

ANALISIS DAMPAK KONTEN MEDIA SOSIAL PANDAWARA GROUP DALAM MEMBANGUN KESADARAN LINGKUNGAN MASYARAKAT PANDEGLANG DI PANTAI TELUK LABUAN

Naufal Fakhruddin^{1*}, Maura Indiana², Nashifa Fauziah², Agung Kurniawan², Nadya Salsabilla⁵, Surti Wardani⁶

^{1,2}*Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Pamulang*

*E-mail: nauflfkhrdn@gmail.com

ABSTRAK

Isu pencemaran lingkungan di wilayah pesisir Indonesia menjadi perhatian serius karena meningkatnya volume sampah dan rendahnya kesadaran masyarakat terhadap pengelolaan limbah. Salah satu kasus nyata terjadi di Pantai Teluk Labuan, Pandeglang, Banten, yang mengalami penumpukan sampah dalam jumlah besar. Di tengah keterbatasan penanganan dari pemerintah dan minimnya partisipasi warga, muncul inisiatif dari aktor non-negara seperti Pandawara Group yang memanfaatkan media sosial, khususnya TikTok, untuk menyebarkan kampanye kebersihan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana konten media sosial yang diunggah Pandawara Group dapat memengaruhi kesadaran dan perilaku lingkungan masyarakat lokal. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode studi kasus. Data dikumpulkan melalui observasi konten TikTok, dokumentasi lapangan, dan studi pustaka, yang dikaji pada periode Februari–April 2025. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten video pendek Pandawara Group mampu meningkatkan visibilitas isu lingkungan di Teluk Labuan, menggerakkan partisipasi masyarakat dalam kegiatan bersih-bersih pantai, dan memberikan tekanan moral serta politis kepada pemerintah daerah untuk bertindak. Ditemukan pula adanya efek *agenda setting* dan tekanan sosial yang mendorong keterlibatan publik lebih luas. Kesimpulan dari studi ini adalah bahwa konten media sosial berpotensi besar dalam membangun kesadaran lingkungan masyarakat. Namun, keberlanjutan dampaknya memerlukan dukungan struktural seperti penguatan komunitas lokal, regulasi pemerintah yang tegas, dan kolaborasi lintas sektor. Tanpa itu, gerakan semacam ini berisiko kehilangan dampaknya seiring berkurangnya eksposur media.

Kata Kunci: dampak, konten, media sosial, kesadaran lingkungan, Pandawara Group

ABSTRACT

Environmental pollution in coastal areas of Indonesia has become a pressing concern due to increasing waste volume and low public awareness of sustainable waste management. One prominent case is at Teluk Labuan Beach, Pandeglang, Banten, where significant waste accumulation has occurred. Amid limited government action and low community engagement, a non-state actor, Pandawara Group, emerged by utilizing social media—particularly TikTok—to spread environmental cleanup campaigns. This study aims to analyze how Pandawara Group's social media content influences environmental awareness and behavior among the local community. The research employed a descriptive qualitative approach using a case study method. Data were collected through content observation on TikTok, field documentation, and literature review within the period of February to April 2025. The findings reveal that Pandawara Group's short-form video content successfully raised visibility of environmental issues in Teluk Labuan, mobilized public participation in coastal clean-up efforts, and exerted moral and political pressure on local authorities. Furthermore, the study identified the presence of agenda-setting effects and social pressure that stimulated broader public involvement. This study concludes that social media content holds significant potential in fostering environmental awareness. However, sustaining its impact requires structural support such as community empowerment, firm governmental regulations, and

cross-sector collaboration. Without these elements, such movements risk losing momentum once media exposure fades.

Keywords: impact, content, social media, environmental awareness, Pandawara Group

PENDAHULUAN

Isu pencemaran lingkungan, khususnya di wilayah pesisir Indonesia, semakin mendapat perhatian dari berbagai kalangan. Perubahan iklim, peningkatan volume sampah plastik, serta rendahnya kesadaran masyarakat terkait pengelolaan limbah yang berkelanjutan menjadi tantangan yang terus dihadapi. Salah satu wilayah yang terdampak secara signifikan adalah Pantai Teluk Labuan di Kabupaten Pandeglang, Banten. Pantai ini, yang memiliki potensi sebagai destinasi wisata sekaligus sumber penghidupan bagi warga sekitar, kini dipenuhi oleh limbah rumah tangga, sampah plastik, dan sisa aktivitas manusia lainnya.

