

**EFEKTIVITAS TIKTOK PANDAWARA GROUP  
TERHADAP KEPEDULIAN LINGKUNGAN  
(Studi Terhadap Mahasiswa FISIP  
Universitas Sriwijaya Angkatan 2020)**

**SKRIPSI**



**Disusun Oleh**

**RAHMAD DOROJHATUN**

**07031282025084**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**2023**

**EFEKTIVITAS TIKTOK PANDAWARA GROUP  
TERHADAP KEPEDULIAN LINGKUNGAN  
(Studi Terhadap Mahasiswa FISIP  
Universitas Sriwijaya Angkatan 2020)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan Dalam  
Menempuh Derajat Sarjana S-1 Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi : Periklanan**



**Disusun Oleh**

**RAHMAD DOROJHATUN**

**07031282025084**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**2023**

**HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI**

**EFEKTIVITAS TIKTOK PANDAWARA GROUP  
TERHADAP KEPEDULIAN LINGKUNGAN  
(Studi Terhadap Mahasiswa FISIP  
Universitas Sriwijaya Angkatan 2020)**

**SKRIPSI**

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana S-1  
Ilmu Komunikasi**

**Oleh :**

**RAHMAD DOROJHATUN**

**07031282025084**

Pembimbing I

Oemar Madri Bafadhal, S.I.Kom., M.Si

NIP. 199208222018031001

Tanda Tangan



Mengetahui,

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi



Dr. M. Husni Thamrin, M.Si

NIP. 196406061992031001

**HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI**

**EFEKTIVITAS TIKTOK PANDAWARA GROUP  
TERHADAP KEPEDULIAN LINGKUNGAN**

**(Studi Terhadap Mahasiswa FISIP Universitas Sriwijaya Angkatan 2020)**

**SKRIPSI**

Oleh

**RAHMAD DOROJHATUN**

**07031282025084**

**Telah Dipertahankan di Depan Komisi Penguji**

**Pada Tanggal 15 Desember 2023**

**Dan dinyatakan telah memenuhi syarat**

Pembimbing

1. Oemar Madri Bafadhal, S.I.Kom., M.Si.

NIP. 199208222018031001

Tanda Tangan



Penguji

1. Dr. Retna Mahriani, M.Si.

NIP. 196012091989122001

Tanda Tangan



2. Ryan Adam, S.I.Kom., M.I.Kom.

NIP. 198709072022031003



Mengetahui,

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi



Dr. M. Husni Thamrin, M.Si.

NIP. 196406061992031001

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

“Jangan Menyerah Sebelum Mencoba, Keberhasilan Diciptakan Karena Dua Hal  
Yaitu Kesempatan dan Kesiapan”

**Skripsi Ini Dipersembahkan  
Kepada**

- 1. Bangsa dan Negara**
- 2. Almamater, FISIP UNSRI**
- 3. Orang Tua**
- 4. Saudara dan Kerabat**
- 5. Teman Teman**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rahmad Dorojhatun  
NIM : 071382025084  
Tempat dan Tanggal Lahir : Seri Tanjung, 15 September 2002  
Program Studi/Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Efektivitas TikTok Pandawara Group Terhadap Kepedulian Lingkungan (Studi Terhadap Mahasiswa FISIP Universitas Sriwijaya Angkatan 2002)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Seluruh data, informasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran saya dengan pengarahan dari pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik baik di Universitas Sriwijaya maupun di perguruan tinggi lainnya.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari ditemukan bukti ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah ini.

Indralaya, November 2023

Yang membuat pernyataan,



Rahmad Dorojhatun

NIM. 071382025084

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT atas berkah, rahmat dan karunia-Nya yang dilimpahkan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Penyusunan skripsi dimaksudkan untuk memenuhi sebagian persyaratan untuk mencapai derajat Sarjana Strata (S1) Ilmu Komunikasi di Universitas Sriwijaya. Skripsi ini berjudul **“Efektivitas TikTok Pandawara Group Terhadap Kepedulian Lingkungan (Studi Terhadap Mahasiswa FISIP Universitas Sriwijaya Angkatan 2020)”**.

Selama penyusunan proposal skripsi ini, peneliti mengalami banyak hambatan serta rintangan namun dapat dilalui berkat adanya bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Taufik Marwa, S.E., M.Si. selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
2. Prof. Dr. Alfitri, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
3. Bapak Dr. M. Husni Thamrin, M.Si. selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi dan Bapak Oemar Madri Bafadhal, S.I.Kom., M.Si. selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi.
4. Bapak Oemar Madri Bafadhal, S.I.Kom., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan banyak waktu untuk memberikan arahan selama proses penyusunan skripsi.
5. Mba Elvira Humairah selaku admin Jurusan Ilmu Komunikasi yang selalu siap membantu urusan administrasi penulis semasa kuliah.
6. Seluruh Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi yang telah membagikan pengalaman serta ilmunya untuk penulis semasa kuliah dan penyusunan skripsi.
7. Orang tua dan keluarga yang selalu memberikan doa, dukungan, dan semangat.
8. Sahabat-sahabat yang memberikan semangat, kebersamaan, dan bantuan pemikiran.

9. Rekan-rekan seperjuangan khususnya angkatan 2020 Ilmu Komunikasi yang selalu berbagi informasi selama penyusunan skripsi ini.
10. Semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.
11. Seluruh yang pernah hadir dalam hidup penulis selama tiga setengah tahun kuliah: walau tidak semua menemani sampai akhir. Terima kasih telah pernah percaya.

Indralaya, 30 November 2023

Rahmad Dorojhatun

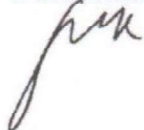


## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh efektivitas TikTok Pandawara Group terhadap kepedulian lingkungan di kalangan mahasiswa FISIP Universitas Sriwijaya angkatan 2020. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan yang bersifat asosiatif, data-data dalam penelitian ini diperoleh dengan metode penyebaran kuisioner dengan jumlah sampel sebanyak 99 responden dari mahasiswa FISIP Universitas Sriwijaya angkatan 2020 yang sudah memenuhi syarat. Dalam penelitian ini teori yang digunakan peneliti yaitu teori efektivitas media oleh Bruhn, Schoenmueller dan Schafer serta teori kepedulian lingkungan oleh Mostafa. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa efektivitas TikTok Pandawara Group berpengaruh terhadap kepedulian lingkungan berdasarkan teori efektivitas media dan kepedulian lingkungan sebesar 64.9% dengan hubungan korelasi keduanya bernilai 0.805 yang berarti korelasi sangat kuat dengan bentuk hubungannya yaitu positif. Hal ini dapat dibuktikan dengan Pandawara Group telah menerapkan semua dimensi dari efektivitas media. Pada analisis regresi linear sederhana juga diketahui pengaruh variabel x terhadap variabel y dengan diperoleh nilai signifikansi sebesar  $< 0.001$ . Pada uji t, nilai t hitung  $>$  t tabel yaitu  $13.386 > 1.985$  sehingga diartikan  $H_a$  dapat diterima dan  $H_0$  ditolak.

