

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

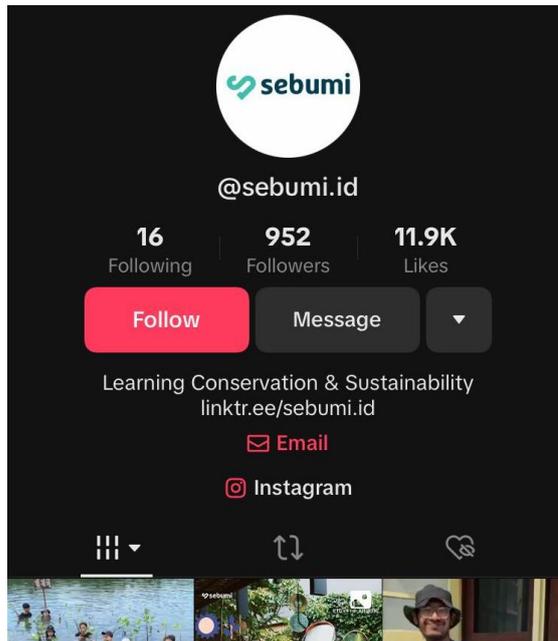
Produksi sampah yang ada di masyarakat dipengaruhi oleh beberapa faktor di antaranya adalah pertumbuhan populasi, peningkatan konsumsi produk, dan juga urbanisasi. Di Indonesia sendiri, sampah menjadi salah satu masalah utama yang terjadi di masyarakat dari dulu hingga sekarang. Indonesia menjadi salah satu negara dengan produksi sampah terbanyak setiap tahunnya sehingga menjadi permasalahan dan sorotan masyarakat. Informasi yang didapatkan dari *website* Kementerian Koordinator Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan Republik Indonesia, data dari Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional (SIPSN) Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan bahwa timbunan sampah nasional sebanyak 21.1 juta ton dengan jumlah yang belum terkelola sebanyak 7.2 juta ton. Data yang didapatkan tersebut terdiri dari 202 kabupaten/kota seluruh Indonesia pada tahun 2022 (Pujianto, 2023). Hal ini juga dikarenakan jumlah sampah plastik di Indonesia yang terus tinggi. Bahkan Indonesia menjadi negara kedua dengan penyumbang sampah plastik terbesar setelah Cina. Ketergantungan terhadap sampah plastik yang dipakai untuk kemasan makanan, minuman, dan kantong plastik membuat volume sampah juga menjadi meledak dikarenakan sampah plastik juga memiliki karakteristik yang sulit untuk terurai.

Menurut data yang bersumber dari United Nations Environment Program (UNEP), ada sebanyak 1.29 juta ton sampah di Indonesia yang berakhir ke laut lepas. Sanitasi dan lingkungan kotor merupakan salah satu penyebab kematian di Indonesia yang dapat diperkirakan ada sebanyak 50,000 jumlah kematian setiap tahunnya. Prigi Arisan seorang aktivis lingkungan yang juga merupakan Direktur *Ecological Observation and Wetland Conservations (Ecoton)* mengemukakan bahwa 93% sungai di Indonesia sudah tercemar oleh *micro plastic* dan sampah lainnya. Penyebab utamanya adalah masyarakat yang sudah terbiasa di kehidupan sehari-hari yang menjadikan sungai sebagai tempat pembuangan sampah rumah tangga dan pembuangan limbah pabrik (Patoppoi, 2022). Laporan dari Henri Bastaman, Wakil Menteri Lingkungan Hidup mengemukakan bahwa sungai

sudah mulai mengkhawatirkan khususnya sungai Ciliwung dan Citarum di mana terdapat 5 juta jiwa yang tinggal di sepanjang bantaran sungai. Banyak sampah rumah tangga yang dibuang ke sungai. Bahkan sungai juga sudah dianggap menjadi toilet pribadi. Kandungan merkuri juga ditemukan terkandung dari air sungai yang diperkirakan berasal dari aktivitas perusahaan tambang kecil yang ada di dekat sungai (Cita-Citarum, 2022). Laporan dari ST Kabid Pengelolaan Sampah DLH Kota Jambi, Kiki kepada RRI bahwa terdapat beberapa masyarakat yang masih terbiasa untuk membuang sampah sembarangan. Tempat sampah yang sebenarnya sudah disediakan seolah-olah dianggap tidak ada oleh masyarakat (Iswinarni, 2024).