Di tengah keterbatasan penanganan dari pihak pemerintah maupun partisipasi aktif masyarakat, peran aktor non-negara mulai muncul sebagai kekuatan baru dalam upaya pelestarian lingkungan. Salah satunya adalah Pandawara Group, sebuah komunitas aktivis lingkungan yang digagas oleh sekelompok pemuda dengan semangat tinggi. Mereka mengadopsi pendekatan berbeda dengan memanfaatkan media sosial sebagai saluran utama penyebaran pesan dan aksi mereka. Salah satu platform yang digunakan secara intensif adalah TikTok. Dalam konteks komunikasi digital, media sosial memiliki fungsi strategis sebagai alat partisipatif yang memungkinkan publik untuk tidak hanya menerima informasi, tetapi juga menciptakan dan menyebarkannya secara cepat dan luas (Nasrullah, 2015). Hal ini sejalan dengan pendapat Kaplan dan Haenlein (2010), yang menyatakan bahwa media sosial memungkinkan terjadinya dialog dua arah antara individu atau kelompok dengan khalayak luas dalam waktu singkat, serta mendukung terbentuknya komunitas daring yang saling terhubung berdasarkan minat dan tujuan bersama. Dengan memanfaatkan karakteristik ini, Pandawara Group berhasil menjadikan media sosial terutama TikTok sebagai ruang publik digital yang efektif untuk membangun kesadaran dan mobilisasi sosial dalam isu-isu lingkungan.

TikTok merupakan platform media sosial berbasis video singkat, yang memungkinkan penggunanya untuk membuat, mengedit, serta membagikan video berdurasi mulai dari 15 detik hingga beberapa menit. Platform ini menawarkan berbagai fitur kreatif, seperti latar musik, filter visual, dan algoritma yang mendukung penyebaran konten secara cepat dan luas. Dengan jutaan pengguna aktif di Indonesia, TikTok menjadi media yang sangat efektif untuk menjangkau berbagai lapisan masyarakat, khususnya generasi muda. Menurut Nasrullah (2015), karakteristik utama media sosial adalah partisipatif, terbuka, berbasis komunitas, dan memanfaatkan teknologi informasi yang mempermudah penyebaran pesan secara masif dan instan. TikTok mewujudkan semua ciri ini melalui fitur for-you-page (FYP) yang memungkinkan konten menjangkau audiens luas tanpa batas

geografis. Sementara itu, studi oleh Montag et al. (2021) menunjukkan bahwa TikTok memfasilitasi keterlibatan emosional dan visual yang kuat, sehingga sangat efektif digunakan dalam penyebaran pesan sosial dan kampanye berbasis nilai. Pandawara Group secara konsisten mengunggah video kegiatan bersih-bersih pantai, termasuk di Pantai Teluk Labuan, melalui akun TikTok mereka. Video-video tersebut tidak hanya menampilkan proses pengumpulan sampah, tetapi juga memberikan edukasi mengenai dampak pencemaran lingkungan serta pentingnya menjaga kebersihan pesisir. Penyajian visual yang menarik, narasi yang kuat, dan pendekatan yang autentik membuat konten mereka memperoleh jutaan penayangan serta respons positif dari masyarakat.

Kehadiran Pandawara Group di TikTok memunculkan diskursus baru mengenai peran konten digital dalam membangun kesadaran publik terhadap isu lingkungan. Video yang mereka unggah tidak sekadar memberikan informasi, melainkan juga mendorong keterlibatan masyarakat dalam aksi nyata. Banyak warga sekitar yang terinspirasi untuk ikut serta dalam kegiatan bersih-bersih pantai setelah melihat dampak positif dari gerakan ini. Selain itu, konten mereka juga menarik perhatian media nasional serta membuka peluang kolaborasi lintas sektor.

