

STRATEGI KAMPANYE PANDAWARA GROUP MELAKUKAN SANITASI LINGKUNGAN MELALUI MEDIA SOSIAL TIKTOK PADA AKUN @PANDAWARAGROUP

Dinda Febriyanti ¹, Aisyah Zahirah Salsabila ²

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Bhayangkara Surabaya

Correspondence

Email: dinda.febriyanti02@gmail.com

No. Telp:

Submitted 10 januari 2024

Accepted : 17 januari 2024

Published 18 januari 2024

Abstrak

Penelitian ini membahas upaya Pandawara Group dalam melakukan kampanye sanitasi lingkungan melalui media sosial TikTok. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dan pendekatan deskriptif naratif, penelitian ini mengamati strategi yang digunakan oleh Pandawara Group dalam menyebarkan pesan sanitasi lingkungan melalui konten kreatif dan edukatif di akun @PandawaraGroup. Hasilnya menunjukkan bahwa penggunaan TikTok sebagai platform kampanye telah berhasil mencapai lebih dari 1 juta pengikut dan berdampak positif pada kesadaran masyarakat tentang kegiatan sanitasi lingkungan. Strategi kampanye ini dianggap penting karena sanitasi lingkungan memiliki dampak langsung pada kesehatan, lingkungan, dan sosial. Dengan demikian, penelitian ini memberikan wawasan tentang efektivitas media sosial, khususnya TikTok, dalam menyebarkan informasi sanitasi lingkungan dan mengajak partisipasi masyarakat dalam menjaga kebersihan dan kelestarian lingkungan.

Kata Kunci : kampanye, media sosial, sanitasi lingkungan, TikTok.

Abstrack

This research discusses the Pandawara Group's efforts to carry out environmental sanitation campaigns through TikTok social media. Using qualitative research methods and a narrative descriptive approach, this research examines the strategies used by the Pandawara Group in spreading environmental sanitation messages through creative and educational content on the @PandawaraGroup account. The results show that the use of TikTok as a campaign platform has succeeded in reaching more than 1 million followers and has had a positive impact on public awareness about environmental sanitation activities. This campaign strategy is considered important because environmental sanitation has a direct impact on health, the environment and society. Thus, this research provides insight into the effectiveness of social media, especially TikTok, in disseminating environmental sanitation information and inviting public participation in maintaining environmental cleanliness and sustainability.

Keywords : campaigns, social media, environmental sanitation, TikTok.

Pendahuluan

Lingkungan hidup adalah kesatuan ruang dengan semua benda, daya, keadaan, dan makhluk hidup, termasuk manusia dan perilakunya, yang mempengaruhi kelangsungan peri kehidupan dan kesejahteraan manusia serta makhluk hidup lainnya (Undang-Undang No 23 Tahun 1997). Sumber : (<https://jdih.kemenkeu.go.id/fulltext/2009/32TAHUN2009UU.HTM>)

Masyarakat adalah sumber daya yang penting dalam pengelolaan lingkungan hidup. Permasalahan lingkungan hidup kontemporer telah menjadi topik pembicaraan luas di seluruh dunia. Perbincangan bukan tentang hal-hal yang baik, tetapi tentang hal-hal yang buruk seperti penggundulan hutan, lahan krisis, penurunan lapisan ozon, pemanasan global, tumpahan minyak di laut, dan kematian ikan di anak sungai karena zat kimia. Selain itu, masalah penggunaan barang plastik sekali pakai, yang menyebabkan penumpukan sampah plastik, mulai meningkat.



Pencemaran lingkungan hidup dunia saat ini telah menjadi masalah besar yang harus segera diselesaikan oleh masyarakat dan para pemangku kebijakan. Karena kerusakan lingkungan dapat mengancam kelangsungan hidup makhluk hidup di muka bumi. Seperti pihak berwenang di tingkat Regional, Nasional, bahkan Internasional (Nurmailis et al., 2019)

Berbagai tindakan masyarakat, seperti mengeksploitasi sumber daya alam untuk keuntungan ekonomi dan membuang sampah tidak pada tempatnya, menunjukkan bahwa manusia tidak peduli dengan alam sekitar dan menyebabkan krisis lingkungan.

