



Pengaruh Akun Tiktok Pandawara Group Terhadap Kampanye Pengurangan Sampah Plastik Pada Generasi Z

Kevin Naufal Putra¹, Andree Raymond²

^{1,2}STIKOM INTERSTUDI, Fakultas Ilmu Komunikasi, Public Relations

ARTICLE INFO

Article history:

Received March 16, 2024

Revised March 24, 2024

Accepted March 28, 2024

Available online March 30, 2024

Kata Kunci:

Pandawara Group, Media Sosial Tiktok, Kampanye, Sampah Plastik

Keywords:

Pandawara Group, Social Media Tiktok, Campaign, Plastic Waste



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.
Copyright © 2024 by Author. Published by Yayasan Daarul Huda

ABSTRAK

Pandawara Group merupakan lembaga swadaya masyarakat yang mengampanyekan gerakan pengurangan sampah plastik melalui media sosial Tiktok. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh akun Tiktok Pandawara Group terhadap Kampanye Pengurangan Sampah Plastik pada generasi Z. Dalam hal ini, Pandawara Group mengadakan sebuah Gerakan positif yang memiliki tujuan untuk mengurangi sampah plastik. Akan tetapi volume mengenai sampah plastik dan adanya musibah yang dikarenakan banyaknya sampah plastik yang berserakan terbilang masih banyak. Oleh karena itu Akun Tiktok Pandawara Group yang dibangun oleh lima anak muda melakukan sebuah Gerakan positif untuk mengubah perilaku masyarakat mengenai sampah plastik yang dapat membahayakan lingkungan sekitar. Penelitian ini menggunakan metode penelitian Kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Dengan populasi sebanyak 7,7 juta orang di dapatkan sampel sebanyak 100 orang dengan menggunakan rumus slovin. Teknik yang digunakan untuk dalam penelitian ini adalah *Purposive Sampling* dimana Teknik ini digunakan sesuai dengan penilaian atau *judgmental* terhadap siapa yang memenuhi syarat menjadi responden dari keseluruhan populasi. Hasil Penelitian diperoleh dari nilai R terdapat hubungan yang kuat. Hasil dari nilai koefisien determinasi (R^2) bahwa Akun Tiktok Pandawara Group terhadap Kampanye memiliki pengaruh yang tinggi atau

kuat. Sedangkan sisanya yang sebagian kecil saja dipengaruhi oleh variabel lain.

ABSTRACT

Pandawara Group is a non-governmental organization that campaigns for the plastic waste reduction movement through Tiktok social media. The purpose of this study is to determine the effect of Pandawara Group's Tiktok account on the Plastic Waste Reduction Campaign in generation Z. In this case, Pandawara Group held a positive movement that has the aim of reducing plastic waste. In this case, Pandawara Group held a positive movement that aims to reduce plastic waste. However, the volume of plastic waste and the disaster caused by the large amount of plastic waste scattered around is still quite a lot. Therefore, the Pandawara Group Tiktok Account, which was built by five young people, carried out a positive movement to change people's behavior regarding plastic waste which can endanger the surrounding environment. This study uses Quantitative research methods with descriptive research types. With a population of 7.7 million people, a sample of 100 people was obtained using the slovin formula. The technique used for this research is *Purposive Sampling* where this technique is used in accordance with judgment or judgmental of who is qualified to be a respondent from the entire population. Research results obtained from the R value there is a strong relationship. The results of the coefficient of determination (R^2) value that the Tiktok Pandawara Group Account on the Campaign has a high or strong influence. While the rest, which is only a small part, is influenced by other variables.