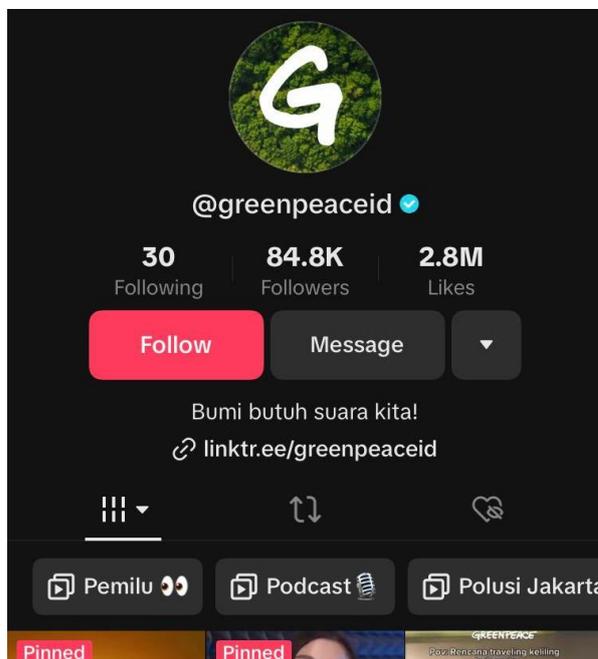
Fenomena mengenai sampah ini sampai kapanpun tidak akan selesai jika masyarakat juga acuh dengan permasalahan ini dan enggan untuk sadar akan pentingnya kebersihan. Padahal untuk menjaga kebersihan dan kelestarian lingkungan bukan hanya tanggung jawab suatu individu saja. Namun, semua manusia di dunia ini seharusnya mampu memahami bahwa lingkungan tempat makhluk hidup penting untuk dijaga. Tentunya perlu ada kesadaran dari diri sendiri dan tidak hanya bergantung dengan pemerintah. Kini, di Indonesia sudah banyak komunitas pecinta lingkungan. Hal ini tentu menjadi langkah yang positif untuk mengajak dan memotivasi masyarakat agar lebih sadar akan pentingnya melestarikan lingkungan.

Komunitas yang berupaya untuk menjaga lingkungan hidup di Indonesia di antaranya adalah Sebumi dan *Greenpeace Indonesia*. Sebumi merupakan komunitas pelestarian lingkungan di Indonesia yang dibentuk pada tahun 2010 dengan mengambil peran aktif untuk meminimalkan jejak karbon dengan mengimplementasikan *zero waste*. Sedangkan *Greenpeace Indonesia* merupakan cabang komunitas yang pada awalnya terbentuk di Kanada pada tahun 1971. *Greenpeace Indonesia* mempercayai bahwa setiap orang dapat melakukan perubahan. Prinsip *Greenpeace Indonesia* adalah dengan adanya kekuatan masyarakat yang berkeinginan untuk menghijaukan, maka kita dapat mengubah dunia sehingga semua orang mendapatkan ketenangan. Sebumi.id dan *Greenpeace Indonesia* adalah komunitas yang keduanya sering melakukan kampanye melestarikan lingkungan.