Pada saat ini banyak sekali masyarakat yang menggunakan barang sekali pakai, salah satunya terbuat dari bahan sampah plastik. Dimana barang tersebut susah terurai, dan dapat mencemari lingkungan sekitar. Semakin banyak masyarakat yang membuang sampah sembarangan pada sungai, saluran pembuangan hingga pantai. Sehingga membuat penumpukan sampah yang tidak terbendung dalam kelestarian alam. Penumpukan tersebut jika tidak segera diatasi dapat mencemari lingkungan dan membuat tidak nyaman pada masyarakat dan dapat menimbulkan banyak penyakit.

Dalam menjaga kelestarian lingkungan terdapat upaya dan langkah praktis seperti daur ulang, mengurangi sampah yang susah diurai, membuang dan memilah sampah, serta melakukan penghijauan di lingkungan sekitar. Hal ini dapat dilakukan oleh setiap individu untuk menjaga kelestarian lingkungan. Maka dari itu pentingnya edukasi masyarakat melalui kampanye tentang sanitasi lingkungan yang perlu gerakan masyarakat itu sendiri. Karena masyarakat juga harus ikut bergerak melakukan sanitasi lingkungan guna menjaga kelestarian alam. Sanitasi lingkungan adalah upaya manusia menjaga kebersihan dan kelestarian lingkungan sekitarnya.

Kampanye sanitasi lingkungan guna untuk mendorong serta mengajak masyarakat berpartisipasi aktif dalam kegiatan menjaga kebersihan dan kelestarian lingkungan. Hal ini juga menyadarkan masyarakat bahwa pentingnya menjaga lingkungan sekitar yang dimana sangat menguntungkan dimasa yang akan datang. Kampanye yang dilakukan tidak hanya semata mengajak masyarakat menyuarakan menjaga kelestarian lingkungan. Namun, masyarakat harus ikut serta aktif dalam menjaganya. Terutama generasi muda, dimana generasi yang seharusnya paling aktif dalam melakukan kegiatan menjaga kelestarian lingkungan dan menjadi generasi pembawa perubahan bagi generasi yang akan datang.

Beberapa alasan utama mengapa sanitasi lingkungan menjadi masalah penting termasuk aspek kesehatan, lingkungan, dan sosial. Karena kegiatan sanitasi lingkungan memiliki dampak langsung pada kesehatan manusia, lingkungan, dan pembangunan berkelanjutan. Oleh karena itu, sanitasi lingkungan harus menjadi perhatian semua pihak, baik pemerintah maupun masyarakat. Pemerintah harus menyediakan sarana dan prasarana yang memadai, dan masyarakat harus menjaga lingkungan dan membuang sampah di tempatnya. Karena melakukan kegiatan sanitasi lingkungan berdampak langsung pada kesehatan, kenyamanan, dan kualitas hidup orang, sanitasi lingkungan sangat penting bagi masyarakat. Maka masyarakat harus ikut serta dalam menjaga lingkungannya.

Di era digitalisasi yang semakin meningkat, media sosial menjadi platform yang efektif untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat. Kampanye sanitasi lingkungan merupakan sarana penting untuk menjaga kebersihan dan kesehatan masyarakat. Terkait hal



tersebut, Pandawara Group melakukan pendekatan inovatif dengan memanfaatkan platform TikTok melalui akun resminya @PandawaraGroup. Sebagai pelaku kampanye sanitasi lingkungan, kelompok Pandawara menyadari bahwa tantangan utama bukan hanya sekedar memberikan informasi. Namun, juga menarik perhatian dan partisipasi aktif masyarakat. Sebagai media sosial populer, media sosial TikTok menawarkan peluang baru untuk mencapai tujuan tersebut. Media sosial TikTok sebagai media sarana untuk melakukan kampanye sanitasi lingkungan untuk mengajak masyarakat yang aktif di media sosial ikut serta dalam menjaga lingkungan sekitar.

Melalui akun @PandawaraGroup, Pandawara Group memproduksi konten-konten kreatif dan edukatif yang bertujuan menjadikan media sosial sebagai sarana efektif untuk menyebarkan pesan-pesan sanitasi lingkungan kepada khalayak. Pada akun tersebut Pandawara Group membuat konten dimana yang berisikan tentang membersihkan lingkungan yang tercemar. Seperti, sungai, selokan, dan pantai yang memiliki banyak penumpukan sampah. Hal ini merupakan salah satu strategi kampanye untuk melakukan sanitasi lingkungan, agar masyarakat tergerak ikut serta menjaga lingkungan sekitar.