PENDAHULUAN

Plastik pertama kali digunakan pada tahun 1952 dimana diketahui tersebut terdapat 12 pabrik plastik di pulau Jawa. Pada awalnya plastik dianggap sebagai salah satu alternatif dalam hal pengemasan. Perkembangan plastik sekali pakai pun jadi semakin pesat dan banyak digunakan oleh seluruh kalangan di Indonesia karena bentuknya yang beragam, warna yang menarik, tahan lama, anti air, dan murah. Hal inilah yang pada awalnya menjadi salah satu bentuk pencemaran yang terjadi dimasa kini karena banyaknya volume plastik yang tersebar di Indonesia dan semakin melonjak penggunaannya dari tahun ke tahun. (Hanggoro, 2019)

Plastik merupakan salah satu sampah yang mendominasi di Indonesia dan sulit terurai. Plastik pada dasarnya merupakan senyawa organik yang terbentuk dari atom karbon. Sampah plastik sulit terurai

*Corresponding author

E-mail addresses: kevinnaufal@gmail.com

karena mengandung rantai karbon yang membuatnya sulit diuraikan oleh mikroorganisme. Untuk terurai sempurna, sampah plastik membutuhkan waktu ratusan tahun. (Utami & Fitria Ningrum, 2020)

Indonesia menduduki peringkat kedua setelah China dalam pembuangan sampah plastik yang mencemari lingkungan. Sebesar 83% atau 3.22 juta ton pertahun adalah jumlah sampah plastik Indonesia yang mencemarkan lingkungan yang pada akhirnya tidak terkelola sehingga mempengaruhi pencemaran lingkungan dunia setiap tahun. (Aisha et al., 2023)

Gambar 1 Komposisi Sampah Berdasarkan Jenis Sampah Di Indonesia(2022)



Sumber : sipsn.menlhk.go.id Menurut data dari Sistem Informasi

Pengelolaan Sampah Nasional atau biasa disingkat (SIPSN) dari Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) ada beberapa unsur utama sampah berdasarkan jenisnya salah satunya yaitu sampah plastik menduduki peringkat kedua dari keseluruhan data yaitu sebesar 18,2 persen. Hal inilah yang harusnya menjadi perhatian baik bagi pemerintah dan seluruh lapisan masyarakat karena penumpukan sampah yang bisa terurai lebih dari 100 bahkan sampai ribuan tahun ini dapat merusak masa depan Indonesia juga Dunia karena pencemarannya yang tersebar dan berkembang begitu cepat dan harus segera melakukan inovasi guna mengurangi hal yang tidak diinginkan terjadi. (Pratiwi, 2023)

Terkait dengan banyaknya sampah plastik yang menduduki peringkat kedua, beberapa masyarakat akhirnya tergerak dan sadar akan bahaya yang ditimbulkan oleh banyaknya sampah plastik, sehingga ada masyarakat yang membentuk Lembaga Swadaya Masyarakat bernama Pandawara Group. Pandawara Group adalah suatu Lembaga Swadaya Masyarakat yang mendedikasikan dirinya dalam kampanye pengurangan sampah plastik dalam kegiatannya. Pandawara Group terdiri dari 5 orang yaitu Agung Permana, Gilang Rahma, Muhammad Ikhsan, Rafia Pasya, dan Rifki Sa'dulah. (Fajar, 2023)

Pandawara Group baru terbentuk pada Agustus 2022 lalu, dimana Pandawara Group ini terbentuk karena kondisi lingkungan dari ke 5 pemuda ini yang pada akhirnya membuat mereka tergerak dalam pengurangan sampah plastik. Meskipun Pandawara Group terbilang Lembaga Swadaya Masyarakat yang masih baru atau dini, namun di kalangan pecinta alam nama Pandawara Group ini dikenal luas karena kegiatannya selama kurang lebih 1 tahun. (Fajar, 2023)

Kegiatan yang dilakukan oleh Pandawara Group yang terbaru adalah dengan membersihkan Pantai Kesenden di daerah Cirebon Jawa Barat selama dua hari dengan volunteer sebanyak 10.800 orang selama dua hari. (Elmira, 2023)