**Kata Kunci:** Efektivitas media, Efektivitas TikTok, Kepedulian lingkungan, TikTok, Pandawara Group

**Pembimbing I**



**Oemar Madri Bafadhal, S.I.Kom., M.Si.**

**NIP. 199208222018031001**

**Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi**



**Dr. M. Husni Thamrin, M.Si.**


**NIP. 196406061992031001**

## ABSTRACT

*This study aims to see the effect of effectiveness TikTok Pandawara Group on environmental concern among the students of the Faculty of Social and Political Sciences, Sriwijaya University class 2020. The method used in this research is associative quantitative, the data in this research was obtained using a questionnaire distribution method with a sample size of 99 respondents from the 2020 class of Sriwijaya University FISIP students who met the requirements. In this study, the theory used by researchers is the theory of media effectiveness by ruhn, Schoenmueller and Schafer and the theory of environmental concern by Mostafa. The results of this research show that the effectiveness of the TikTok Pandawara Group has an influence on environmental awareness based on the theory of media effectiveness and environmental awareness by 64.9% with a correlation between the two of them having a value of 0.805, which means the correlation is very strong and the form of the relationship is positive. This can be proven by the fact that Pandawara Group have implemented all the dimensions of the media effectiveness. In simple linear regression analysis, it is also known that the influence of variable x on variable y is obtained by obtaining a significance value of  $<0.001$ . In the t test, the calculated t value  $> t$  table is  $13,386 > 1,985$  so that it means that  $H_a$  is accepted and  $H_0$  is rejected.*

**Keywords:** *Media effectiveness, TikTok effectiveness, Environmental concern, TikTok, Pandawara Group*

*Advisor I*



**Oemar Madri Bafadhal, S.I.Kom., M.Si.**  
NIP. 199208222018031001

*Head of Communication  
Departement*



**Dr. M. Husni Thamrin, M.Si.**  
NIP. 196406061992031001

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR GRAFIK.....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR DIAGRAM .....</b>	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	13
1.2 Rumusan Masalah.....	13
1.3 Tujuan Penelitian .....	13
1.4 Manfaat Penelitian .....	14
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	14
1.4.2 Manfaat Praktis .....	14
<b>BAB III TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>15</b>
2.1 Landasan Teori .....	15
2.1.1 Kepedulian Lingkungan.....	15
2.1.1.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Peduli Lingkungan.....	16
2.1.2 Efektivitas Media .....	17
2.1.2.1 Pengertian Efektivitas .....	17
2.1.2.2 Pengertian Media .....	17
2.1.2.3 Efektivitas Media .....	19
2.1.3 Hubungan Efektivitas Media dan Kepedulian Lingkungan.....	20
2.2 Teori Efektivitas Media dan Kepedulian Lingkungan.....	21
2.2.1 Teori Efektivitas Media .....	21

2.2.2 Teori Kepedulian Lingkungan	22
<b>DAFTAR ISI</b>	
2.3 Kerangka Pemikiran	13
2.4 Alur Pemikiran	24
2.5 Penelitian Terdahulu	25
2.6 Hipotesis Penelitian	28
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	<b>29</b>
3.1 Desain Penelitian	29
3.2 Definisi Konsep	29
3.3 Desain Operasional	30
3.4 Unit Analisis, Populasi dan Sampel	32
3.4.1 Unit Analisis	32
3.4.2 Populasi	32
3.4.3 Sampel	34
3.5 Data dan Sumber Data	34
3.5.1 Data	34
3.5.2 Sumber Data	34
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	35
3.6.1 Uji Validitas Instrumen Penelitian	35
3.6.2 Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian	36
3.7 Uji Normalitas	37
3.8 Mengubah Data Ordinal Menjadi Interval	37
3.9 Teknik Pengumpulan Data	38
3.10 Teknik Analisis Data	38
3.10.1 Teknik Analisis Deskriptif	39
3.10.2 Teknik Analisis Eksplanatif	39
3.11 Uji Hipotesis	41
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM DAN LOKASI PENELITIAN</b>	<b>43</b>
4.1 Profil Pandawara Group	43
4.2 Sejarah Singkat, Visi, Misi & Tujuan FISIP Universitas Sriwijaya	45
4.2.1 Sejarah Singkat FISIP Universitas Sriwijaya	45
4.2.2 Visi & Misi FISIP Universitas Sriwijaya	46
4.2.3 Tujuan FISIP Universitas Sriwijaya	47
<b>BAB V PEMBAHASAN</b>	<b>49</b>
5.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	49

5.1.1 Hasil Uji Validitas	49
5.1.2 Hasil Uji Reliabilitas	50
5.2 Deskripsi Data	52
5.2.1 Karakteristik Responden	52
5.2.2 Deskripsi Variabel Efektivitas TikTok	53
5.2.2.1 Deskripsi Dimensi Daya Tarik Media	54
5.2.2.2 Deskripsi Dimensi Kejelasan Media	56
5.2.2.3 Deskripsi Dimensi Kelengkapan Informasi Media	58
5.2.2.4 Deskripsi Dimensi Kemudahan Akses Media	61
5.2.3 Deskripsi Variabel Kepedulian Lingkungan	65
5.2.3.1 Deskripsi Dimensi Daya Kuliatas Lingkungan	66
5.2.3.2 Deskripsi Dimensi Daya Konsekuensi Alam	69
5.2.3.3 Deskripsi Dimensi Daya Keseimbangan Alam	71
5.2.3.4 Deskripsi Dimensi Daya Konservasi Sumber Daya	74
5.3 Pengujian Persyaratan Analisis	78
5.3.1 Mengubah Data Ordinal Ke Interval	78
5.3.2 Uji Normalitas	78
5.3.3 Uji Linieritas	80
5.4 Uji Hipotesis Penelitian	80
5.4.1 Korelasi Produk <i>Pearson Moment</i>	80
5.4.2 Koefisien Determinasi	81
5.4.3 Uji t	82
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	<b>85</b>
6.2 Kesimpulan	85
6.2 Saran	86
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>87</b>
<b>LAMPIRAN</b>	<b>91</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Ketertarikan Anak Muda Terkait Isu Lingkungan Hidup .....	10
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	24
Tabel 3.1 Definisi Operasional .....	30
Tabel 3.2 Jumlah Mahasiswa FISIP UNSRI Angkatan 2020 .....	33
Tabel 3.3 Populasi.....	33
Tabel 3.4 Kriteria Validitas.....	36
Tabel 3.5 Tingkat Reliabilitas <i>Cronbach's Alpha</i> .....	37
Tabel 3.6 Kriteria Penilaian Berdasarkan Rata-Rata Skor.....	39
Tabel 5.1 Hasil Uji Validitas.....	49
Tabel 5.2 <i>Case Processing Summary</i> .....	50
Tabel 5.3 <i>Reliability Statistics</i> .....	51
Tabel 5.4 <i>Item Total Statistics</i> .....	51
Tabel 5.5 Karakteristik Responden .....	52
Tabel 5.6 Rentang Skor Empirik dari Dimensi Efektivitas TikTok.....	53
Tabel 5.7 Distribusi Jawaban Per Item Dimensi Daya Tarik Media.....	54
Tabel 5.8 Deskripsi Jawaban Per Indikator Dimensi Daya Tarik Media Distribusi.. .....	55
Tabel 5.9 Distribusi Jawaban Per Item Dimensi Kejelasan Media .....	56
Tabel 5.10 Deskripsi Jawaban Per Indikator Dimensi Kejelasan Media .....	57
Tabel 5.11 Distribusi Jawaban Per Item Dimensi Kelengkapan Informasi Media	59
Tabel 5.12 Distribusi Jawaban Per Indikator Dimensi Kelengkapan Informasi Media.....	60
Tabel 5.13 Distribusi Jawaban Per Item Dimensi Kemudahan Akses Media.....	61
Tabel 5.14 Distribusi Jawaban Per Indikator Dimensi Kemudahan Akses Media	63
Tabel 5.15 Rekapitulasi Pencapaian Masing-Masing Variabel Efektivitas Media. .....	64
Tabel 5.16 Rentang Skor Empirik dari Dimensi Kepedulian Lingkungan .....	66
Tabel 5.17 Distribusi Jawaban Per Item Dimensi Kualitas Lingkungan .....	67
Tabel 5.18 Distribusi Jawaban Per Indikator Dimensi Kualitas Lingkungan.....	68
Tabel 5.19 Distribusi Jawaban Per Item Dimensi Konsekuensi Alam.....	69