Tujuan dari penelitian ini ialah peneliti ingin mengetahui bagaimana strategi kampanye yang telah dilakukan oleh Pandawara Group melakukan sanitasi lingkungan pada media sosial TikTok dan bagaimana dampak kampanye sanitasi lingkungan yang telah dilakukan oleh Pandawara Group melalui media sosial TikTok.

Tinjauan Pustaka

Strategi

Menurut David (2010) Strategi adalah cara untuk mencapai tujuan jangka panjang. Beberapa contoh strategi bisnis adalah ekspansi geografis, diferensifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, rasionalisasi karyawan, divestasi, likuidasi, dan kolaborasi usaha. Menurut Tjiptono (2011) Strategi adalah kumpulan cara yang biasa digunakan untuk menerapkan rencana atau ide dalam jangka waktu tertentu. Strategi didefinisikan oleh Anthony, Parrewe, dan Kacmar (2013) sebagai pembentukan tujuan dan misi organisasi. Strategi ini mencakup rencana untuk mencapai tujuan dengan mempertimbangkan situasi persaingan dan dampak kekuatan di luar perusahaan yang dapat mempengaruhi keberlangsungan perusahaan.

Istilah strategi berasal dari kata Yunani strateēgos. Pada era Demokrasi Athena, Strategos berarti "komandan militer". Istilah "strategi" sering dikaitkan dengan perang. Namun, maknanya saat ini semakin diterima. Strategi, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), adalah ilmu dan seni mengarahkan pasukan dalam perang melawan musuh dengan cara yang menguntungkan. Strategi juga dapat diartikan sebagai seni dan ilmu memanfaatkan sumber daya nasional untuk menerapkan kebijakan tertentu baik dalam perang maupun damai. Strategi adalah suatu pendekatan menyeluruh untuk menerapkan ide, merencanakan, dan melakukan sesuatu dalam jangka waktu tertentu.

Strategi dapat diterapkan dalam berbagai bidang, seperti bisnis, pemerintahan, militer, dan sosial. Dalam bidang bisnis, strategi digunakan untuk mencapai tujuan bisnis, seperti meningkatkan penjualan, meningkatkan keuntungan, atau memasuki pasar baru. Di sektor pemerintahan, strategi digunakan untuk mencapai tujuan pembangunan seperti peningkatan



kesejahteraan masyarakat, pengurangan kemiskinan, dan mengatasi permasalahan lingkungan hidup. Dalam bidang militer, strategi digunakan untuk memenangkan peperangan. Di ranah sosial, strategi digunakan untuk mencapai tujuan sosial seperti meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya kebersihan lingkungan, meningkatkan kualitas pendidikan, dan menurunkan angka kriminalitas.

Kampanye

Kampanye adalah serangkaian tindakan yang direncanakan dan diorganisir untuk mempromosikan atau memperjuangkan suatu tujuan di antara orang-orang. Kampanye dapat dilakukan dalam berbagai konteks, seperti politik, sosial, lingkungan, kesehatan, dan bisnis, atau suatu gerakan (aksi) (bertarung, mengadakan aksi, dan lain-lain) atau kegiatan yang dilakukan secara serentak oleh para calon yang memperebutkan jabatan dalam organisasi politik, parlemen, dan lain-lain guna memperoleh dukungan dari sejumlah besar pemilih pada tempat pemungutan suara.

Sementara menurut para ahli Rogers dan Storey (1987), kampanye didefinisikan sebagai serangkaian komunikasi yang direncanakan dan dilakukan secara konsisten dalam jangka waktu tertentu dengan tujuan untuk mencapai efek tertentu pada sejumlah besar kelompok sasaran (Venus, 2004): 7).

Adapun Leslie B. Snyder (Gudykunst & Mody, 2002) menggambarkan Kampanye komunikasi didefinisikan sebagai penggunaan metode komunikasi yang berbeda secara terkoordinasi dalam jangka waktu tertentu dengan tujuan menyadarkan khalayak tentang masalah tertentu dan solusinya. Di sisi lain, Rajasundarman (1981) mendefinisikan kampanye sebagai penggunaan komunikasi yang terorganisir pada khalayak tertentu selama periode waktu tertentu untuk mencapai tujuan tertentu.

Hal ini dapat disimpulkan bahwa kampanye merupakan upaya komunikasi yang bertujuan untuk mendapatkan dukungan. Kegiatan kampanye dapat dilakukan oleh individu atau kelompok yang terorganisir untuk mengambil keputusan di dalam kelompok. Kampanye juga dapat dilakukan dengan tujuan untuk mempengaruhi, menghambat, atau mendistorsi hasil.