Sampah menjadi salah satu pencemaran lingkungan yang disebabkan oleh manusia yang saat ini sulit untuk diatasi terutama sampah plastik yang pada akhirnya menjadi fokus utama kegiatan Pandawara Group. Dampak dari membuang sampah sembarangan bukanlah hal yang bisa dinilai sepele. Sampah yang berserakan dimana- mana inilah yang bisa menyebabkan terjadinya banjir yang membuat seluruh lapisan masyarakat terkena dampaknya dan seluruh kegiatan menjadi terhambat. Dampak lain dari pembuangan sampah secara sembarangan tidak hanya menyebabkan banjir, namun juga dapat menyebabkan kematian bagi satwa liar dimana tempat tinggal mereka terkontaminasi oleh sampah dan kualitas air menurun sehingga menyebabkan kematian bagi satwa liar disekitaran perairan. (Lukyani, 2022)

Sampah plastik apabila tidak dibuang pada tempatnya dan tidak terkelola dengan baik dapat membuat dampak negatif terhadap lingkungan maupun kesehatan. Dalam membuang sampah plastik, seringkali membuang dengan sembarangan yang pada akhirnya membuat lingkungan yang terkena dampak. Tumpukan sampah plastik juga dapat menimbulkan aroma yang tidak sedap dan menyebarkan penyakit. Penyebab dari banjir juga salah satunya adalah karena pembuangan sampah plastik yang sesuka hati dan pada akhirnya menyumbat saluran air, parit, dan sungai yang tercemar. (Wayan et al., 2023)

Tingkat Kesadaran masyarakat Indonesia mengenai sampah plastik dan pencemaran lingkungan yang terjadi akibat sampah plastik juga masih minim dan kurang diperhatikan oleh seluruh lapisan masyarakat atau terbilang rendah. Adanya petugas kebersihan juga hanyalah sebagai pembantu didalam lingkungan dalam menjaga kebersihan. Faktor utama yang berpengaruh besar agar kebersihan lingkungan

tercapai adalah masyarakat sendiri dimana untuk kesadaran saja masih sangat rendah dan minim. Permasalahan mengenai kesadaran seluruh lapisan masyarakat juga harus berdampingan dengan upaya penyelamatan dan tanggap mengenai permasalahan yang terjadi yaitu maraknya sampah plastik dan cara pengurangan pemakaian sampah plastik dilap[isan masyarakat Indonesia. (Wayan et al., 2023)

Pandawara grup yang terdiri dari anak-anak muda yang concern pada persoalan sampah dan lingkungan ini, sesuai misi dan visinya yaitu *'Not Cleaning But Reducing'* dalam hal ini anak muda menjadi target atau sasaran untuk dapat mengedukasi melalui TikTok. Tiktok adalah aplikasi yang sangat disukai generasi muda saat ini. Dalam satu jurnal karya (Rakhmayanti, 2020) Hasil data dari pengguna TikTok yang ada di Indonesia menyebutkan bahwa generasi muda (Gen Z) berusia 14-24 tahun didominasi oleh Generasi Z. Aplikasi TikTok yang diperkenalkan oleh Zhang Yiming pada September 2016, sangat sukses. Berdasarkan hasil riset dari Sensor Tower menyebutkan bahwa sepanjang tahun 2020 sampai saat ini (2023) TikTok menempati urutan teratas yang diunduh dalam google Play Store dan App Store. (Astuti & Andrini, 2021)

Sesuai data diatas anak muda saat ini terutama Generasi Z, menempati urusan teratas dalam menggunakan aplikasi TikoTok. Sehingga wajar apabila Pandawara Grup melakukan kampanye Lingkungan dalam hal ini adalah sampah melalui aplikasi TikTok. Harapannya tentu melalui aplikasi TikTok ini dapat menyentuh para remaja dan generasi Z untuk sadar lingkungan ataupun *care* pada sampah yang dapat mencemari dan merusak lingkunga, kesadran inilah yang akan dibangun untuk para Generasi Z.

TINJAUAN PUSTAKA

Dalam penelitian ini terdapat beberapa rujukan dari penelitian-penelitian terdahulu, diantaranya jurnal yang berjudul Hubungan Antara Kampanye Dengan Sikap Remaja. Pada penelitian ini menggunakan Metode Kuantitatif dengan paradigma Positivisik. Penelitian ini menunjukkan bahwa Terdapat hasil didalam penelitian ini bahwa kampanye #AnakGenius yang dibuat melalui TikTok terdapat hubungan yang positif dan kuat terhadap sikap Remaja SMPN 17 Tangerang Selatan.