Tabel 5.20 Distribusi Jawaban Per Indikator Dimensi Konsekuensi Alam .....	70
Tabel 5.21 Distribusi Jawaban Per Item Dimensi Keseimbangan Alam .....	72
Tabel 5.22 Distribusi Jawaban Per Indikator Dimensi Keseimbangan Alam .....	73
Tabel 5.23 Distribusi Jawaban Per Item Dimensi Konservasi Sumber Daya .....	75
Tabel 5.24 Deskripsi Jawaban Per Indikator Dimensi Konservasi Sumber Daya	76
Tabel 5.25 Rekapitulasi Pencapaian Masing-Masing Variabel Kepedulian Lingkungan .....	77
Tabel 5.26 <i>One Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i> .....	79
Tabel 5.27 Uji Linieritas <i>Anova Table</i> .....	80
Tabel 5.28 Pedoman Memberikan Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi ....	81
Tabel 5.29 <i>Model Summary</i> .....	82
Tabel 5. 30 <i>Coefficients</i> .....	83

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.3 Media Sosial TikTok Pandawara Group .....	6
Gambar 2.1 Alur Pemikiran .....	24



## DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 Aplikasi <i>Non-Game</i> dengan Jumlah Unduhan Terbanyak 2022 .....	2
Grafik 1.2 10 Negara Pengguna TikTok Terbanyak di Dunia (April 2023).....	3
Grafik 1.3 Pengguna TikTok Global Berdasarkan Kelompok Usia .....	11

## DAFTAR DIAGRAM

Diagram 1.1 Mahasiswa FISIP Universitas Sriwijaya Angkatan 2020 Yang Mengetahui Pandawara Group.....	12
Diagram 1.2 Mahasiswa FISIP Universitas Sriwijaya Angkatan 2020 Yang Mengikuti TikToknya Pandawara Group.....	12

## BAB 1 PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

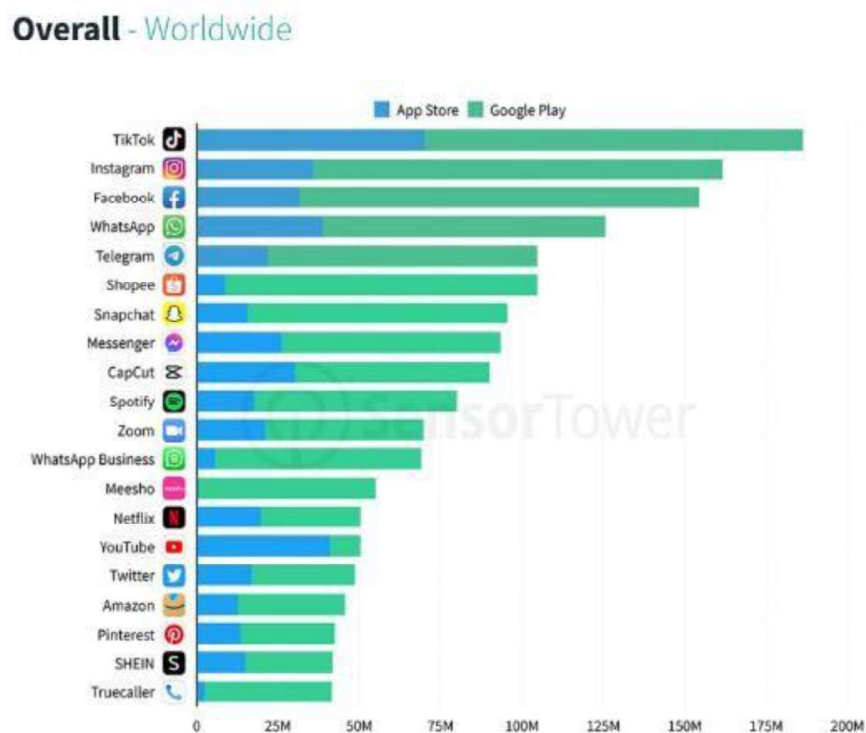
Seiring perkembangan teknologi yang semakin canggih, semua orang dapat dengan mudah berkomunikasi dan mencari informasi. Khususnya, dengan hadirnya media sosial. Media sosial merupakan alat untuk berinteraksi, berkomunikasi, dan saling berbagi melalui jaringan internet. Saat ini, hampir semua individu memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk mendapatkan informasi dan sebagai saluran komunikasi. Berdasarkan data dari laporan *We Are Social* mengungkapkan bahwa pada bulan Januari 2023, tercatat sebanyak 167 juta orang di Indonesia aktif menggunakan *platform* media sosial. Angka tersebut setara dengan 60,4% dari populasi di dalam negeri.

Meike dan Young (dalam Nasrullah, 2015) memberikan pengertian media sosial sebagai perpaduan antara komunikasi personal, yaitu pertukaran informasi antara individu (*one-to-one sharing*), dan *platform* media publik yang memungkinkan berbagi kepada semua orang tanpa batasan individu tertentu. Sementara itu, menurut Van Dijk dalam penelitian yang sama, media sosial merupakan wadah media yang menekankan pada keberadaan pengguna, yang memfasilitasi aktivitas dan kerjasama di antara mereka. Selanjutnya, menurut Boyd (dalam Nasrullah, 2015) Media sosial dapat dijelaskan sebagai serangkaian perangkat lunak yang memungkinkan individu atau kelompok untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam beberapa situasi, berkolaborasi atau bermain bersama.

Salah satu media sosial yang sangat populer pada saat ini adalah media sosial TikTok. TikTok, sebagai *platform* media sosial berbasis video dan audio visual, kini telah menjadi bagian tak terpisahkan dalam kehidupan sebagian besar generasi muda saat ini. Popularitasnya meluas di kalangan semua usia, tetapi khususnya mendominasi di kalangan generasi muda. Dengan berbagai fitur kreatifnya, TikTok berhasil menarik perhatian dan minat para pengguna generasi muda untuk berbagi konten dan berinteraksi dalam lingkungan yang menyenangkan. Pengaruh TikTok terhadap generasi muda memang luar biasa. *Platform* ini menyediakan akses cepat dan mudah untuk mendapatkan berbagai

informasi dari berbagai bidang, mulai dari hiburan, musik, olahraga, hingga topik pendidikan, sosial dan lingkungan. Selain itu, konten edukatif dan informatif di TikTok juga semakin banyak dan dapat menjadi sumber pengetahuan yang bermanfaat bagi generasi muda. Tidak heran TikTok menjadi salah satu media sosial yang paling banyak digemari saat ini. Berdasarkan dari Sensor Tower, di bawah ini ditunjukkan grafik *platform* jaringan sosial yang paling sering di *download* pada tahun 2022:

