTok @pandawaragrup biasanya lebih dari 10 menit per sesi.	Likert
Kesadaran menjaga kebersihan oleh Anggota Karang taruna kampung Jodipan (Y)	Pengetahuan menjaga kebersihan	Pengetahuan menjaga kebersihan diukur dengan Tingkat pemahaman pemuda anggota karang taruna kampung Jodipan tentang pentingnya menjaga kebersihan Sungai	Konten video Tiktok @pandawaragroup membuat saya tahu bahwa menjaga kebersihan sungai dapat mencegah banjir dan pencemaran.	Likert
			Konten video Tiktok @pandawaragroup membuat saya mengerti bahwa sampah plastik di sungai bisa berdampak buruk pada ekosistem air	Likert
			Konten video Tiktok @pandawaragroup membuat saya	Likert

		memahami pentingnya menjaga kebersihan Sungai Brantas untuk kesehatan masyarakat sekitar	
Sikap terhadap menjaga kebersihan	Sikap terhadap menjaga kebersihan diukur dengan Persepsi dan pandangan pemuda karang taruna Jodipan terhadap kebersihan sungai, yang bisa diukur melalui skala sikap	Saya setuju akan informasi dari konten Tiktok @pandawaragroup dalam presepsi Kebersihan sungai berdampak langsung pada kesehatan dan kesejahteraan masyarakat	Likert
		Saya setuju akan informasi dari konten Tiktok @pandawaragroup dalam presepsi Sungai yang bersih menciptakan lingkungan yang lebih sehat dan nyaman.	Likert
		Saya setuju akan informasi dari	Likert

		<p>konten Tiktok @pandawaragroup akan pandangan bahwa menjaga kebersihan sungai adalah tanggung jawab setiap individu.</p>	
		<p>Saya setuju akan informasi dari konten Tiktok @pandawaragroup akan pandangan kebersihan sungai harus dijaga oleh masyarakat setempat.</p>	Likert
Perilaku menjaga kebersihan	<p>Perilaku menjaga kebersihan diukur dengan Tindakan nyata yang dilakukan oleh anggota untuk menjaga kebersihan, seperti partisipasi dalam kegiatan pembersihan sungai, kebiasaan membuang sampah pada tempatnya, atau kampanye</p>	<p>Konten Tiktok @pandawaragroup membuat saya sering terlibat dalam kegiatan membersihkan Sungai Brantas yang diadakan oleh Karang Taruna</p>	Likert

	kebersihan di lingkungan sekitar		
		Konten Tiktok @pandawaragroup membuat saya secara rutin mengikuti acara pembersihan lingkungan yang berfokus pada sungai	Likert
		Konten Tiktok @pandawaragroup membuat saya selalu membuang sampah pada tempat yang telah disediakan di sekitar sungai	Likert
		Konten Tiktok @pandawaragroup membuat saya memastikan tidak ada sampah pribadi saya yang terbawa ke sungai	Likert
		Konten Tiktok @pandawaragroup membuat saya pernah terlibat dalam kampanye kebersihan untuk mengajak	Likert

		masyarakat menjaga kebersihan sungai	
		Konten Tiktok @pandawaragroup membuat saya menyebarkan informasi tentang pentingnya kebersihan sungai kepada teman dan keluarga	