Sanitasi Lingkungan

Sanitasi lingkungan menurut Ehler dan Steel, adalah bentuk pengendalian yang berfokus pada komponen lingkungan yang dapat bertanggung jawab atas penyebaran penyakit (Echols, 2003). Menurut Azawar, hygiene adalah bentuk kesehatan masyarakat yang berfokus pada metode untuk memantau berbagai komponen lingkungan yang dapat mempengaruhi atau membahayakan kesehatan manusia (Anwar, 1990).

Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) mengatakan kebersihan adalah upaya untuk memantau berbagai elemen lingkungan fisik yang mempengaruhi manusia, terutama yang mempengaruhi dan membahayakan pertumbuhan, kesehatan, dan kelangsungan hidup manusia (Yula, 2006).

Sedangkan lingkungan menurut Menurut Emir Salim (1976), lingkungan hidup mencakup segala benda, situasi, kondisi, pengaruh, dan lain-lain yang ada pada ruang tempat tinggal manusia, dan mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap makhluk hidup seperti manusia, hewan, dan tumbuhan. Menurut Sri Hayati (2009), lingkungan hidup adalah



kesatuan antara ruang dan keadaan seluruh benda dan makhluk hidup yang ada di dalamnya. Makhluk hidup dan perbuatannya, baik manusia maupun makhluk hidup lainnya, ada dalam lingkungan ini, dan tujuannya adalah untuk menjaga keberlangsungan kehidupan. (Ii, 2006).

Darsono (1995) juga mendefinisikan lingkungan hidup sebagai keseluruhan objek dan kondisi manusia yang melibatkan berbagai aktivitas di wilayah tempat tinggal manusia, yang masing-masing unturnya saling mempengaruhi kelangsungan hidup dan kesejahteraan manusia. Pada intinya, Sanitasi lingkungan adalah pengendalian semua elemen dalam lingkungan fisik manusia yang berdampak buruk atau dapat menyebabkan perkembangan fisik, kesehatan, dan kelangsungan hidup manusia. Kesehatan lingkungan memegang peran penting dalam menjaga kesehatan masyarakat karena lingkungan yang bersih dan sehat dapat mencegah penyebaran penyakit, meningkatkan produktivitas, dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat.

Media Sosial

Media sosial adalah platform di Internet yang memungkinkan orang berinteraksi, berbagi konten, dan terhubung dengan orang lain melalui Internet. Platform media sosial menawarkan berbagai fitur seperti berbagi status postingan, foto, video, dan berbagai jenis konten lainnya. Media sosial adalah platform digital yang memungkinkan penggunanya melakukan berbagai aktivitas sosial, seperti berkomunikasi, berinteraksi, dan memberikan informasi dan konten berupa teks, foto, dan video. Semua informasi dalam konten yang dibagikan dapat diakses oleh semua pengguna sepanjang hari.

Menurut Van Dijk (2013), Menurut Nasrullah dalam bukunya tentang Media Sosial (2016;11), "Media sosial adalah media yang fokus pada kehadiran pengguna dan mendorong aktivitas serta kolaborasi mereka. Ini adalah media online (perantara) yang mempererat hubungan sosial dan ikatan antar pengguna." (Sundawati, 2018).

Definisi, Dr.Rulli Nasrullah M.Sc.Dalam buku Media Sosial (2016; 13), media sosial merupakan sarana bagi penggunanya untuk mengekspresikan diri, berinteraksi, berkolaborasi, berbagi, dan berkomunikasi dengan orang lain. Mereka menyimpulkan bahwa Internet adalah media di mana ikatan sosial virtual dapat diciptakan. Melalui berbagai definisi yang telah disebutkan di atas, penulis menekankan bahwa media sosial memiliki ciri-ciri tertentu yang relevan bagi semua orang yang menjaga hubungan sosial di era perkembangan teknologi komunikasi.

Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode pendekatan kualitatif dengan hasil deskriptif naratif. Metode ini digunakan untuk mendeskripsikan fenomena yang sedang diteliti. Penelitian deskriptif kualitatif adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk menyelesaikan masalah tertentu dengan memberikan gambaran tentang subjek dan objek penelitian. Penelitian tertulis berisi kutipan dari data yang dikumpulkan untuk mengilustrasikan dan memberikan bukti presentasi karena data yang dikumpulkan lebih sering berbentuk kata-kata atau gambar daripada angka (Afnan & Fathurrohman, 2020). Data yang didapatkan oleh penulis ialah melalui media sosial khususnya media sosial Tiktok.