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana konten media sosial yang diunggah oleh Pandawara Group melalui platform TikTok dapat mempengaruhi kesadaran serta perilaku lingkungan masyarakat lokal di Pantai Teluk Labuan. Studi ini diharapkan mampu memberikan kontribusi terhadap pemahaman mengenai potensi media sosial sebagai sarana untuk mendorong perubahan sosial, khususnya dalam konteks upaya pelestarian lingkungan di kawasan pesisir Indonesia.

Dalam hal ini, teori *Uses and Gratifications* menjadi kerangka teoritik yang relevan karena menjelaskan bagaimana individu secara aktif menggunakan media termasuk media sosial untuk memenuhi kebutuhan informasi, ekspresi nilai, dan integrasi sosial (Katz, Blumler, & Gurevitch, 1974). Konten lingkungan yang disajikan secara menarik di TikTok memberikan gratifikasi berupa pengetahuan, empati, hingga dorongan untuk bertindak. Selain itu, studi oleh Veltri dan Ivchenko (2017) menunjukkan bahwa media sosial memainkan peran signifikan dalam menyebarkan nilai-nilai keberlanjutan dan menggerakkan keterlibatan masyarakat dalam isu-isu lingkungan.

Dengan pendekatan ini, penelitian menempatkan media sosial bukan hanya sebagai alat komunikasi, tetapi sebagai ruang partisipatif yang mampu mengubah persepsi dan perilaku individu terhadap isu lingkungan.

Fokus analisis diarahkan pada tiga aspek utama, yaitu respon masyarakat terhadap kampanye lingkungan yang disampaikan melalui media sosial, tindakan dan kebijakan pemerintah daerah yang muncul pasca-unggahan konten tersebut, keterlibatan dan partisipasi komunitas lokal dalam mendukung aksi dan keberlanjutan program bersih-bersih pantai.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan tujuan untuk memahami secara mendalam fenomena sosial yang berkaitan dengan aktivitas kampanye lingkungan Pandawara Group. Metode studi kasus diterapkan dalam penelitian ini untuk memungkinkan penelusuran secara komprehensif terhadap konteks, proses, dan dampak dari aksi bersih-bersih yang dilakukan oleh Pandawara Group di Pantai Teluk Labuan. Data dikumpulkan melalui beberapa teknik, yaitu: pertama, observasi konten media sosial, meliputi analisis ungkapan terkait di platform TikTok, Instagram, dan YouTube. Kedua, dokumentasi kegiatan, berupa pengumpulan bukti visual dan naratif dari aksi bersih-bersih secara langsung di lapangan. Ketiga, studi pustaka, melalui penelaahan artikel berita, laporan komunitas, serta literatur yang relevan guna memperkuat pemahaman tentang konteks sosial dan lingkungan setempat. Data yang digunakan adalah data sekunder dengan teknik analisis data konten dari media tiktok berupa teks, gambar, narasi dan video, yang dibatasi pada periode bulan Februari – April 2025. Data dikategorikan dan direduksi sesuai kebutuhan penelitian lalu disajikan dan dianalisis guna pengambilan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional (SIPSN) Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK), timbulan sampah nasional pada tahun 2023 tercatat mencapai 69,9 juta ton (SIPSN, 2024). Namun, Menteri Lingkungan Hidup Hanif Faisol Nurofiq menyampaikan angka yang berbeda, yakni sebesar 56,63 juta ton. Perbedaan ini kemungkinan disebabkan oleh perbedaan metodologi pencatatan atau cakupan wilayah pelaporan.

Tingkat Pengelolaan Sampah dari total timbulan sampah nasional tersebut, hanya 39% yang berhasil dikelola secara memadai. Sisanya, sekitar 61%, belum tertangani dengan optimal. Rinciannya meliputi:

Metode Pembuangan	Persentase (%)	Dampak Lingkungan
Dibakar secara terbuka	12,67%	Emisi karbon dioksida, pencemaran udara
Dibuang secara ilegal di lahan kosong	15,32%	Pencemaran tanah dan air tanah
Dibuang langsung ke badan air	11,15%	Pencemaran lingkungan perairan

Tabel 1: Cara Pembuangan Sampah dan Dampaknya

Jenis Sampah	Percentase (%)
Sisa makanan (organik)	41,60%
Sampah plastik	18,71%

Tabel 2: komposisi jenis sampah di indonesia

Sumber Sampah	Percentase (%)	Keterangan Tambahan
Rumah tangga	44,37%	Kontributor utama sampah di seluruh wilayah
Sektor HOREKA (Hotel, Restoran, Kafe)	-	Kontributor signifikan, khususnya di kawasan perkotaan