Penelitian selanjutnya yang menjadi rujukan dari penelitian yang dilakukan adalah Intensitas Penggunaan Aplikasi Tiktok Terhadap Perilaku Imitasi Remaja. Penelitian ini menggunakan teori *Stimulus Organisme Respons* (SOR). Metode penelitian ini menggunakan deskriptif kuantitatif. Adanya pengaruh intensitas penggunaan aplikasi TikTok terhadap perilaku imitasi pada siswa.

Penelitian selanjutnya yang menjadi salah satu rujukan dari penelitian dengan judul *The Intensity Of Tiktok Application Users Towards The Creativity Of Generation Z In Jakarta*. Metode yang digunakan oleh penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dan kualitatif. Hasil dari penelitian ini mengungkapkan bahwa baik aspek kuantitatif maupun kualitatif berkontribusi terhadap pengaruh tersebut. Secara kuantitatif, variabel intensitas dan variabel kreativitas menunjukkan validitas dan reliabilitas. Koefisien Koefisien determinasi dan signifikansi menunjukkan ukuran pengaruh yang moderat. Hal ini sejalan dengan temuan kualitatif, yang menekankan bahwa tingkat intensitas di antara pengguna aplikasi TikTok pengguna aplikasi TikTok secara signifikan berdampak pada kreativitas Generasi Z. Hal ini juga menjawab pertanyaan pengaruh aplikasi TikTok terhadap kreativitas Generasi Z. Kesimpulannya, pendekatan metode campuran ini menggarisbawahi sifat saling melengkapi dari hasil penelitian, meningkatkan data kelengkapan data dan menawarkan wawasan tambahan. Terdapat perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini yaitu objek penelitian dan teori yang digunakan. sedangkan, persamaannya terletak pada metodologi yang digunakan yaitu deskriptif kuantitatif.

Teori Determinasi Teknologi

Determinasi Teknologi meyakini bahwa secara tidak langsung perubahan yang terjadi dilingkungan sekitar saat ini dipengaruhi oleh teknologi. Dampak yang diciptakan juga dapat bersifat positif maupun negative tergantung bagaimana individu atau lebih menanggapinya. Berdasarkan salah satu Teori Determinasi Teknologi yang dijelaskan oleh Mashall McLuhan berdasarkan Teori *"The Medium Theory"* menjelaskan bahwa media adalah salah satu bentuk pesan itu sendiri. Media bukan hanya sekedar alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan tetapi memiliki peran andil itu sendiri. Teori Determinasi Teknologi adalah bagaimana suatu media dan proses komunikasi dapat membuat stimulus pemikiran manusia dalam bentuk emosi, perasaan, dan nilai teknologi yang dapat mempengaruhi komunikasi yang dilakukan melalui media sosial (Khazim & Andarini, 2021). Terkait dengan penelitian ini adalah bahwa perkembangan teknologi dan media sosial saat ini adalah yang mempengaruhi suatu proses komunikasi dalam menyampaikan pesan dimana teknologi yang semakin berkembang memiliki bentuk penyampaian komunikasi yang berbeda seperti yang dilakukan oleh Pandawara Group saat ini yang memanfaatkan perkembangan media sosial Tiktok dalam menyampaikan pesan komunikasi yang mengikuti perkembangan saat ini. (Meenakshi Gigi Durham, 2012)

Komunikasi

Menurut Denis McQuail (2000) Media massa atau yang dikenal dengan media sosial memiliki karakteristik dan sifat yang mampu menjangkau dalam lingkup yang besar dan luas, juga bersifat terbuka dan dapat memberikan insight atau popularitas terhadap siapapun yang menggunakan media massa. Hal ini dapat memberikan konsekuensi terhadap kehidupan berbudaya (Kurniawan et al., 2021).

