

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

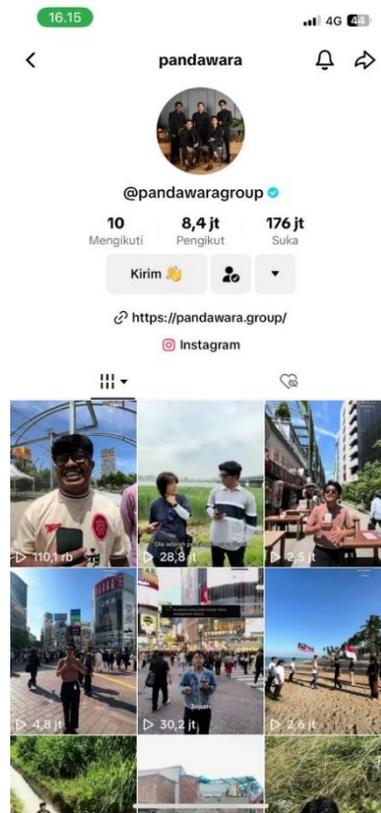
Strategi komunikasi merupakan kunci utama bagi suatu komunitas untuk mencapai suatu tujuan, karna hal ini sangat penting untuk dipikirkan, direncanakan, dan dilaksanakan supaya mendapatkan hasil yang sesuai dengan harapan dan tujuan yang ditentukan. Strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen (*communication management*) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung dari situasi dan kondisi (Strategi komunikasi terdiri dari dua aspek penting yang harus dipelajari dan dipahami dengan baik, yaitu strategi yang dimaknai secara makro (*planned multimedia strategy*) dan secara mikro (*single communication medium strategy*), menurut (Effendy, 2015).

Strategi komunikasi berfungsi sebagai panduan yang mengarahkan seluruh proses atau sebuah komunikasi yang melibatkan perencanaan dan manajemen komunikasi yang terkait. Strategi komunikasi ini melibatkan pemikiran atau perencanaan yang strategis untuk mulai mengidentifikasi pendekatan baik yang akan dilakukan maupun belum dilakukan guna untuk mencapai suatu komunikasi yang lebih terarah dan juga efektif.

Pandawara Group terdiri dari lima pemuda yang sangat peduli terhadap lingkungan, dan mereka telah aktif melakukan berbagai kegiatan membersihkan sampah sejak bulan Agustus 2022. Nama "Pandawara" sendiri memiliki makna yang mendalam sebagai representasi dari lima pemuda yang membawa berita positif dan menginspirasi. Komitmen Pandawara Group dalam menjaga lingkungan terlihat dari upaya mereka dalam membersihkan sungai dan pantai dari sampah, yang mereka dokumentasikan dan bagikan melalui video di akun TikTok Pandawara Group mereka. Mereka melakukan ini bukan hanya untuk mendapatkan pujian atau pengakuan dari orang lain, melainkan untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat Indonesia bahwa menjaga lingkungan adalah tanggung jawab bersama. Melalui konten-konten video yang telah mereka unggah di akun TikTok mereka, Pandawara Group berusaha membuktikan bahwa tindakan seperti membersihkan sampah di selokan atau sungai tidaklah seburuk yang banyak orang bayangkan, terutama mengingat kondisi lingkungan saat ini di Indonesia.

Gambar 1. 1

Akun Pandawara Group



Arsip: Peneliti 2024

Pandawara telah menunjukkan bahwa menciptakan perubahan tidak selalu memerlukan partisipasi dari banyak orang. Mereka membuktikan bahwa perubahan bisa dimulai dari individu sendiri, dan tindakan di lingkungan kecil pun bisa memiliki dampak besar serta menginspirasi orang lain. Mereka menggunakan teknologi, terutama TikTok, secara optimal dalam upaya mereka. Pemilihan akun TikTok Pandawara sebagai objek penelitian dikarenakan kegiatan mereka yang viral dan telah menginspirasi ribuan orang untuk bergabung dalam aksi pembersihan bersama mereka

Keterlibatan mereka dalam kegiatan pembersihan sampah menunjukkan perhatian mereka terhadap lingkungan dan motivasi untuk menciptakan perubahan

yang lebih baik. Dengan usaha mereka, diharapkan kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga kebersihan lingkungan akan meningkat, dan lingkungan sekitar bisa menjadi lebih bersih dan sehat. Pandawara Group juga dapat menjadi inspirasi bagi generasi muda lainnya untuk aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan dan melakukan tindakan positif bagi masyarakat. Semangat dan kerjasama mereka, sebagai kelompok yang solid, bisa menjadi contoh yang menginspirasi orang lain untuk ikut serta dalam menjaga dan merawat lingkungan. Mereka juga memanfaatkan platform media sosial TikTok sebagai alat untuk menginspirasi masyarakat, terutama generasi muda, agar memiliki sikap yang peduli terhadap lingkungan.