Tabel 3: sumber utama sampah

Hasil analisis konten menunjukkan adanya empat tema utama dalam video-video Pandawara Grup terkait edukasi pengelolaan sampah. Pertama, ajakan untuk melakukan pemilahan sampah dari rumah secara rutin menjadi pesan yang konsisten di beberapa unggahan, termasuk video terbaru yang dipublikasikan dua hari sebelum penelitian ini dilakukan. Pesan ini menggarisbawahi pentingnya memilah sampah organik dan anorganik sebagai langkah awal membangun sistem pengelolaan sampah yang lebih tertata.

Kedua, Pandawara Grup turut mengangkat ide-ide kreatif pengelolaan sampah melalui konsep upcycling. Salah satu video yang dipublikasikan sebulan sebelumnya menampilkan cara memanfaatkan limbah menjadi produk baru yang bernilai, seperti kerajinan tangan, dengan melibatkan kolaborasi bersama komunitas dan brand lokal. Selain mengurangi limbah, konten ini sekaligus mendorong praktik ekonomi sirkular di tingkat masyarakat.

Ketiga, aksi nyata pembersihan lingkungan juga menjadi salah satu bentuk kampanye Pandawara. Video aksi bersih-bersih sungai di Citarum, yang diunggah pekan sebelumnya dan video serupa sepuluh bulan lalu, menampilkan kolaborasi lintas komunitas dalam membersihkan sampah dari badan air. Selain dokumentasi aksi, video ini menyampaikan pesan penting tentang bahaya sampah di sungai dan ajakan untuk peduli terhadap lingkungan sekitar.

Terakhir, Pandawara Grup juga menyisipkan konten reflektif berupa kritik sosial terhadap pengelolaan sampah nasional. Sebuah video yang diunggah sekitar 1,4 tahun lalu mengangkat isu mengenai siapa yang seharusnya bertanggung jawab dalam penanganan sampah. Video tersebut mempertanyakan apakah kebijakan dan implementasi pengelolaan sampah selama ini dilakukan secara serius atau hanya sekadar retorika. Pesan kritis ini mendorong audiens untuk berpikir lebih dalam mengenai peran pemerintah, institusi, serta partisipasi warga dalam sistem pengelolaan sampah.

Dari sisi efektivitas, format video pendek TikTok terbukti mampu menjangkau audiens luas, khususnya generasi muda yang menjadi pengguna dominan platform ini. Pandawara Group memanfaatkan narasi visual, musik latar, serta teks sederhana untuk menyampaikan pesan kompleks secara ringan dan menarik. Selain itu, kolaborasi dengan komunitas dan brand lokal turut memperluas jangkauan pesan sekaligus memperkuat solidaritas sosial dalam aksi lingkungan.

Penelitian oleh Haryanti dan Febrianti (2023) menunjukkan bahwa konten berbasis video pendek di TikTok mampu membentuk opini publik serta meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap isu-isu lingkungan melalui pendekatan visual yang emosional dan mudah dipahami. TikTok bukan hanya menjadi sarana hiburan, tetapi juga media efektif untuk menyampaikan pesan edukatif dan advokasi, termasuk dalam kampanye lingkungan hidup. Konten yang dikemas secara kreatif, seperti yang dilakukan Pandawara Group, terbukti lebih mudah diterima dan direspon oleh masyarakat luas.