Penelitian ini menggunakan data berupa literatur atau jurnal terdahulu yang berkaitan kampanye, sanitasi lingkungan dan media sosial TikTok. Pada penelitian ini peneliti



menggunakan teknik observasi pada postingan media sosial TikTok pada akun @PandawaraGroup. Lalu menganalisis dan menginterpretasikan data yang ada untuk mendeskripsikan bagaimana strategi Pandawara Group mengkampanyekan sanitasi lingkungan melalui media sosial TikTok.

Hasil dan Pembahasan

Pada saat ini media sosial menjadi salah satu kebutuhan masyarakat sehari-hari. Media sosial saat ini banyak digunakan masyarakat untuk mengakses berbagai hal. Seperti, berkomunikasi, berbagi informasi, dan sebagai hiburan. Banyak sekali jenis media sosial yang digunakan pada saat ini seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan Youtube. Media tersebut banyak digemari oleh masyarakat, karena yang sifatnya modern dan mudah diakses dimana-mana.

Saat ini media sosial yang sangat populer dan digemari masyarakat ialah media sosial TikTok. TikTok adalah platform hiburan berbagi video pendek terkenal di seluruh dunia, terutama disukai oleh Gen Z. Umumnya media sosial TikTok berisi konten hiburan, musik, tarian, komedi, edukasi, dan lainnya. Dilansir pada website Databoks menurut laporan We Are Social, ada sekitar 106,51 juta pengguna TikTok di Negara Indonesia pada bulan Oktober 2023. Dari banyaknya pengguna media sosial TikTok di Indonesia, menjadikan media tersebut sangat digemari masyarakat pada saat ini. Menurut data dari eMarketer, pada tahun 2023, TikTok memiliki rata-rata waktu penggunaan tertinggi di antara platform media sosial lainnya, yaitu 53,8 menit per hari. Sehingga dampak dari penggunaan media sosial TikTok pada konten didalamnya sangat berpengaruh oleh penggunanya.

Dari banyaknya pengguna TikTok dapat menghasilkan Influencer dari konten-konten yang telah dibuatnya. Influencer adalah orang yang dapat mendorong banyak orang (massa) untuk melakukan suatu tindakan tertentu tanpa terbatas ruang dan waktu. Konten tersebut berisi edukasi atau sebagai hiburan. Saat ini, isi dari media sosial TikTok banyak yang mengedukasi seperti, kesehatan, tutorial masak maupun *make up*, serta edukasi lingkungan. Salah satu Influencer yang kontennya berisi mengedukasi pada pengikutnya ialah Pandawara Group dengan akun TikTok @PandawaraGroup.

Pandawara group terdiri dari lima orang, yakni Ihsan, Agung, Rifki, Rafli, dan Gilang. Mereka mendapat beberapa penghargaan atas tindakan positifnya membersihkan sampah. Pandawara Group memiliki alasan unik untuk melakukan pembersihan sampah langsung di berbagai wilayah. Sebagai sekelompok pemuda yang rata-rata berusia sekitar 22 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa kepedulian terhadap lingkungan tidak hanya dimiliki oleh orang-orang dewasa, tetapi juga oleh generasi muda. Karena kita para pemuda sebagai penerus bangsa kedepannya. Pandawara Group juga menggunakan media sosial untuk menyebarkan pesan-pesan tentang pentingnya menjaga kebersihan lingkungan. Pandawara Group memiliki jumlah pengikut yang cukup besar di media sosial, sehingga kami dapat menjangkau lebih banyak orang dengan pesan-pesan mereka.

Pandawara Group tidak hanya berfokus pada pembersihan sampah, mereka juga melakukan upaya lain untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya menjaga kebersihan lingkungan. Grup ini sering mengadakan seminar dan sosialisasi tentang pentingnya menjaga kebersihan lingkungan dan mendorong penggunaan barang-barang yang



ramah lingkungan. Adapun beberapa contoh aksi unik yang dilakukan pandawara group yaitu, pada tanggal 22 Agustus 2022, Pandawara Group melakukan aksi bersih-bersih sampah di Sungai Citarum dengan menggunakan perahu. Aksi ini dilakukan untuk membersihkan sampah yang sulit dijangkau dengan cara berjalan kaki atau bersepeda. Pada tanggal 15 September 2022, Pandawara Group melakukan aksi bersih-bersih sampah di Pantai Loji dengan menggunakan alat selam. Aksi ini dilakukan untuk membersihkan sampah yang berada di dasar laut. Pada tanggal 22 Oktober 2022, Pandawara Group melakukan aksi bersih-bersih sampah di Pantai Sukaraja dengan menggunakan drone. Aksi ini dilakukan untuk menjangkau area yang luas dan sulit dijangkau dengan cara berjalan kaki.