**Grafik 1.1**  
**Aplikasi Di Luar Kategori Game Dengan Jumlah**  
**Pengunduhan Tertinggi 2022**



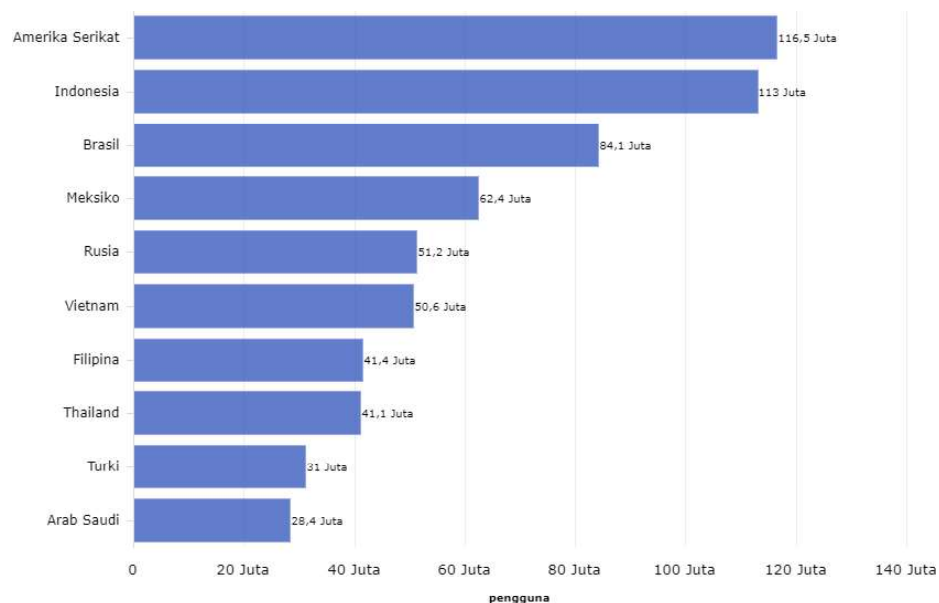
© 2022 Sensor Tower Inc. - All Rights Reserved

(sumber: sensortower, 2022)

Dilihat dari grafik 1.1, secara global TikTok mendominasi sebagai aplikasi dengan jumlah unduhan tertinggi. Indonesia juga termasuk dalam daftar sepuluh negara dengan jumlah pengguna terbanyak. Berikut gambar sepuluh negara dengan jumlah pengguna TikTok terbanyak di dunia per April 2023 berdasarkan databoks:

Grafik 1.2

## 10 Negara Pengguna TikTok Terbanyak di Dunia (April 2023)



katadata.co.id

databoks

(sumber: databoks, 2023)

Berdasarkan data di atas dapat dilihat, negara dengan pengguna TikTok terbanyak di dunia per April 2023 dipegang oleh Amerika Serikat dengan jumlah pengguna TikTok sebesar 116,49 sedangkan disusul di posisi kedua yaitu Indonesia dengan jumlah pengguna TikTok sebesar 112,97 juta. Ada banyak alasan kenapa TikTok menjadi salah satu media sosial yang paling populer saat ini. Salah satu daya tarik TikTok adalah kehadiran banyak akun yang bersifat inspiratif, informatif, dan edukatif. Banyak pengguna TikTok yang berdedikasi untuk menyebarkan pesan positif, memberikan tips dan panduan, serta membagikan kisah dan aksi inspiratifnya. Salah satunya yaitu Pandawara Group.

Pandawara Group adalah sebuah komunitas yang terdiri dari lima pemuda yang memiliki kepedulian terhadap lingkungan dengan berbagai aksi bersih-bersih sampah yang sudah mereka lakukan sejak bulan Agustus 2022. Nama "Pandawara" sendiri memiliki makna yang sangat menarik sebagai lima pemuda yang membawa berita baik yang memberikan kesan positif dan inspiratif. Pandawara Group telah menunjukkan komitmen mereka dalam menjaga lingkungan melalui kegiatan membersihkan sungai dan pantai dari sampah, yang mereka dokumentasikan dan bagikan melalui unggahan video di TikTok

Pandawara Group. Mereka melakukan hal ini bukan semata-mata untuk mendapatkan pujian atau validasi dari orang lain, tetapi dengan tujuan untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat Indonesia bahwa menjaga lingkungan adalah tanggung jawab bersama. Melalui berbagai konten-konten video yang sudah diunggah di akun TikToknya Pandawara Group tersebut, Pandawara Group ingin membuktikan salah satunya yaitu bahwa memungut sampah di selokan atau sungai tidaklah seburuk yang sering dipikirkan oleh banyak orang. Apalagi dengan kondisi lingkungan saat ini, khususnya Indonesia.

Berdasarkan laporan dari Bank Dunia "*The Atlas of Sustainable Development Goals 2023*" Indonesia merupakan negara penghasil sampah terbesar ke-5 di dunia pada 2020. Data dari Asosiasi Industri Plastik Indonesia (INAPLAS) serta Badan Pusat Statistik (BPS) menyebutkan bahwa sampah plastik di Indonesia jumlahnya mencapai 64 juta ton/tahun. 3,2 juta ton dari sampah tersebut adalah sampah yang dibuang ke laut. Oleh karena itu, Pandawara Group sering melakukan berbagai aksi bersih-bersih sampah di pantai dan sungai. Tercatat, sudah puluhan kali Pandawara Group melakukan aksi bersih-bersih pantai dan sungai. Tiga diantaranya yaitu, Pantai Labuan Provinsi Banten yang dilakukan pada Senin, 22 Mei 2023 dan berhasil mengumpulkan sampah sebanyak 1.200 karung sampah. Pandawara Group mengklaim bahwa pantai itu merupakan pantai terkotor nomor satu di Indonesia. Selanjutnya yaitu, Pantai Loji Provinsi Jawa Barat yang dilakukan pada tanggal 6 - 7 Oktober 2023 dan berhasil mengumpulkan sampah sebanyak 100 ton. Pandawara Group memberikan gelar kepada pantai itu sebagai pantai terkotor nomor empat di Indonesia.

Terakhir yaitu, Pandawara Group melakukan aksi bersih sampah di Pantai Sukareja Provinsi Lampung yang dilakukan pada 10 Juli 2023. Mereka mengklaim pantai tersebut merupakan pantai terkotor nomor dua di Indonesia. Awalnya, Pandawara Group menargetkan 1000 orang untuk bisa diajak melakukan kegiatan aksi bersih sampah di pantai tersebut secara sukarelawan. Namun, nyatanya mereka berhasil melibatkan 3700 volunteer dan berhasil mengumpulkan 300 ton sampah. Dengan kata lain, progres perbaikan ini telah berjalan 35% dalam waktu satu hari. Meski demikian, Pandawara Group mengungkapkan, masih perlu waktu dan alat yang lebih memadai untuk benar-