Visibilitas Isu Lingkungan

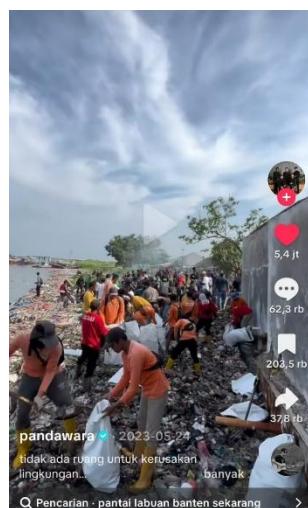


Gambar 1 : Konten pandawara group di Pantai Teluk Pandeglang dengan latar Pantai terburuk dan terkotor. Source Tiktok/Pandawara

Unggahan video oleh Pandawara Group berhasil menciptakan sorotan nasional terhadap kondisi memprihatinkan Pantai Teluk Labuan di Kabupaten Pandeglang, Banten, yang sebelumnya kurang mendapatkan perhatian publik maupun media arus utama. Dalam video tersebut, terlihat dengan jelas tumpukan besar sampah yang mencemari garis pantai, menciptakan pemandangan yang kontras dengan ekspektasi umum terhadap keindahan alam pantai. Visual yang kuat ini dipadukan dengan narasi yang menyentuh dan dokumentasi proses pembersihan yang dilakukan oleh Pandawara Group menghadirkan dampak emosional yang mendalam. Banyak masyarakat yang merespons dengan rasa empati, marah, serta dorongan untuk bertindak, menunjukkan bahwa media sosial memiliki kekuatan dalam mengangkat isu-isu lingkungan yang sebelumnya tersembunyi dari radar publik.

Fenomena ini sejalan dengan teori *Agenda Setting* yang dikemukakan oleh McCombs dan Shaw (1972), yang menjelaskan bahwa media memiliki kemampuan untuk menentukan isu mana yang dianggap penting oleh publik dengan menyorotnya secara konsisten. Dalam konteks ini, konten TikTok yang diunggah oleh Pandawara Group berperan sebagai pemicu perubahan persepsi masyarakat terhadap urgensi masalah lingkungan lokal. Studi oleh Dwivedi et al. (2021) juga menegaskan bahwa media sosial memiliki kekuatan dalam membentuk kesadaran kolektif dan mendorong keterlibatan publik dalam isu sosial dan lingkungan, khususnya saat dikemas secara visual dan emosional.

Partisipasi Masyarakat Lokal



Gambar 2 : Konten Pandawara group di Labuan Banten yang bergotong royong membersihkan Pantai dari sampah. Source Tiktok/Pandawara

Setelah konten tersebut menjadi viral dan tersebar luas di berbagai platform media sosial, terlihat adanya peningkatan signifikan dalam keterlibatan masyarakat sekitar, khususnya warga yang tinggal di sekitar Pantai Teluk Labuan. Tidak hanya orang dewasa, namun juga pelajar sekolah dan berbagai komunitas pemuda turut ambil bagian dalam kegiatan bersih-bersih pantai yang diadakan secara spontan maupun terorganisir. Hal ini mencerminkan munculnya semacam *social pressure* atau tekanan sosial yang bersifat positif, di mana individu merasa ter dorong untuk terlibat dalam aksi kolektif demi menjaga kebersihan dan kelestarian lingkungan sekitar.

Teori *Social Norms* yang dikembangkan oleh Cialdini, Reno, dan Kallgren (1990) menyatakan bahwa perilaku individu dapat dipengaruhi oleh persepsi terhadap norma sosial yang berlaku, baik secara deskriptif (apa yang orang lain lakukan) maupun injungtif (apa yang dianggap benar oleh masyarakat). Dalam kasus ini, meningkatnya partisipasi masyarakat dalam aksi lingkungan merupakan respons terhadap ekspektasi sosial yang dibentuk oleh viralnya konten Pandawara Group.

Lebih lanjut, penelitian oleh Bamberg et al. (2015) menunjukkan bahwa partisipasi kolektif dalam gerakan lingkungan tidak hanya dipicu oleh emosi, tetapi juga oleh rasa identitas kelompok dan pengaruh sosial yang berkelanjutan. Oleh karena itu, partisipasi ini bukan hanya sebagai respons sesaat, tetapi menunjukkan adanya potensi untuk membangun kesadaran lingkungan yang lebih berkelanjutan di tingkat komunitas lokal.