Karena alasan dan aksi unik mereka akhirnya telah menarik perhatian masyarakat dan media sebagai salah satu kelompok peduli lingkungan yang paling berpengaruh di Indonesia, hingga membuat masyarakat lain terinspirasi oleh mereka. Pandawara Group berharap dapat terus menginspirasi masyarakat untuk peduli terhadap lingkungan.

Pandawara Group sendiri berdiri pada bulan Agustus 2022, berawal dari keprihatinan mereka terhadap kondisi lingkungan di sekitar tempat tinggal mereka. Mereka melihat bahwa banyak sampah yang berserakan di sungai, pantai, dan jalan-jalan. Mereka pun memutuskan untuk melakukan aksi yang berfokus pada permasalahan kebersihan sampah dan kebersihan lingkungan. dengan adanya Pandawara Group dengan kepeduliannya bergerak melalui akun TikTok dengan isi video membersihkan sungai, yang diawali dengan keresahan mereka yang selalu jadi korban banjir terus menerus di wilayah mereka. Akhirnya lima anak muda ini melakukan kegiatan bersih-bersih di sungai sekitar mereka yang tercemar dan mengupload/mengunggah video tersebut ke media sosial TikTok dengan tujuan untuk mengajak seluruh masyarakat untuk memengaruhi terutama anak muda untuk melakukan menjaga lingkungan sekitar.

Konten Pandawara Group tidak hanya terkait sedang membersihkan lingkungan, tetapi juga dengan edukasi tentang pentingnya menjaga kebersihan lingkungan seperti memberikan informasi terkait pentingnya menjaga kebersihan lingkungan. Video-video ini juga memberikan strategi tentang cara menjaga kebersihan lingkungan. Adapun konten kampanye penggunaan produk-produk ramah lingkungan, guna untuk mengajak masyarakat untuk menggunakan produk-produk ramah lingkungan. Selain itu, Pandawara Group juga aktif membagikan konten bermanfaat seputar isu sampah dan kebersihan lingkungan di media sosial. Konten ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang permasalahan sampah dan kebersihan lingkungan. Pandawara Group ingin konten yang dibuat dapat menginspirasi masyarakat untuk mengambil tindakan menuju lingkungan yang lebih bersih. Mereka juga ingin menciptakan lingkungan yang bersih dan sehat untuk generasi mendatang. Maka dari itu strategi kampanye yang dilakukan Pandawara Group melakukan sanitasi lingkungan melalui media sosial TikTok ialah :

1. Menyampaikan pesan secara verbal melalui konten TikTok

Pandawara Group melakukan penyampaian pesan secara verbal untuk mengajak masyarakat berpartisipasi dalam kegiatan sanitasi lingkungan melalui konten TikTok. Melalui konten-konten tersebut Pandawara Group mengedukasi dan mengajak masyarakat untuk menjaga lingkungan sekitar. Pandawara Group juga menggunakan bahasa yang



mudah dipahami dalam konten-konten yang telah diunggah pada akun TikTok mereka. Pandawara Group juga membuat konten yang menarik dan informatif yang lebih mudah menarik perhatian audiens. Pandawara juga membuat konten dalam berbagai bentuk, seperti video, GIF, atau postingan teks. Dalam konten tersebut, audiens dapat menemukan informasi tentang pentingnya kebersihan lingkungan, berbagai metode untuk memastikan kebersihan lingkungan, dan efek negatif dari kebersihan lingkungan yang buruk. Pandawara juga memanfaatkan visual yang menarik dalam pembuatan konten yang telah diunggah pada media sosial TikTok. Visual yang menarik dapat membuat konten lebih mudah diingat dan dibagikan oleh masyarakat. Visual juga dapat digunakan untuk menampilkan dampak sampah terhadap lingkungan, seperti polusi udara, air, dan tanah. Hal ini dapat membantu masyarakat untuk memahami pentingnya menjaga kebersihan lingkungan.