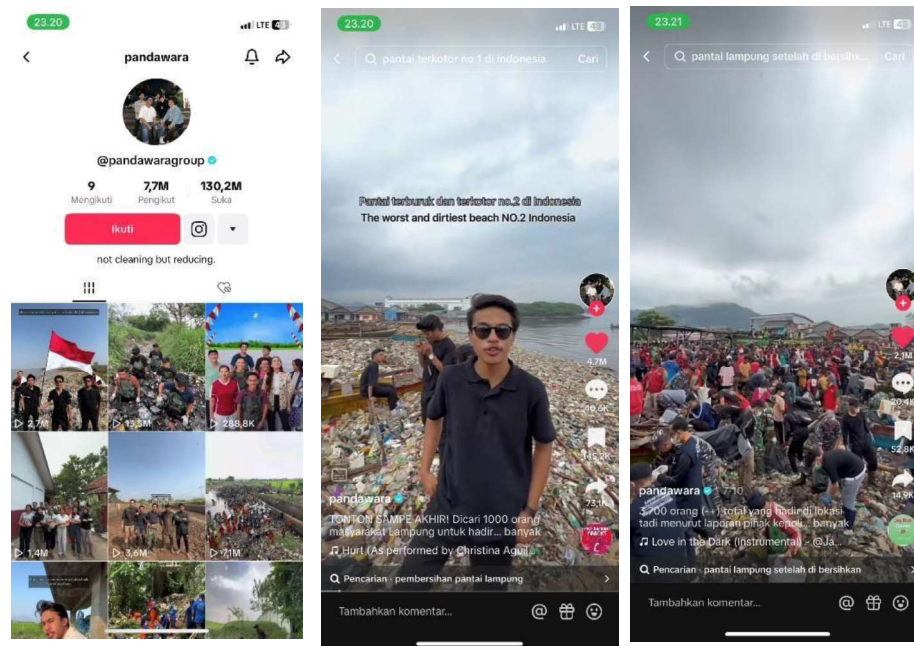
benar maksimal dalam membuat perubahan signifikan pada pantai Sukaraja di provinsi Lampung tersebut. Selain itu, dalam kurung lebih kurang satu tahun, mereka berhasil mengumpulkan 27.066 kilogram sampah dan mengangkutnya dalam 4.511 kantong sampah di 78 saluran air, termasuk sungai besar, sungai kecil dan septic tank di Kota Bandung dan Kabupaten Bandung.

Kegiatan aksi bersih-bersih sampah yang mereka tekuni ini menunjukkan kepedulian mereka terhadap lingkungan dan dorongan untuk menciptakan perubahan yang lebih baik. Melalui upaya mereka, diharapkan bahwa kesadaran masyarakat terhadap pentingnya menjaga kebersihan lingkungan akan meningkat, dan lingkungan sekitar dapat menjadi lebih bersih dan sehat. Pandawara Group juga mungkin berperan sebagai inspirasi bagi kalangan generasi muda lainnya untuk bergerak aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan dan melakukan aksi positif untuk masyarakat. Semangat dan kerja sama mereka sebagai lima sekawan dapat menjadi contoh yang menginspirasi orang lain untuk turut berpartisipasi dalam menjaga dan merawat lingkungan. Tentunya Mereka juga memanfaatkan media sosial TikTok sebagai sarana mereka untuk memberikan inspirasi atas aksi lingkungan mereka kepada masyarakat khususnya generasi muda untuk memiliki perilaku yang cinta lingkungan.

Penghargaan TikTok *Local Heroes* yang diraih oleh Pandawara Group dalam penghargaan *Year on TikTok 2022* merupakan pengakuan atas upaya dan dedikasi mereka dalam menyebarkan pesan positif dan menginspirasi melalui video aksi pembersihan sampah. Melalui konten-konten yang mereka bagikan di TikTok, Pandawara Group berhasil menarik perhatian dan mempengaruhi masyarakat dengan tindakan nyata yang berdampak positif pada lingkungan. Keberhasilan Pandawara Group dalam meraih penghargaan ini tidak hanya menjadi apresiasi untuk mereka, tetapi juga menjadi bukti bahwa gerakan mereka dalam menjaga lingkungan telah menarik perhatian dan memberikan inspirasi bagi banyak orang. Hal inilah yang menjadi alasan peneliti ingin meneliti tentang pengaruh efektivitas TikTok Pandawara Group terhadap peningkatan *environmental concern* (kepedulian lingkungan) khususnya di kalangan mahasiswa FISIP Universitas Sriwijaya angkatan 2020 kampus Inderalaya.

## Gambar 1.1

### Media Sosial TikTok Pandawara Group



(Sumber: TikTok Pandawara Group, 18 Agustus 2023)

Tidak hanya fokus pada membersihkan sampah dan mengatasi masalah banjir, Pandawara Group juga memiliki peran penting dalam meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya menjaga lingkungan. Melalui konten-konten edukatif dan informatif yang mereka bagikan di media sosial TikTok, mereka berusaha mengajak masyarakat untuk lebih peduli dan bertanggung jawab terhadap lingkungan sekitar. Hal ini ditandai dengan Pandawara Group sudah melakukan beberapa kegiatan bersih-bersih khususnya sungai dan pantai di berbagai wilayah di Indonesia. Lagi dan lagi dengan memanfaatkan media sosial salah satunya TikTok Pandawara Group selalu memberikan informasi sebelum melakukan aksi bersih-bersih sungai dan pantai untuk mencari volunteer sukarelawan yang bisa ikut andil melakukan kegiatan aksi lingkungan ini.

Tidak hanya sampai itu saja, Pandawara Group selalu membagikan aksi lingkungan mereka bersama sukarelawan dari berbagai elemen masyarakat serta pihak lain, selama aksi lingkungan itu berlangsung ataupun setelah aksi lingkungan tersebut selesai di media sosial TikTok mereka. Di samping itu, Pandawara Group juga memiliki media sosial Instagram yang dijadikan sebagai pendukung untuk mengoptimalkan informasi atau konten yang mereka buat



untuk mereka sampaikan kepada masyarakat. Walaupun sebenarnya, ditinjau dari segi *followers* per tanggal 21 Desember 2023 akun media sosial TikTok mereka lebih banyak *followers*-nya dibandingkan akun media sosial Instagram mereka yaitu 8,4 *followers* pada TikTok sedangkan 2,3 juta *followers* pada Instagram. Akan tetapi, hal ini juga menunjukkan bahwasannya terdapat perubahan perkembangan dengan hadirnya Pandawara Group yang terbilang masih baru, lebih kurang satu tahun tepatnya Pandawara Group muncul pertama kali pada bulan Agustus tahun 2022. Sebelumnya masyarakat tidak banyak mengetahui Pandawara Group, namun sekarang sudah banyak yang mengetahui Pandawara Group. Justru saat ini sudah banyak masyarakat yang mengikuti media sosialnya Pandawara Group.

Selanjutnya, Pandawara Group ingin menunjukkan bahwa upaya menjaga lingkungan adalah pekerjaan bersama. Mereka berusaha menginspirasi orang lain untuk peduli dan ambil bagian dalam pelestarian lingkungan melalui tindakan nyata. Dengan kata lain, dapat memberikan dampak perubahan teapatnya pada perubahan perilaku masyarakat khususnya generasi muda dalam menjaga lingkungan bersih dengan kata lain meningkatkan kepedulian terhadap lingkungan.