Komunikasi secara fungsi terdapat suatu kepentingan terhadap massa atau memiliki tujuan dimana hal paling utama dilakukan dalam menyampaikan informasi (*to inform*), mengedukasi komunikan (*to educate*), menghibur atau menarik komunikan (*to entertain*), mempengaruhi komunikan (*to influence*). Keempat fungsi ini digunakan untuk kegiatan komunikasi massa melalui media sebagai salah satu sarana komunikasi dengan menambahkan satu yaitu pengawasan sosial (*social control*) yang dapat menarik bagi pengguna media (Kremer et al., 2023).

Pengertian komunikasi menurut Harold Lasswell yaitu "*Who says what in which channel to whom and with what effects*" yaitu siapa yang berkata apa atau pesan melalui saluran atau media apa ke siapa dan memiliki dampak atau efek apa. Definisi komunikasi yang dipaparkan Harold Lasswell inilah yang terbilang lengkap yang dapat menjelaskan atau memaparkan proses- proses komponen komunikasi, dimulai dari komunikator (*who*), pesan atau informasi (*what*), media atau saluran apa (*channel*), komunikan atau penerima pesan (*whom*), efek atau pengaruh dari pesan (*effect*) (Kremer et al., 2023).

Komunikasi lingkungan adalah suatu perencanaan yang bertahap dan berdasarkan proses komunikasi dan menggunakan suatu media dalam mendukung efektivitas dalam partisipasi masyarakat, kebijakan, dan pelaksanaan didalam lingkungan. Komunikasi lingkungan sangat penting guna mempertahankan dan menerapkan ilmu komunikasi dalam pencegahan tercemarnya lingkungan yang diharuskan melakukan komunikasi dari seluruh lapisan masyarakat secara tidak langsung terlibat dengan ikut andil menjaga lingkungan. (Wahyudin, 2017)

Kampanye

Kampanye adalah suatu aktivitas dimana menunjukkan suatu sikap yang dapat membuat orang lain terpengaruh agar memiliki sikap, perilaku, dan wawasan yang sama dengan pelaku kampanye atau yang menyebarkan informasi (Hartono & Fauzi, 2019). Menurut Pfau (1993) suatu kampanye dilakukan dengan kesadaran penuh, meningkatkan, dan menunjang suatu langkah yang tertata dalam periode tertentu yang memiliki tujuan untuk membuat stimulus kepada khalayak tertentu. Terdapat empat indikator Kampanye menurut Farelly (2002) yaitu : 1. Perilaku Kampanye, 2. Peran Kampanye, 3. Saluran Kampanye, dan 4. Khalayak Sasaran Kampanye. (Hartono & Fauzi, 2019). Berdasarkan Rogers dan Storey kampanye merupakan kegiatan komunikasi yang dirangkai secara terorganisir dengan tujuan menciptakan suatu keadaan tertentu untuk mayoritas khalayak sasaran dalam periode yang berkelanjutan dalam waktu tertentu. (Setiawan & Salmiyah Fithrah, 2018)

Sampah Plastik

Plastik sampai saat ini masih banyak ditemukan dan digunakan dalam kegiatan sehari-hari untuk berbagai kegiatan masyarakat di seluruh Indonesia. Plastik sering digunakan karena berbagai faktor dari bahannya yang relatif murah, tahan lama, tidak berat, dan anti karat sampah-sampah plastik yang bertumpuk dapat mengganggu aktivitas dan lingkungan masyarakat sekitar karena plastik sendiri memiliki sifat *non- biodegradabel*. Sifat inilah yang menjadikan plastik sebagai penyumbang limbah sampah terbesar ke dua yang dapat menyebabkan pencemaran di lingkungan. (Septiani et al., 2019).