**Gambar 1.1** *Sebumi.id*

(Sumber: Olahan Peneliti, 2024)

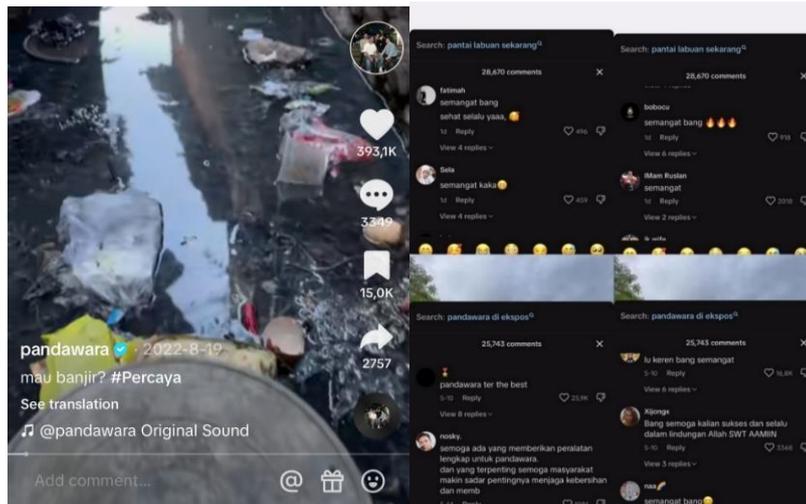


**Gambar 1.2** *Greenpeace Indonesia*

(Sumber: Olahan Peneliti, 2024)

Kampanye terbentuk dalam suatu masyarakat melalui proses komunikasi yang bersifat ajakan atau persuasif untuk mencapai tujuan tertentu dalam waktu yang sudah terorganisasi. Suatu kampanye yang dilakukan dalam kelompok masyarakat bermaksud memberikan motivasi khalayak untuk berpartisipasi sehingga dapat memberikan efek tertentu. Kampanye menjadi media komunikator dalam menyampaikan apa yang ingin dituju, pemahaman, dan membangun kepercayaan khalayak melalui ajakan melakukan kegiatan kampanye (Simamora, 2019). Permasalahannya adalah bahwa gerakan kampanye terkadang bersifat sementara dengan sarana penyalur yang terbatas. Namun, gerakan kampanye sekarang ini sudah banyak dilakukan bukan hanya oleh suatu komunitas saja.

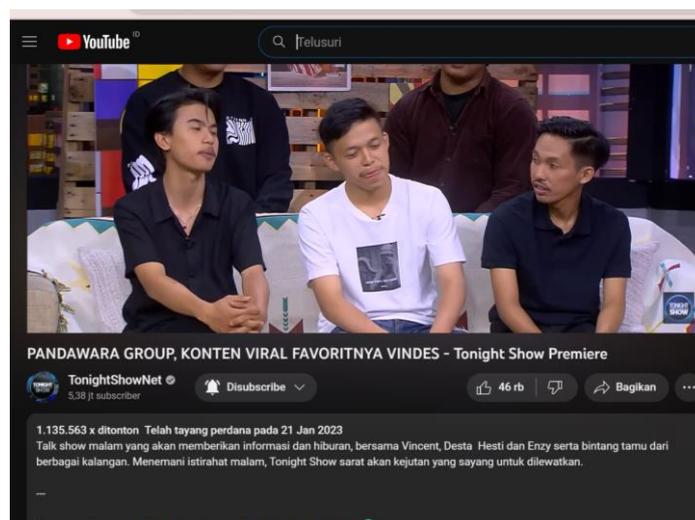
Beberapa waktu ke belakang ini terdapat sekelompok anak muda yang melakukan kampanye pelestarian lingkungan di media sosial melalui konten yaitu akun media sosial @pandawaragroup. Pandawara adalah sekelompok individu yang terdiri dari lima pemuda asal Bandung, Jawa Barat yang melakukan gerakan pelestarian lingkungan dengan membersihkan sungai dari sampah. Akun media sosial @pandawaragroup mengunggah konten pertamanya pada media sosial tiktok pada tanggal 19 Agustus 2022 dengan jumlah sebanyak 400.800 *likes* (per 13 November 2023). Pada unggahan video yang ada di akun media sosial Tiktok @pandawaragroup mendapati banyak komentar positif dari audiens. Pandawara melakukan kegiatan kampanye dengan pembawaan yang sangat kekinian didukung dengan konten yang menarik dari segi audio dan visual pada media sosial Tiktok @pandawaragroup juga yang menjadi acuan peneliti untuk melakukan penelitian dan memilih Pandawara sebagai objek penelitian. Selain itu, keaktifan Pandawara dalam melakukan kegiatan kampanye pelestarian lingkungan melalui media sosial juga menarik perhatian peneliti sebagai pengguna media sosial.