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 berikaitan 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 lingkungan memiliki dampak terhadap sikap yang mendukung lingkungan dan juga terhadap nilai-nilai keberlanjutan (*sustainability value*). Selanjutnya, sikap pro lingkungan ini dapat mendorong dorongan seseorang untuk bertindak sesuai dengan niat perilaku yang mendukung lingkungan. Dalam

konteks perilaku manusia, menurut Hasan Alwi dkk (2001: 859) Perilaku sendiri diartikan sebagai respons atau tanggapan yang ditunjukkan oleh individu terhadap stimulus atau lingkungan sehingga perubahan perilaku mengacu pada proses di mana individu atau kelompok mengalami perubahan perilaku yang bisa disebabkan oleh berbagai faktor salah satunya yaitu pengaruh media. Artinya, bahwasannya perubahan perilaku juga sangat dipengaruhi oleh sejauh mana individu merespons, menginternalisasi, dan mengimplementasikan konten yang mereka lihat. Konteks dan motivasi individu juga berperan penting dalam mempengaruhi apakah perubahan perilaku yang diharapkan benar-benar terjadi.

Oleh karenanya dengan hadirnya TikTok Pandawara Group dengan berbagai konten video yang diunggah sebagai inspirasi tadi, sedikit banyaknya telah mengubah generasi muda dan masyarakat untuk lebih peduli terhadap lingkungan sesuai dengan fakta-fakta yang disebutkan diatas, dengan kata lain gerakan yang dilakukan oleh Pandawara Group ini dengan memanfaatkan media sosial TikTok sangatlah efektif untuk dapat membuka mata dan hati lebih banyak orang, mengenai kesadaran dan kepedulian dalam menjaga lingkungan bersih.

Secara sederhana, makna efektif adalah berhasil yang berasal dari kata efektivitas. Menurut Moh. Nazir dalam Isnaini (2018) menyebutkan Efektivitas merujuk pada ukuran sejauh mana hasil kualitas, kuantitas, dan waktu yang digunakan telah mencapai sasaran yang diinginkan. Semakin tinggi persentase target yang tercapai, semakin tinggi tingkat keefektifannya. Dari definisi di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa efektivitas berkaitan dengan dampak suatu kegiatan yang disampaikan melalui berbagai media, seperti perorangan, media cetak, televisi, tatap muka, dan sebagainya. Hasil dari efektivitas ini umumnya tercermin dalam respons yang diberikan oleh penerima pesan atau pemirsa, apakah pesan mampu memicu tanggapan atau mengubah perilaku penerima pesan. Jika suatu pesan dapat mencapai hal tersebut, maka efektivitasnya dapat dikatakan memiliki dampak.

Di samping itu, efektivitas dapat diartikan sebagai tingkat keberhasilan dalam mencapai tujuan tertentu melalui metode atau upaya yang dilakukan. Dalam konteks media informasi, efektivitas dapat dinilai berdasarkan sejauh mana media tersebut memenuhi kriteria tertentu, seperti memberikan pengaruh,

menyebabkan perubahan, atau menghasilkan hasil yang diinginkan. Dalam merumuskan tujuan instruksional, efektivitas dapat diukur dari sejauh mana tujuan-tujuan tersebut tercapai. Semakin banyak tujuan yang tercapai, semakin efektif pula media informasi yang digunakan.

Dari penjelasan yang sudah dipaparkan di atas peneliti melihat bagaimana Pandawara Group yang merupakan komunitas generasi muda Indonesia yang aktif dan sangat peduli dengan lingkungan telah sangat serius untuk menjadi pelopor bagi generasi muda lainnya untuk bisa menjadi insan yang peduli terhadap lingkungan melalui pemanfaatan media sosial TikTok bukan hanya ingin memberikan kesadaran bagi setiap individu melainkan bisa membuat generasi muda lainnya ikut andil berkontribusi untuk negeri dalam menjaga lingkungan bersih.

Sebelumnya penelitian seperti ini juga sudah pernah diteliti tapi masih menimbulkan perdebatan salah satunya secara teoritis. Peneliti juga mendapatkan pandangan baru dari penelitian sebelumnya tentang kelangsungan penelitian yang terstruktur dan baik, mulai dari teori yang diadopsi sampai dengan metode yang dipakai. Terdapat sejumlah hubungan terhadap penelitian sebelumnya yang dapat dijadikan sebagai bahan kajian dalam penelitian peneliti. Penelitian yang dilakukan oleh (Laila, 2022) mengenai “Efektivitas Akun TikTok @swaragembira Terhadap Sikap *Followers* dalam Penggunaan Kain Adat Tradisional (Studi Analisis *Followers* Akun TikTok @swaragembira)” yang menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan terhadap sikap para pengikutnya terkait penggunaan kain tradisional.

Penelitian selanjutnya oleh (Hutamy dkk, 2020) mengenai “Efektivitas Pemanfaatan TikTok Sebagai Media Pembelajaran Dalam Meningkatkan Hasil Belajar Peserta Didik” menyatakan adanya kenaikan pada peserta didik dari hasil belajar yang semula hasil belajar berada rata-rata pada angka 71,09 kemudian meningkat menjadi rata-rata mencapai 79,06, setelah TikTok menjadi media dalam proses pembelajaran peserta didik. Dengan kata lain, hasil dari penelitian ini bisa dikatakan efektif.

Studi berbeda yang dilakukan oleh (Apriliana, 2021) mengenai “Pengaruh Tayangan Video #Glowupchallenge Pada Aplikasi TikTok Terhadap *Self-Confidence* Remaja (Studi Pada Siswi SMA Negeri 1 Metro)” menunjukkan adanya pengaruh variabel x terhadap variabel y. Dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti, ketika dibandingkan dengan penelitian terdahulu, terdapat kesesuaian dalam media yang menjadi fokus penelitian, yakni TikTok sebagai salah satu *platform* media sosial. Kedua penelitian juga memiliki fokus yang serupa, yakni mengukur efektivitas media TikTok, namun dengan variabel yang berbeda. Sementara penelitian yang dilakukan oleh peneliti berusaha mengisi kekosongan penelitian sebelumnya, karena belum ada yang meneliti tentang bagaimana efektivitas TikTok Pandawara Group terhadap kepedulian lingkungan. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi unik dalam konteks kepedulian lingkungan menggunakan *platform* TikTok yang spesifik.

Selanjutnya, berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh Kedai Kopi tahun 2021 menunjukkan bahwa sebanyak 77,4% dari generasi muda di Indonesia tertarik terhadap isu lingkungan hidup. Sementara itu, hanya 22,6% dari responden dari kelompok yang sama yang tidak menunjukkan minat terhadap isu lingkungan hidup. Berikut tabel ketertarikan anak muda terkait isu lingkungan hidup.