Respons Pemerintah Daerah



Gambar 3 : Respon Pemerintah daerah tentang konten
Pnadawara group. Source Kompas.com

Viralnya video Pandawara Group dan besarnya perhatian publik yang ditimbulkannya telah memberikan tekanan moral dan politik bagi pemerintah daerah, khususnya Pemerintah Kabupaten Pandeglang, untuk segera mengambil tindakan nyata. Dalam beberapa waktu setelah konten tersebut tersebar, pemerintah daerah mulai merespons dengan melakukan upaya-upaya konkret. Di antaranya adalah penyediaan fasilitas tempat sampah di area publik, pelaksanaan kegiatan bersih-bersih yang melibatkan ASN dan warga, serta peningkatan frekuensi sosialisasi mengenai pentingnya menjaga kebersihan lingkungan. Langkah-langkah ini memperlihatkan bahwa konten digital, jika mampu menarik perhatian secara luas, dapat menjadi pemicu tidak langsung bagi perubahan kebijakan publik atau setidaknya menjadi bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan di tingkat pemerintahan lokal.

Teori *Agenda Setting* memberikan kerangka untuk memahami bagaimana media menyoroti isu-isu tertentu sehingga mempengaruhi agenda publik dan bahkan kebijakan pemerintah. Teori ini pertama kali dikembangkan oleh McCombs dan Shaw (1972), yang menyatakan bahwa media tidak selalu mengatakan kepada publik apa yang harus dipikirkan, tetapi berhasil memengaruhi apa yang dipikirkan oleh publik. Dalam konteks ini, ketika Pandawara Group secara rutin menampilkan konten tentang penumpukan sampah atau aksi bersih-bersih di Teluk Labuan, maka mereka secara tidak langsung menetapkan prioritas isu tersebut dalam pikiran publik (first-level agenda).

Selanjutnya, dengan menekankan atribut seperti dampak terhadap kesehatan, pariwisata, dan identitas lokal, konten tersebut turut membentuk cara publik menilai

masalah (second-level agenda). Bahkan, interaktivitas pengguna melalui komentar, like, share, dan pembuatan ulang konten (user-generated content) menunjukkan berlakunya proses *reverse agenda-setting* (Kiousis et al., 2007), di mana audiens bukan hanya penerima pasif, tetapi turut membentuk dan memperkuat agenda yang dibangun. Konsistensi unggahan serta partisipasi aktif ini membuat isu lingkungan tetap berada di “top of mind”, mendorong kesadaran bersama dan aksi nyata, seperti kegiatan bersih-bersih pantai secara kolektif.

Batasan dan Tantangan

Kendati dampak awal dari gerakan yang diinisiasi Pandawara Group ini sangat signifikan, terdapat sejumlah batasan dan tantangan yang perlu diantisipasi untuk menjaga keberlanjutan gerakan tersebut. Salah satu tantangan utama adalah ketergantungan yang terlalu besar pada kehadiran figur atau kelompok eksternal seperti Pandawara Group. Jika tidak diiringi dengan penguatan sistem pendukung lokal, baik dalam bentuk komunitas warga, regulasi yang jelas, maupun infrastruktur pengelolaan sampah yang memadai, maka ada risiko bahwa perhatian terhadap isu lingkungan akan kembali surut seiring berkurangnya eksposur media.

Hal ini sejalan dengan pandangan dalam *Sustainability Transition Theory*, yang menyatakan bahwa perubahan perilaku dan sistem tidak akan berkelanjutan tanpa adanya dukungan struktural yang kuat dari institusi lokal dan perubahan budaya di tingkat komunitas (Geels, 2011). Selain itu, teori *Community-Based Social Marketing* (CBSM) dari McKenzie-Mohr (2011) menekankan bahwa untuk menciptakan perubahan perilaku jangka panjang dalam isu lingkungan, diperlukan strategi berbasis komunitas yang menggabungkan edukasi, penguatan norma sosial, dan fasilitas pendukung.



Gambar 4 : Visualisasi Pantai Teluk Labuan yang di unggah oleh akun Tiktok
@Yana. Source Tiktok/Yana

Pada unggahan di platform TikTok @Yana yang di-upload pada 4 April 2025, diperlihatkan bahwa Pantai Teluk Labuan di Provinsi Banten kembali dipenuhi oleh sampah. Hal ini menjadi bukti nyata bahwa tanpa keterlibatan berkelanjutan dari masyarakat lokal dan dukungan dari kebijakan pemerintah yang konsisten, gerakan semacam ini rentan kehilangan dampaknya. Oleh karena itu, penting untuk membangun ekosistem yang mendukung, di mana kesadaran lingkungan menjadi bagian dari budaya masyarakat, bukan sekadar tren sesaat, dan didukung secara kelembagaan oleh pemerintah daerah.