**Gambar 1.3** Unggahan pertama pandawara dan tanggapan positif

(Sumber: akun media sosial Tiktok @pandawaragroup, 2023)

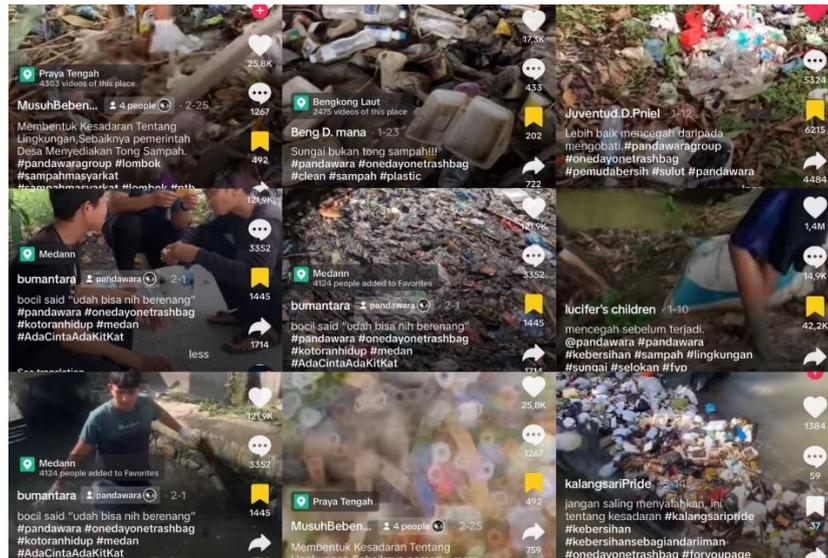
Gerakan sosial yang grup Pandawara lakukan berawal dari keresahan mereka karena banyaknya volume sampah yang berasal dari ulah manusia juga sehingga hampir selalu disaat hujan turun, daerah tempat tinggal mereka selalu dilanda banjir. Mereka memutuskan untuk berinisiatif membersihkan sampah yang menyumbat jalur air. Kegiatan membersihkan sampah ini sudah dilakukan oleh Pandawara kurang lebih selama satu tahun. Hal ini diperjelas oleh grup Pandawara sendiri pada acara TV *Tonight Show* Net TV yang tayang pada tanggal 21 Januari 2023 di *Youtube Channel* TonightShowNet.



**Gambar 1.4** Pandawara di acara TV Tonight Show

(Sumber: Olahan Peneliti, 2023)

Kegiatan membersihkan sungai ini cukup sering mereka lakukan di daerah Bandung, Jawa Barat. Sungai-sungai yang awalnya kotor dan penuh dengan sampah, kini menjadi bersih dan aliran air sungai menjadi tidak tersumbat. Tagar yang sempat ramai di media sosial Tiktok yaitu *#onedayonetrashbag* yang dicetuskan oleh Pandawara ini mengajak audiens untuk melakukan gerakan pelestarian lingkungan dengan sehari minimal mengumpulkan sampah sebanyak satu kantong sampah.