Menurut Jambeck *et al* (2015) Indonesia saat ini di peringkat kedua sebagai pembuang limbah sampah plastik dengan berat rata-rata 0,52 kg sampah perorang setiap harinya di dunia. Dalam penelitian Assuyuti *et al* (2018) memaparkan bahwa pencemaran terjadi disekitaran Kepulauan Seribu yang pencemaran itu sendiri berupa sampah plastik di kedalaman 3m khususnya di Pulau Panggang dan Pulau Pramuka. (Septiani et al., 2019). Plastik dan bahan lain yang tidak ramah lingkungan digunakan dalam kemasan dalam jumlah banyak, maka akan berdampak buruk terhadap lingkungan. Hal ini dikarenakan plastik bersifat *non- biodegradable*, artinya sangat sulit terurai. (Rahmawati & Andriani, 2023)

Media Sosial

Lahirnya internet yang dapat diakses melalui berbagai teknologi yang ada saat ini memulai era kemajuan media baru dimana disebut sebagai media digital. Media Digital ialah sebuah percampuran melalui komunikasi yang berbentuk video, suara, teks, dan grafis yang menggunakan teknologi internet (Rizky & Putri, 2023). Pengguna media sosial dapat dengan mudah menggunakan media sosial dalam kegiatan berkomunikasi dalam berbagai bentuk seperti menghasilkan karya dalam bentuk edukasi terhadap masyarakat yang sesama menggunakan media sosial. Menurut Diamond sebuah Kampanye Online dapat dikatakan bagus dan baik apabila memiliki karakteristik menghibur, mendidik, persuasif, *storytelling*, berbagi, dan mudah ditemukan. (Prabowo Amalia Djuwita, n.d.)

Menurut Meike dan Young, media sosial adalah salah satu titik komunikasi dalam berbagai bentuk seperti komunikasi pribadi (dibagikan ke satu orang) dan untuk kebutuhan media publik (dibagikan

kebanyak lebih dari satu orang untuk berbagai konteks) (Yozani et al., 2022). Hearn *et al* (2008) menyebutkan bahwa melalui media sosial komunikasi dapat terjadi dari berbagai cara melalui handphone atau komputer. Komunikasi melalui media sosial dapat mengirim kesatu individu dan ke banyak individu secara bersamaan. Komunikasi melalui media sosial memiliki proses yang menarik dan dapat meningkatkan hubungan satu sama lain (Papasolomou & Melanthiou, 2012). Menurut Diamond (2012) Media Sosial terdapat indikator 1. Mendidik, 2. Menarik, 3. *Persuasive*, 4. *Storrtelling*, 5. berbagi, dan 6. Mudah Ditemukan. (Prabowo Amalia Djuwita, n.d.)

Tiktok

Dalam pertumbuhan terhadap menggunakan Tiktok juga dapat berkreasi. (Purbaningrum & Andrini, 2023) pengguna media sosial, Tiktok adalah salah satu aplikasi media sosial teratas saat ini. Perkembangan Tiktok terbilang sangat pesat karena dalam kurun waktu beberapa tahun aplikasi ini memiliki lebih banyak pengguna dibanding aplikasi media sosial lainnya. Penemu aplikasi Tiktok yaitu Zhang Yimin menemukan atau menciptakan aplikasi ini pada September 2016. Tiktok dikembangkan dengan harapan mampu menampilkan sisi kreativitas dan pengalaman bagi pengguna untuk seluruh dunia melalui media sosial yang dapat dijangkau oleh hampir seluruh masyarakat di dunia (Yozani et al., 2022).

Tiktok adalah suatu aplikasi media sosial berbasis menggunakan video yang dapat memberikan *effects* menarik dan dapat digunakan oleh pengguna. Aplikasi ini mempunyai dukungan berupa penambahan music dengan banyak pilihan yang dapat digunakan oleh pengguna (Hartono & Fauzi, 2019).

Penggunaan aplikasi Tiktok saat ini telah menjangkau seluruh lapisan masyarakat, salah satunya Generasi Z yang memanfaatkan aplikasi Tiktok sebagai media untuk mengekspresikan diri. Generasi Z dinilai memiliki kemampuan yang cukup kreatif dalam pembuatan konten di Tiktok sehingga mampu memikat audiens untuk mempertahankan eksistensi melalui konten-konten kreatif yang dibuat. Oleh karena itu, semakin banyak konten yang dibuat di Tiktok, maka semakin meningkat juga kreativitas yang mereka miliki. Peningkatan kreativitas juga dibantu dengan pengalaman dan pembelajaran dari konten yang mereka buat, sehingga Generasi Z yang Akun Tiktok Pandawara Group melakukan kegiatan kampanye untuk mengurangi sampah plastik ini dilakukan dan memproduksi media berupa video dan mempublikasi secara online. Akun Tiktok Pandawara Group ini digunakan sebagai sarana penyampaian pesan atau komunikasi kepada komunikan dalam penerimaan pesan dan pengiriman pesan.