Selain fokus pada upaya membersihkan sampah dan mengatasi masalah banjir, Pandawara Group juga memiliki peran yang signifikan dalam meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya menjaga lingkungan. Dengan berbagi konten edukatif dan informatif di platform media sosial TikTok, mereka berusaha mengajak masyarakat untuk lebih memperhatikan dan bertanggung jawab terhadap lingkungan sekitar.

Menurut laporan Bank Dunia Atlas of Sustainable Development Goals, Indonesia menduduki peringkat kelima sebagai produsen sampah terbesar di dunia pada tahun 2020. Berdasarkan data dari Asosiasi Industri Plastik Indonesia (INAPLAS) dan Badan Pusat Statistik (BPS), volume sampah plastik di Indonesia mencapai 64 juta ton per tahun, di mana 3,2 juta ton di antaranya dibuang ke laut. Sebagai respons terhadap hal ini, Pandawara Group secara rutin melakukan kegiatan pembersihan sampah di pantai dan sungai. Sejumlah aksi pembersihan

telah dilakukan, termasuk di Pantai Labuan, Provinsi Banten, pada tanggal 22 Mei 2023, yang berhasil mengumpulkan 1.200 karung sampah. Pandawara Group mengklaim bahwa pantai tersebut merupakan pantai paling tercemar di Indonesia. Selain itu, pada tanggal 6 hingga 7 Oktober 2023, aksi pembersihan juga dilakukan di Pantai Loji, Provinsi Jawa Barat, yang berhasil mengumpulkan 100 ton sampah. Pantawara Group memberikan gelar kepada pantai tersebut sebagai pantai tercemar nomor empat di Indonesia.

Menurut Aman (2012) kepedulian lingkungan adalah konsep yang mengacu pada keyakinan, sikap, dan tingkat perhatian yang dimiliki oleh individu terhadap kondisi lingkungan. Kepedulian lingkungan, yang sering disebut sebagai *environmental concern*, diidentifikasi melalui sikap yang berkaitan dengan lingkungan. Menurut Dunlap dan Jones (2002) dalam Yadav dan Pathak (2015), kepedulian lingkungan merujuk pada sejauh mana pemahaman seseorang terhadap permasalahan lingkungan dan tindakan-tindakan yang diambil untuk mengatasi masalah-masalah tersebut. Hal ini mencakup usaha-usaha yang dilakukan individu untuk mencari solusi dan keterlibatan pribadi dalam memberikan kontribusi terhadap pemecahan masalah lingkungan.

Kepedulian terhadap lingkungan memiliki dampak yang signifikan terhadap sikap yang mendukung lingkungan dan nilai-nilai keberlanjutan. Sikap pro lingkungan ini dapat memicu dorongan seseorang untuk bertindak sesuai dengan niat perilaku yang mendukung lingkungan. Menurut Hasan Alwi dkk (2001: 859), dalam konteks perilaku manusia, perilaku diartikan sebagai respons atau tanggapan individu terhadap stimulus atau lingkungan, di mana perubahan perilaku merujuk

pada proses di mana individu atau kelompok mengalami perubahan perilaku yang bisa dipicu oleh berbagai faktor, termasuk pengaruh media. Ini berarti bahwa perubahan perilaku sangat dipengaruhi oleh sejauh mana individu merespons, menginternalisasi, dan mengimplementasikan konten yang mereka lihat. Konteks dan motivasi individu juga berperan penting dalam menentukan apakah perubahan perilaku yang diharapkan dapat terjadi.

Oleh karena itu, kehadiran TikTok Pandawara Group dengan berbagai konten video yang diunggah telah secara signifikan mempengaruhi generasi muda dan masyarakat untuk lebih memperhatikan lingkungan, sesuai dengan fakta-fakta yang telah disebutkan sebelumnya. Dengan kata lain, gerakan yang dilakukan oleh Pandawara Group melalui media sosial TikTok telah terbukti sangat efektif dalam membuka mata dan hati lebih banyak orang terhadap kesadaran dan kepedulian dalam menjaga kebersihan lingkungan.