**Gambar 1.5 Pengguna tagar *#onedayonetrashbag***

(Sumber: Olahan Peneliti, 2023)

Jika dilihat dari banyaknya tagar *#onedayonetrashbag* yang ramai di media sosial Tiktok, ini menunjukkan bahwa banyaknya pengguna media sosial Tiktok yang juga mengikuti langkah baik untuk melakukan gerakan baik dari Pandawara. Pesan kampanye yang disampaikan oleh Pandawara melalui tagar di setiap unggahan video dijadikannya gerakan ini sebagai kegiatan yang bermanfaat. Banyaknya *followers* akun Tiktok *@pandawaragroup* tentu menjadi salah satu aktor yang memengaruhi kampanye yang dilakukan Pandawara dapat dikenal banyak oleh pengguna akun media sosial Tiktok lainnya. Peneliti memutuskan untuk menggunakan Pandawara sebagai objek penelitian adalah karena Pandawara merupakan grup yang sangat dekat dengan masyarakat dan lingkungan karena terbentuk *independent* inisiatif sebagai relawan dan awalnya bukan kegiatan yang terencana. Pandawara merupakan komunitas independen yang gerakannya fokus pada pelestarian lingkungan dari sampah yang ada di sungai, pantai, dan lingkungan menyeluruh (Rostanti, 2023).

Tidak seperti komunitas resmi di bawah lembaga atau organisasi lainnya sebagai contoh yaitu Pemuda Peduli Lingkungan Asri dan Bersih (Pepelingasih) dari Kementerian Pemuda dan Olahraga (Kemenpora), Sungai Watch dari Bali yang merupakan Yayasan Partner lingkungan, *Greenpeace* yang merupakan jaringan kampanye global dari Kanada, dan *River Cleanup Indonesia* yang cakupannya sangat besar hingga kini memiliki 9707 warriors.

Peneliti menggunakan dua penelitian terdahulu yang memiliki tema dan topik berkaitan sebagai rujukan dilakukannya penelitian. Pada penelitian pertama yang dilakukan oleh (Febriyanti & Salsabila, 2024) yang berjudul “Strategi Kampanye Pandawara Group Melakukan Sanitasi Lingkungan Melalui Media Sosial Tiktok Pada Akun @Pandawaragroup”. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana strategi kampanye dan dampak kampanye sanitasi lingkungan yang dilakukan oleh Pandawara. Persamaan penelitian ini terdapat pada objek dan media yang diteliti yaitu Pandawara dan melalui akun media sosial Tiktok. Perbedaan ada pada metode penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif pendekatan secara deskriptif naratif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi kampanye yang dilakukan oleh Pandawara pada akun media sosial Tiktok yaitu dengan menyampaikan pesan secara verbal melalui media konten di platform Tiktok dan juga melakukan kerjasama dengan Masyarakat atau pemangku kepentingan dalam menjalankan kampanye. Penelitian kedua yang digunakan oleh peneliti sebagai rujukan dengan judul “Persepsi Mahasiswa UINSU Terhadap Konten Pandawara Grup Dalam Meningkatkan Kesadaran Peduli Lingkungan” oleh (Matondang et al., 2023). Persamaan penelitian terdapat pada objek yang diteliti yaitu Pandawara dan konten yang dilakukan oleh Pandawara. Persamaan penelitian ini juga terdapat pada mengamati bagaimana suatu hal dapat meningkat seperti halnya peningkatan kesadaran peduli lingkungan dan minat pelestarian lingkungan. Perbedaan penelitian terdapat pada metode penelitian yaitu kualitatif deskriptif dengan pendekatan analisis isi dan wawancara. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa luas jangkauan persepsi mahasiswa UINSU dan tingkat kesadaran peduli lingkungannya melalui konten dari Pandawara. Hasil penelitian ini adalah persepsi yang diperoleh dari Mahasiswa UINSU menunjukkan bahwa kesadaran peduli lingkungan masih bersifat teoritis dan belum bersifat praktis.

Penelitian ini memiliki pembaruan yaitu peneliti melakukan penelitian terhadap pesan kampanye dengan tagar *#onedayonetrashbag* yang dilakukan oleh Pandawara di akun media sosial Tiktok. Berdasarkan fenomena yang telah diuraikan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dan menjadikan fenomena tersebut sebagai topik penelitian dengan judul “PENGARUH PESAN KAMPANYE *#ONEDAYONETRASHBAG* TERHADAP MINAT PELESTARIAN LINGKUNGAN (SURVEI PADA *FOLLOWERS* AKUN TIKTOK *@PANDAWARAGROUP*)”.