Generasi Z

Menurut Hellen Chou P. (2012: 35) Generasi Z adalah generasi yang tumbuh dan berkembang dengan berbarengan dengan pertumbuhan teknologi digital dan ketergantungan. Teori diatas didukung lagi oleh Pitoewas et al, 2020, bahwa Generasi Z adalah generasi yang selalu berhubungan dengan teknologi dan terampil dalam penguasaan teknologi. (Pitoewas et al., 2020).

Menurut Stillman Generasi Z adalah mereka yang lahir dalam rentang tahun 1995- 2012. Generasi Z disebut juga sebagai *digital natives* dimana dari mereka lahir sudah mengenal teknologi digital seperti *smartphone*, laptop, computer, tablet, dan TV. (Pujiono, 2021)

Generasi Z terlahir dengan kemajuan teknologi dengan jangkauan internet yang luas dan lebih mudah dibandingkan dengan generasi-generasi sebelumnya. Hal ini memudahkan Generasi Z untuk menjangkau dan berinteraksi dengan sekelilingnya, sehingga Generasi Z dapat menggunakan teknologi dengan terampil dan cerdas yang membuat semakin kreatif. (Purbaningrum & Andrini, 2023)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan kepada pengguna Tiktok yang mengikuti akun Tiktok Pandawara Grup. Tujuan penelitian ini untuk melihat apakah Akun Tiktok Pandawara Group berpengaruh terhadap Kampanye pengurangan sampah plastik pada Generasi Z. Populasi dalam penelitian ini adalah *followers* TikTok Pandawara Grup sebesar 7.700.000 (April 2023) orang dan sampel yang didapatkan dengan menghitung melalui rumus slovin. Sedangkan sample dalam penelitian ini diketahui melalui rumus slovin berjumlah 99,9 dibulatkan menjadi 100. Dalam penelitian ini sample diambil secara *Purposive sampling*.

Pendekatan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah bahwa setiap objek yang diteliti oleh peneliti harus diamati (*observable*), terukur (*measurable*), dan dapat dikelompokkan ke dalam *variable*-variabel yang bersifat sebab akibat dan bebas. Johnson dan Cristensen (2007) menjelaskan bahwa kuantitatif memiliki sifat yang dapat memberikan konfirmasi merupakan suatu pemikiran dari atas kebawah yang biasa disebut dengan deduktif (Yozani et al., 2022).

Penelitian ini disajikan secara deskriptif. Penelitian kuantitatif deskriptif adalah dapat menjelaskan penjelasan secara menyeluruh atau komprehensif mengenai suatu atribut populasi atau suatu topik studi. Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian *explanatory* yang memaparkan hubungan sebab akibat antara *variable*-variabel yang dapat berpengaruh terhadap hipotesis penelitian. Pada penelitian ini peneliti memiliki dua variabel dihubungkan dalam penelitian ini yang bersifat menjelaskan

dan mengontrol suatu gejala.(Jayusman et al., 2020) Penelitian ini menggunakan Teknik pengambilan data melalui survey dengan menyebarkan kuesioner. Survey adalah suatu penelitian yang mengambil suatu sampel di satu wilayah populasi dan pengumpulan data dalam kuesioner adalah sebagai salah satu alat yang digunakan. Setelah data dikumpul data tersebut diolah dengan uji validitas, uji reabilitas dan regresi sederhana karena dalam penelitian ini hanya ada satu variabel x dan 1 variabel y.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan terhadap responden sebesar 100 orang. Mayoritas yang menjadi responden ini adalah laki-laki. Penelitian ini dilakukan kepada responden yang memiliki kriteria dengan mengikuti Akun Tiktok Pandawara Group dan penelitian ini dilakukan terhadap Generasi Z.