Dari penjelasan yang telah disampaikan sebelumnya, peneliti menyimpulkan bahwa Pandawara Group, sebuah komunitas generasi muda di Indonesia, menunjukkan tingkat kepedulian yang tinggi terhadap lingkungan. Mereka serius dalam peran mereka sebagai pelopor bagi generasi muda lainnya untuk turut peduli terhadap lingkungan, terutama melalui pemanfaatan platform media sosial TikTok. Pandawara Group tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan kesadaran individu terhadap lingkungan, tetapi juga ingin mendorong generasi muda lainnya untuk turut serta dalam menjaga kebersihan lingkungan demi kemajuan negara.

Oleh karna itu, peneliti ingin melakukan penelitian yang berjudul “**STRATEGI KOMUNIKASI PANDAWARA GROUP DALAM MEMBANGUN KESADARAN LINGKUNGAN MASYARAKAT KOTA BANDUNG**”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka peneliti menetapkan rumusan masalah makro dan mikro sebagai berikut :

1.2.1 Rumusan Masalah Makro

Berdasarkan Latar belakang masalah di atas maka peneliti mengambil rumusan masalah makro dari penelitian ini adalah “**BAGAIMANA STRATEGI KOMUNIKASI PANDAWARA GROUP DALAM MEMBANGUN KESADARAN LINGKUNGAN MASYARAKAT KOTA BANDUNG**”

1.2.2 Rumusan Masalah Mikro

Untuk lebih mendalami menjelaskan hasil penelitian, maka peneliti merumuskan masalah mikro dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana **Perencanaan** pandawara group dalam membangun kesadaran lingkungan masyarakat kota bandung?
2. Bagaimana **Tujuan** pandawara group dalam membangun kesadaran lingkungan masyarakat kota bandung?
3. Bagaimana **Pesan** pandawara group dalam membangun kesadaran lingkungan masyarakat kota bandung?
4. Bagaimana **Media** pandawara group dalam membangun kesadaran lingkungan masyarakat kota bandung?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki maksud dan tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti sebagai bagian dari arah penelitian dimasa depan. Maksud dan tujuan penelitian ini mencakup hal-hal berikut:

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud penelitian ini adalah untuk mengetahui mengenai Strategi Komunikasi Pandawara Group dalam Membangun Kesadaran Lingkungan Masyarakat Kota Bandung.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Agar penelitian ini dapat memperoleh hasil yang maksimal dan optimal maka peneliti terlebih dahulu mengerucutkan tujuan agar terarah sesuai dari penelitian ini. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Untuk mengetahui **Perencanaan** pandawara group pada dalam membangun kesadaran lingkungan masyarakat kota bandung
2. Untuk mengetahui **Tujuan** pandawara group dalam membangun kesadaran lingkungan masyarakat kota bandung
3. Untuk mengetahui **Pesan** pandawara group dalam membangun kesadaran lingkungan masyarakat kota bandung
4. Untuk mengetahui **Media** pandawara group dalam membangun kesadaran lingkungan masyarakat kota bandung

1.4 Kegunaan Penelitian

Secara teoritis, peneliti berharap bahwa penelitian ini dapat membantu dalam pengembangan ilmu baik dalam ilmu komunikasi secara umum, serta komunikasi dalam media sosial secara khusus.

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan jadi sumbangan pemikiran bagi pengembangan ilmu baik dalam ilmu komunikasi secara umum, serta komunikasi kelompok dan komunikasi organisasi secara khusus

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Kegunaan Bagi Peneliti

Bagi peneliti, kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai bentuk pengaplikasian ilmu yang telah diperoleh selama proses perkuliahan. Penelitian ini juga berfungsi untuk menambah pengetahuan serta menambah pengalaman dalam melakukan penelitian dan memunculkan pemikiran baru mengenai Strategi Komunikasi Pandawara Group Dalam Membangun Kesadaran Lingkungan Masyarakat Kota Bandung

2. Kegunaan Bagi Akademik

Dalam bidang akademik, Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi mahasiswa Universitas Komputer Indonesia secara umum dan secara khusus bagi mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi. Peneliti mengharapkan bahwa penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai tinjauan literature bagi peneliti lain

yang akan melakukan penelitian yang memiliki kesamaan dalam bentuk dan kajiannya

3. Kegunaan Bagi Pandawara

Penelitian ini dapat membantu Pandawara Group dalam memperkenalkan konten mengenai kebersihan lingkungan kepada masyarakat. Sekaligus membuat kesadaran akan pentingnya lingkungan di hadapan masyarakat umum