Kesimpulan

Konten media sosial Pandawara Group telah memberikan dampak signifikan dalam meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat terhadap isu pencemaran di Pantai Teluk Labuan. Konten viral yang menyoroti penumpukan sampah tidak hanya menyentil kesadaran publik, melainkan juga berhasil memicu mobilisasi: warga, pelajar, pemerintah desa, dan aparat turun tangan membersihkan bersama, mengumpulkan sekitar 1.200 karung sampah dalam dua hari. Aksi ini bukan hanya satu momen, tetapi bagian dari partisipasi kolektif yang melibatkan NGO, komunitas lokal, dan pemangku kebijakan menegaskan peran Pandawara bukan hanya sebagai penyampai pesan, tetapi sebagai agen perubahan sosial nyata.

Namun demikian, aktivitas ini masih bergantung pada momentum viral unsurnya krusial agar dukungan lanjutan dari pemerintah dan komunitas lokal tetap terjalin, seperti penyediaan alat berat, infrastruktur pengelolaan sampah, dan program edukasi rutin. Tanpa dukungan struktural tersebut, efek positif bisa saja surut kondisi pantai sempat kembali kotor setelah beberapa bulan yang menegaskan bahwa keberlanjutan kampanye tidak boleh berhenti hanya pada momen viral

semata. Dengan demikian, agar penghimpunan kesadaran dan aksi ini menghasilkan perubahan jangka panjang, dibutuhkan kerja sama formal antara semua elemen media, masyarakat, dan pemerintah untuk membangun sistem ramah lingkungan yang berkelanjutan di tingkat lokal.

Daftar Pustaka

- Bamberg, S., Rees, J. H., & Seebauer, S. (2015). Collective climate action: Determinants of participation intention in community-based pro-environmental initiatives. *Journal of Environmental Psychology*, 43, 155–165. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2015.06.006>
- Cialdini, R. B., Reno, R. R., & Kallgren, C. A. (1990). A focus theory of normative conduct: A theoretical refinement and reevaluation of the role of norms in human behavior. *Advances in Experimental Social Psychology*, 24, 201–234. [https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(08\)60330-5](https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60330-5)
- Geels, F. W. (2011). The multi-level perspective on sustainability transitions: Responses to seven criticisms. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 1(1), 24–40. <https://doi.org/10.1016/j.eist.2011.02.002>
- Gunawan, I. (2020). *Metode penelitian kualitatif*. Bumi Aksara.
- Haryanti, D., & Febrianti, R. (2023). TikTok sebagai media edukasi dan kampanye kesadaran lingkungan pada Generasi Z. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 11(1), 55–66.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Kiousis, S., McDevitt, M., & Wu, X. (2007). The genesis of civic awareness: Agenda setting in political socialization. *Journal of Communication*, 55(4), 756–774. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2005.tb03018.x>
- Kompas.com. (2024). Pantai Teluk Labuan dipenuhi sampah, Pandawara Group turun tangan. *Kompas.com*. <https://www.kompas.com>
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176–187. <https://doi.org/10.1086/267990>
- McKenzie-Mohr, D. (2011). *Fostering sustainable behavior: An introduction to community-based social marketing* (3rd ed.). New Society Publishers.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook*. Sage.
- Montag, C., Yang, H., & Elhai, J. D. (2021). On the psychology of TikTok use: A first glimpse from empirical findings. *Frontiers in Public Health*, 9, 641673. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2021.641673>
- Nasrullah, R. (2015). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Simbiosa Rekatama Media.

Prawoto Jati, I. P., & Rahayu, D. B. S. (2020). Media agenda setting as strengthening environmental awareness and concern in youth. *ICSTCSD Proceedings*.

Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional. (2024). *Capaian kinerja pengelolaan sampah nasional 2023*. Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan. <https://sipsn.menlhk.go.id/sipsn/>

Tempo.co. (2024). Pandawara Group bersihkan pantai di Pandeglang, viral di media sosial. *Tempo.co*. <https://www.tempo.co>