**Tabel 1.3**

**Ketertarikan Anak Muda Terkait Isu Lingkungan Hidup**

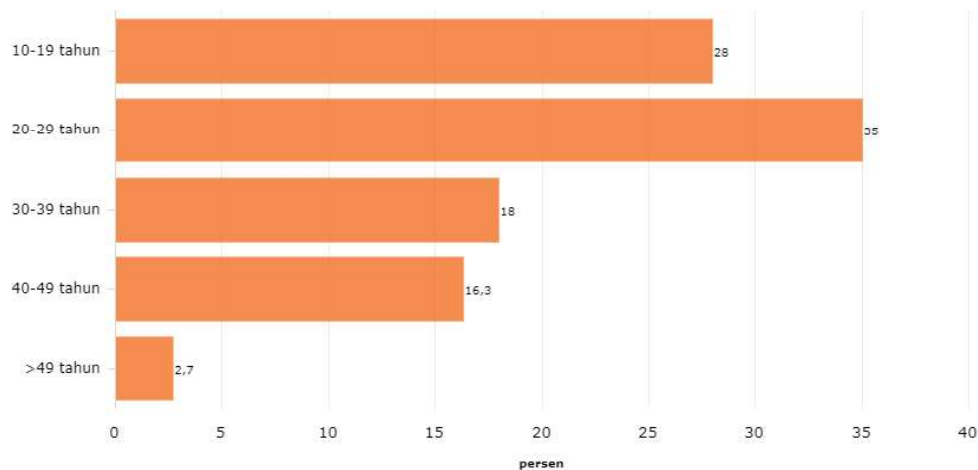
Nama	Tertarik/Persen	Tidak Tertarik/Persen
Gen Z	78,2	21,8
Gen Y	76,5	23,5
<b>Total</b>	<b>77,4</b>	<b>22,6</b>

(sumber: databoks, 2021)

Berdasarkan tabel 1.3, secara rinci sebanyak 78,2% dari responden yang berusia antara 14-24 tahun, yang termasuk dalam generasi Z, menunjukkan minat terhadap isu lingkungan hidup. Sementara itu, dari generasi Y, yang berusia antara 25-40 tahun, sekitar 76,5% dari responden menunjukkan minat terhadap isu lingkungan hidup. Hal inilah yang menjadi salah satu alasan kenapa peneliti melakukan penelitian ini terhadap mahasiswa FISIP Universitas Sriwijaya

khususnya angkatan 2020. Alasan pendukung lainnya dilihat berdasarkan laporan *Business of Apps* dari databoks 2022 pengguna TikTok di dunia didominasi oleh anak muda, berikut grafik pengguna TikTok global berdasarkan kelompok usia:

**Grafik 1.3**  
**Pengguna TikTok Global Berdasarkan Kelompok Usia**



katadata

databoks

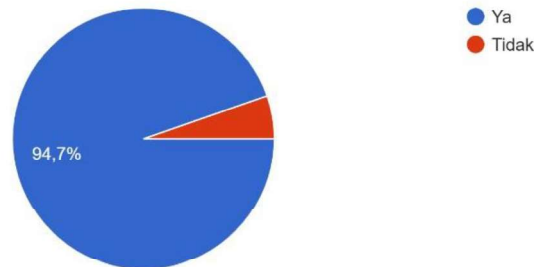
(sumber: databoks, 2022)

Berdasarkan grafik 1.3, pengguna TikTok di seluruh dunia didominasi oleh kelompok usia 20-29 tahun, yang menyumbang sebanyak 35% dari total pengguna. Hal ini menjadi alasan kenapa peneliti menentukan studi terhadap mahasiswa FISIP Universitas Sriwijaya khususnya angkatan 2020 karena mahasiswa angkatan 2020 merupakan angkatan terakhir yang rata-rata tahun kelahiran dari mahasiswa tersebut adalah tahun 2002.

Artinya, rata-rata saat ini mahasiswa angkatan 2020 berusia 20 – 21 tahun ke atas. Sedangkan, berdasarkan data dari fisip.unsri.ac.id untuk mahasiswa FISIP Universitas Sriwijaya angkatan 2019 ke atas hampir lebih dari 50% mahasiswa telah menyelesaikan studi mereka sehingga peneliti menentukan untuk memilih angkatan 2020 dan melakukan pra riset kepada mahasiswa FISIP Universitas Sriwijaya angkatan 2020 sebelum melakukan penelitian, berikut hasil data pra riset yang dilakukan oleh peneliti:

**Diagram 1.1**  
**Mahasiswa FISIP Universitas Sriwijaya Angkatan 2020**  
**Yang Mengetahui Pandawara Group**

Apakah Kalian Mengetahui Pandawara Group  
150 jawaban

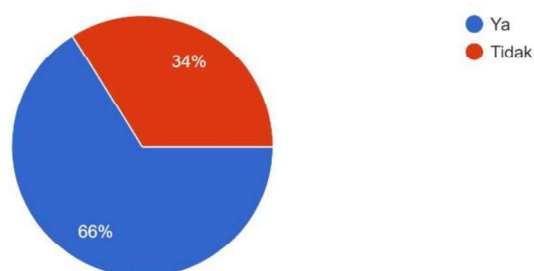


(sumber: data diolah oleh peneliti)

Berdasarkan diagram 1.1, dari 150 mahasiswa FISIP Universitas Sriwijaya angkatan 2020 yang mengisi kuesioner pra riset peneliti, terdapat 94,7% mahasiswa FISIP Universitas Sriwijaya angkatan 2020 yang mengetahui Pandawara Group. Selain itu, terdapat 5,3% mahasiswa lainnya yang tidak mengetahui Pandawara Group.

**Diagram 1.2**  
**Mahasiswa FISIP Universitas Sriwijaya Angkatan 2020 Yang Mengikuti**  
**TikTonya Pandawara Group**

Apakah kalian mengikuti TikToknya Pandawara Group @pandaragroup  
150 jawaban



(sumber: data diolah oleh peneliti)

Selanjutnya, berdasarkan diagram 1.2, dari 150 mahasiswa FISIP Universitas Sriwijaya angkatan 2020 yang mengisi kuesioner pra riset peneliti, terdapat 66% mahasiswa FISIP Universitas Sriwijaya angkatan 2020 yang mengikuti TikToknya Pandawara Group. Selain itu, terdapat 34% mahasiswa lainnya yang tidak mengikuti TikToknya Pandawara Group.

Hal ini menunjukkan bahwa, banyak mahasiswa FISIP Universitas Sriwijaya khususnya angkatan 2020 yang mengetahui Pandawara Group bahkan juga banyak yang sudah mengikuti TikTiknya Pandawara Group dari pra riset yang sudah dilakukan oleh peneliti. Walaupun sebenarnya masih saja tidak semua mahasiswa FISIP Universitas Sriwijaya khususnya angkatan 2020 yang mengetahui Pandawara Group menjadi pengikut TikTiknya Pandawara Group. Oleh karenanya, peneliti ingin melakukan penelitian yang berjudul **“Efektivitas TikTok Pandawara Group Terhadap Kepedulian Lingkungan (Studi Terhadap Mahasiswa FISIP Universitas Sriwijaya Angkatan 2020)”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Dari pemaparan fenomena/gejala dan data di latar belakang, maka dapat diketahui rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah ada pengaruh efektivitas TikTok Pandawara Group terhadap kepedulian lingkungan di kalangan mahasiswa FISIP Universitas Sriwijaya angkatan 2020?
2. Seberapa besar pengaruh efektivitas TikTok Pandawara Group terhadap kepedulian lingkungan di kalangan mahasiswa FISIP Universitas Sriwijaya angkatan 2020?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Setiap penelitian memiliki tujuan yang jelas dan terarah. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh efektivitas TikTok Pandawara Group terhadap kepedulian lingkungan di kalangan mahasiswa FISIP Universitas Sriwijaya angkatan 2020.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh efektivitas TikTok Pandawara Group terhadap kepedulian lingkungan di kalangan mahasiswa FISIP Universitas Sriwijaya angkatan 2020.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya dengan topik bahasan serupa. Selain itu, diharapkan bahwa hasil penelitian ini juga dapat berkontribusi dalam menambah sumber pengetahuan dan referensi dalam bidang Ilmu Komunikasi, terutama dalam kajian yang berkaitan dengan media sosial dan kepedulian lingkungan. Dengan begitu, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya pemahaman dan wawasan dalam hubungan antara media sosial, kepedulian lingkungan, dan aspek-aspek komunikasi yang relevan.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang berguna tentang bagaimana efektivitas TikTok mempengaruhi kepedulian lingkungan. Dengan adanya temuan ini, diharapkan hasil penelitian dapat menjadi acuan bagi Pandawara Group atau komunitas terkait, serta bagi para pengikut TikTok Pandawara Group. Informasi ini dapat digunakan untuk mengoptimalkan penggunaan media sosial, khususnya TikTok, sebagai sarana untuk meningkatkan kesadaran dan kepedulian lingkungan di kalangan komunitas dan pengikutnya.



## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Akdon, Riduwan. (2007). *Rumus dan Data dalam Aplikasi Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, Suharmisi. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azwar, S. (2015). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bungin, Burhan. (2005). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Prenadamedia.
- Budi, P.T. (2006). *Terapan, Riset Statistik Parametrik*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Cangara, H. Hafied. (2018). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Depok: Rajawali Pers.
- Cox, R. 2010. *Environmental Communication and the Public Sphere*. California (US): SAGE Publication Ltd
- Denis, McQuail. (2002). *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Jakarta: Erlangga.
- Hasan Alwi, dkk. (2001). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka
- Mahmudi. (2015). *Manajemen Kinerja Sektor Publik*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Pasolong, Harbani. (2007). *Teori Administrasi Publik*. Alfabeta.
- Prihartono. (2012). *Manajemen Pelayanan Prima, Dilengkapi dengan Etika: Profesi untuk Kinerja Kantor*. Bandung: Andi Offset.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: CV. Alfabeta.

### Skripsi/Jurnal

- Aman, A.H. Lizawati, Amran Harun, dan Zuhul Hussein. (2012). The Influence of Environmental Knowledge and Concern on Green Purchase Intention the Role of Attitude as a Mediating Variable. *British Journal of Ans and Social Sciences*, 79(2), 145-167
- Arum, W.P. (2017). Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Tirtayasa Ekonomika*, 12(2), 212–231.
- Aprilian, Rizkhi. (2021). Pengaruh Tayangan Video #Glowupchallenge pada Aplikasi TikTok terhadap Self Confidence Remaja (Studi pada Siswa SMANegeri 1 Metro). *Skripsi*. Universitas Lampung.
- Bruhn, M., Schoenmueller, V., Shaefer, D.B. (2012). Are social media replacing traditional media in terms of brand equity creation. *Management Research Review*, 35(9), 770-790.
- Chan, R.Y.K dan Loretta B.Y. Lau. (2002). Antecedents of Green Purchases: A Survey In China. *Journal Of Consumer Marketing*, 17(4), 338-357.
- Dunlap, R. & Jones R. (2002), Environmental Concern: Conceptual And Measurement Issues. *In Handbook of environmental sociology*. London: Greenwood.
- Hanifah L. (2013). Efektivitas Akun Twitter @EHIndonesia sebagai Media untuk Gerakan Earth Hour Indonesia 2012. *Skripsi*. Institut Pertanian Bogor.
- Hermono, Aurelia Fiona. (2021). Pengaruh Pengetahuan Lingkungan dan Kepedulian Lingkungan Terhadap Niat Beli Produk The Body Shop Di Surabaya. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*. 6(4), 302-311.
- Hutamy, E. T., Andi Naila Quin Azisah Alisyahbana, Nur Arisah, & Muhammad Hasan. (2021). Efektivitas Pemanfaatan Tik Tok Sebagai Media Pembelajaran Dalam Meningkatkan Hasil Belajar Peserta Didik. *Jurnal Pendidikan Dompot Dhuafa*, 11(01), 21-26.
- Isnaini, Afifah. N. H (2018). Efektivitas Media Dakwah Pada Followers Akun Instagram @nunuzoo dikalangan Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. *Skripsi*. UIN Sunan Kalijaga.

- Kollmuss, A & Julia N, A. (2002). Mind the Gap: why do people act environmentally and what are the barriers to pro environmental behavior. *Environmental Education Research*, 8(3)
- Kim, Yeonshin dan Sejung Marina Choi. (2005). Antecedents of Green Purchase Behavior: An Examination Of Collectivism, Environmental Concern, and PCE. *Advances in Consumer Research*, 32, 592-599
- Kapriani D, Lubis D. 2014. Efektivitas Media Sosial untuk Gerakan Sosial Pelestarian Lingkungan. *Jurnal Sodality*. 2(03), 160-170.
- Liere, K.D.V dan Riley E. Dunlap. (1980) The Social Bases of Environmental Concern: A Review of Hypotheses, Explanations and Empirical Evidence. *Public Opinion Quaterly*. 44(2), 181-197.
- Laila, A. V. (2022). Efektivitas Akun TikTok @swaragembira Terhadap Sikap Followers dalam Penggunaan Kain Adat Tradisional (Studi Analisis Followers Akun TikTok @swaragembira). *Skripsi*. Universitas Lampung.
- Minton, A.P dan Randall L. Rose. (1997). The Effects of Environmental Concern on Environmentally Friendly Consumer Behavior: An Exploratory Study. *Journal of Business Research*, 40(1),37-48
- Moriansyah, L. (2015). Pemasaran melalui media osial: antecedents dan consequence. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik*. 19(3), 187-196.
- Nizar, A. R. (2020). Tinjauan Wisata Halal Prespektif Maqosidus Syariah Terkait Fatwa Dsn Mui Dsn - Mui No. 08 Tahun 2016. *Jurnal Istiqro*, 6(1), 95–113.
- Schultz, P. Wesley. (2000). Empathizing With Nature: The Effects of Perspective Taking on Concern for Environmental Issues. *Journal Of Social Issues*, 56(3), 391-406.
- Suki, Norazah Mohd. (2012). Green Awareness Effects on Consumers Purchasing Decision: Some Insights From Malaysia. *IJAPS*, 9(2), 49-63
- Syaifudin, F. (2016). Media Komunikasi Mahasiswa Dalam meningkatkan Prestasi Studi (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya UIN Sunan Ampel Surabaya). *Skripsi*. UIN Sunan Ampel.

Yadav, R., & Pathak, G. (2015). Intention To Purchase Organic Food Among Young Consumers. *Evidences From A Developing Nation. Appetite*, 96(1), 122-128.

### **Internet**

Megasari, Ria. (2023). *Pandawara Group Gerakan Anak Muda Tangguh Melawan Sampah*. <https://sohib.indonesiabaik.id/article/pandawara-group-gerakan>

anak-muda-tangguh-melawan-sampah-ZaOr6 diakses pada tanggal 18 Agustus 2023

<https://sensortower.com/blog/q1-2022-data-digest> diakses pada tanggal 18 Agustus 2023

<https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-sebanyak-167-juta-pada-2023> diakses pada tanggal 18 Agustus 2023

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/24/pengguna-TikTok-indonesia-terbanyak-kedua-di-dunia-per-april-2023-nyaris-salip-as> diakses pada tanggal 18 Agustus 2023

<https://narasi.tv/read/narasi-daily/siapa-pandawara-group> diakses pada tanggal 15 November 2023

<https://fisip.unsri.ac.id/> diakses pada tanggal 15 November 2023