Gambar 4.1 Pandawara menyampaikan pesan verbal melalui konten TikTok

Sumber : <https://vt.tiktok.com/ZSNK1SVf4/>

Pada video konten yang telah diunggah oleh Pandawara Group melalui media sosial TikTok, dalam isi video tersebut Pandawara menyampaikan pesan verbal tentang menjaga lingkungan.

2. Mengajak kolaborasi dengan masyarakat atau pemangku kepentingan.

Pandawara Group dengan mengajak kolaborasi masyarakat dan pemangku kepentingan seperti Influencer dan pemerintah setempat yang bertujuan untuk memperluas jangkauan pesan untuk melakukan kegiatan sanitasi lingkungan. Dengan konten yang semakin luas jangkauannya akan semakin tercapainya dari pesan-pesan yang telah disampaikan. Strategi ini cukup efektif dalam mengkampanyekan suatu strategi termasuk strategi melakukan sanitasi lingkungan yang telah diterapkan oleh Pandawara Group melalui media sosial TikTok. Kampanye sanitasi lingkungan mengubah perilaku yang berkelanjutan dengan melibatkan masyarakat, influencer, dan lembaga pemerintah. Selain itu, kerja sama ini menghasilkan rasa kepemilikan terhadap kebersihan lingkungan memotivasi orang untuk menjaga kebersihan tempat tinggal mereka. Kolaborasi dengan komunitas setempat, organisasi pemerintah, dan influencer membentuk ekosistem yang kuat yang mendukung pesan kebersihan dan mendukung tindakan nyata.



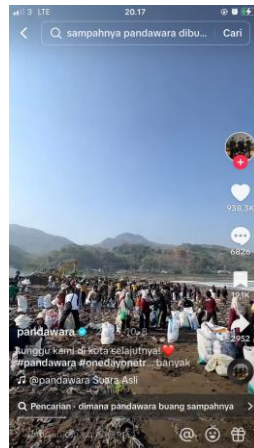
Gambar 4.2 Pandawara mengajak kolaborasi intansi atau organisasi setempat

Sumber : <https://vt.tiktok.com/ZSNK1m8RV/>

Pada vidio konten yang telah diunggah oleh Pandawara Group melalui media sosial TikTok, dalam isi vidio tersebut Pandawara mengajak kolaborasi pemangku kepentingan wilayah setempat. Seperti Karang Taruna, KNPI, OKP Ormas, dan masyarakat sekitar untuk melakukan kegiatan sanitasi lingkungan.

Adapun beberapa strategi yang diterapkan Pandawara Group dalam melakukan sanitasi lingkungan pada media sosial seperti menggunakan video informatif dan menarik yang memperlihatkan proses pembersihan pembuangan sampah yang dilakukan pandawara group di berbagai wilayah Indonesia, setelah itu pandawara group membuat hashtag yang relevan di semua konten yang dibuat agar mudah ditemukan masyarakat yang tertarik dengan kebersihan lingkungan. Pandawara sering kali membuka volunteer untuk ikut turun membersihkan sampah yang menjadi sumber masalah banjir yang berguna untuk membantu Pandawara untuk menjangkau lebih banyak masyarakat dan menyebarkan pesan tentang pentingnya menjaga kebersihan lingkungan. Pandawara Group jug menggunakan video aksi bersih-bersih pantai dan sungai yang menarik dan informatif. Video-video ini menampilkan aksi bersih-bersih yang dilakukan oleh Pandawara Group di berbagai lokasi di Indonesia. Video-video ini juga memberikan informasi tentang dampak sampah terhadap lingkungan.

Dengan adanya strategi tersebut yang telah dilakukan oleh Pandawara Group melalui media sosial pada akun TikTiknya @pandawaragroup memberikan dampak positif yang signifikan bagi masyarakat. Tentu dengan konten-konten yang telah dibagikan melalui media sosial TikTok tuai pujian, sehingga masyarakat pun tergerak untuk melakukan kegiatan yang serupa yakni melakukan kegiatan sanitasi lingkungan. Dalam salah satu konten Pandawara Group pada akun TikTok @pandawaragroup banyak masyarakat yang ikut serta dalam kegiatan sanitasi lingkungan.