### **1.2 Identifikasi Masalah**

Berlandaskan dengan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, adapun identifikasi masalah yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah seberapa besar pengaruh pesan kampanye *#onedayonetrashbag* terhadap minat pelestarian lingkungan *followers* akun media sosial *@pandawaragroup*?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan peneliti dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pesan kampanye *#onedayonetrashbag* di akun media sosial terhadap minat pelestarian lingkungan, survei pada *followers* akun media sosial *@pandawaragroup*.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Dalam penelitian ini terdapat beberapa manfaat penelitian yang dibagi menjadi dua aspek, di antaranya:

a. Aspek Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dari aspek teoritis, seperti halnya dapat menjadi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang Ilmu Komunikasi, memberikan wawasan baru dan informasi mengenai penelitian yang terkait dengan minat pelestarian lingkungan yang dipengaruhi oleh kampanye di media sosial, dan menjadi referensi bagi penelitian kedepannya.

b. Aspek Praktis

Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan manfaat dari aspek praktis, antara lain yaitu dapat mengetahui seberapa besar pengaruh yang diberikan kampanye yang ada di media sosial khususnya pada akun *Tiktok*

@pandawaragroup sehingga dapat menjadi bahan motivasi pengguna aplikasi *Tiktok* lainnya dalam hal melestarikan lingkungan.

### 1.5 Waktu dan Periode Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menyusun waktu dan periode penelitian yang disusun dengan menyesuaikan kemampuan secara realistis agar tercapai sesuai dengan rencana. Berikut adalah penjelasan mengenai waktu dan periode penelitian yaitu:

**Tabel 1.1 Waktu dan Periode Penelitian**

No	Keterangan	Periode							
		2023			2024				
		Oktober	Novem ber	Desember	Januari	Februa ri	Maret	April	Mei
1	Pengajuan tema dan judul penelitian								
2	Penyusunan BAB 1								
3	Penyusunan BAB 2								
4	Penyusunan BAB 3								
5	Pendaftaran Desk Evaluation								
6	Revisi Desk Evaluation								
7	Pengolahan data								
8	Penyusunan BAB 4								

9	Penyusunan BAB 5								
10	Pendaftaran sidang skripsi								

(Sumber: Olahan Peneliti, 2024)

### 1.6 Sistematika Penelitian

Sistematika penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran bagian keseluruhan mengenai uraian dan penjelasan yang tercantum dalam penelitian dari awal hingga akhir penulisan. Berikut adalah sistematika penelitian yang terdiri dari:

a) **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini, peneliti menjelaskan fenomena dan apa yang menjadikan permasalahan penelitian. Hal itu terbagi ke dalam beberapa bagian seperti latar belakang, identifikasi masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, waktu dan periode penelitian, dan sistematika penelitian.

b) **BAB II KAJIAN PUSTAKA**

Bab ini berisi mengenai teori-teori yang digunakan sebagai bahan penelitian, tinjauan yang terkait dengan permasalahan dan fenomena penelitian, penelitian terdahulu yang menjadi acuan peneliti dalam melakukan penelitian, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian, dan ruang lingkup penelitian.

c) **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini berisi mengenai metode yang digunakan untuk penelitian terdiri dari jenis penelitian, operasionalisasi variabel dan skala pengukuran, populasi dan sample, Teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, dan Teknik analisis data.

d) **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi mengenai hasil dari data responden yang diperoleh peneliti dalam penelitian. Data yang didapatkan dianalisis menggunakan analisis statistik sehingga pada bagian pembahasan dapat diketahui hasil penelitian dan pengaruh yang ada antara variabel dependen dan independen.

e) **BAB V SIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi mengenai kesimpulan yang dapat diambil dari berlangsungnya penelitian serta saran yang diberikan oleh peneliti kepada pihak yang terkait.