Gambar 4.3 Dampak positif kegiatan strategi kampanye Pandawara

Sumber : <https://vt.tiktok.com/ZSNK1Bx8B/>

Pada isi konten tersebut ialah salah satu dampak positif yang nyata dari kegiatan strategi kampanye yang telah dilakukan oleh Pandawara Group. Masyarakat berpartisipasi untuk membersihkan lingkungan, yang dimana salah satu tujuan Pandawara Group melakukan kampanyenya melalui media sosial TikTok.

Tidak hanya itu, dampak lain dari adanya kegiatan sanitasi lingkungan dari segi kesehatan juga sangat berpengaruh. Dengan kegiatan sanitasi lingkungan yang baik dapat membantu mencegah penyakit seperti diare, kolera, malaria, dan demam berdarah karena dapat mengurangi penyebaran kuman dan bakteri penyebab penyakit. Dari segi lingkungan kegiatan sanitasi lingkungan yang telah dilakukan Pandawara Group dapat membantu mengurangi pencemaran lingkungan karena pembuangan sampah sembarangan, yang dapat mencemari air dan tanah.

Dari kegiatan yang telah dilakukan oleh Pandawara Group, Pandawara Group berhasil mendapatkan 1 juta pengikut dan konten yang telah dilihat ratusan ribu kali. Dengan ini Pandawara Group dapat menjangkau luas para audiens terutama masyarakat Indonesia untuk melakukan kegiatan sanitasi lingkungan di wilayah mereka. Kegiatan tersebut juga dapat memberikan motivasi masyarakat untuk melakukan kegiatan sanitasi lingkungan. Dengan terus melakukan kegiatan sanitasi lingkungan, Pandawara berharap dapat memberikan dampak positif yang lebih besar bagi masyarakat dan lingkungan.

Kesimpulan

Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan pemilihan media untuk melakukan kampanye sanitasi lingkungan yang telah dilakukan oleh Pandawara Group melalui media sosial TikTok cukup efektif. TikTok dapat menjadi platform media sosial yang efektif untuk menyebarkan informasi dan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang kebersihan. Penerapan dari strategi yang telah dilakukan oleh Pandawara Group memberikan dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan. Akun @Pandawaragroup telah berhasil mengumpulkan lebih dari 1 juta pengikut dan konten-kontennya telah ditonton lebih dari 100 juta kali. Strategi tersebut berhasil meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya sanitasi lingkungan dan mendorong mereka untuk mengambil tindakan.



Daftar Pustaka

- Afnan, D., & Fathurrohman, F. (2020). Kegiatan Marketing Public Relations dalam Mempertahankan Citra Perusahaan. *Jurnal Soshum Insentif*, 8–17. <https://doi.org/10.36787/jsi.v3i1.199>
- Anwar, 1990. Pedoman Bidang Studi Makanan dan Minuman Pada Instansi Tenaga Sanitasi, Gramedia, Jakarta.
- Ii, B. A. B. (2006). *BAB II TINJAUAN PUSTAKA 2.1 Kondisi TPA*. 5–25.
- Venus Antar, Drs. M.A., 2004. Manajemen Kampanye Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nurmailis, O. :, Evawani, P. :, Lubis, E., Konsentrasi, M. S., Masyarakat -Jurusan, H., & Komunikasi, I. (2019). Kampanye Lingkungan Oleh Komunitas Generasi Baru Indonesia (Genbi) Riau Melalui Mural Dalam Membangun Kepedulian Masyarakat Terhadap Lingkungan Hidup Di Kota Pekanbaru. *Jom Fisip*, 6, 1–15.
- Yula, 2006. Hubungan sanitasi Rumah Tinggal Dan Hygiene Perorangan Dengan Kejadian Dermatitis Di Desa Moramo Kecamatan Moramo Kabupaten Konawe Selatan, Universitas Haluoleo, Kendari.
- Sundawati, N. (2018). Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Upaya Meningkatkan Hasil Belajar Dan Motivasi Siswa. *Universitas Pasundan*, 110(9), 1689–1699. <http://repository.unpas.ac.id/40202/%0Ahttp://repository.unpas.ac.id/40202/5/8>. **BAB II.pdf**

Internet

- <https://jdih.kemenkeu.go.id/fulltext/2009/32TAHUN2009UU.HTM>
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/11/22/indonesia-punya-pengguna-tiktok-terbanyak-ke-2-di-dunia>
- <https://data.goodstats.id/statistic/sarahjauhari/tiktok-jadi-media-sosial-dengan-waktu-penggunaan-terlama-lebih-dari-50-menit-per-hari>