Gambar 2. Jenis Kelamin



Terlihat dalam gambar 2, bahwa terdapat responden Laki-Laki lebih besar yaitu sebesar 60 orang, sedangkan untuk responden Perempuan sebesar 40 orang.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel X dan Y

Variabel	Butir	Korelasi Pearson	r tabel (5%)	Keterangan
Media Sosial	X1	0.804	0.196	Valid
	X2	0.777	0.196	Valid
	X3	0.832	0.196	Valid
	X4	0.808	0.196	Valid
	X5	0.746	0.196	Valid
	X6	0.798	0.196	Valid
	X7	0.665	0.196	Valid
	X8	0.832	0.196	Valid
	X9	0.723	0.196	Valid
	X10	0.661	0.196	Valid
	X11	0.752	0.196	Valid
	X12	0.742	0.196	Valid
	X13	0.867	0.196	Valid
	X14	0.881	0.196	Valid
	X15	0.874	0.196	Valid
	Y1	0.732	0.196	Valid
	Y2	0.823	0.196	Valid
	Y3	0.823	0.196	Valid
	Y4	0.721	0.196	Valid
	Y5	0.830	0.196	Valid

Kampanye	Y6	0.791	0.196	Valid
	Y7	0.839	0.196	Valid
	Y8	0.568	0.196	Valid
	Y9	0.635	0.196	Valid

Berdasarkan hasil dari uji validitas yang menggunakan *pearson correlations*, dimana variabel X yaitu Media Sosial, dapat dilihat bahwa setiap indikator dari variabel X dinyatakan valid, dibuktikan dengan nilai yang signifikansi yang $< 0,05$ dengan nilai hitung $r_{hitung} > r_{tabel}$. Berdasarkan hasil dari uji validitas variabel Y yaitu Kampanye terlihat bahwa setiap indicator dari Variabel Y dinyatakan valid, dibuktikan dengan nilai signifikansi yang $< 0,05$ dan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Keseluruhan variabel penelitian dan indikator telah diuji dengan menggunakan SPSS dan dinyatakan valid. Terlihat dari 24 pernyataan yang tergabung dari kedua variabel X yaitu Media Sosial dan Y yaitu Kampanye, dapat dilihat bahwa keseluruhan hasil r_{hitung} pada 24 pernyataan tersebut lebih besar dari r_{tabel} yaitu 0,196.

Tabel 2. Uji Reliabilitas Variabel X dan Y

Variabel	Cronbach's Alpha	Batas Minimum	Keterangan
Media Sosial	0,963	0,60	Reliabel
Kampanye	0,932	0,60	Reliabel

Jika nilai Cronbach' Alpha melebihi 0,60 dihitung reliabel. Maka dapat diketahui dari hasil uji reliabilitas X yaitu Media Sosial dan Y yaitu Kampanye, bahwa hasil yang didapat melalui SPSS diatas *Cronbach's Alpha* yaitu sebesar 0,963 untuk Media Sosial dan 0,932 untuk Kampanye dimana memiliki nilai $<$ (lebih besar) dari *Cronbach's Alpha* yaitu 0,60 dan bersifat Reliabel.

Tabel 3. Uji T Hitung Media Sosial (X) Terhadap Kampanye (Y)

Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
Model						
1	(Constant)	5.104	1.929		2.646	.009
	Media Sosial	.524	.029	.878	18.191	.000

Perolehan dari hasil uji pada tabel T diatas bisa disebut dengan uji hipotesis adalah dengan hasil diatas dimana dapat disimpulkan dan diasumsikan telah memenuhi asumsi keputusan valid karena nilai Sig. $0,000 < 0,05$ sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa hipotesis praduga H^0 yaitu Akun Tiktok Pandawara Group tidak berpengaruh terhadap Kampanye pengurangan sampah plastik pada Generasi Z ditolak dan H^a yaitu Akun Tiktok Pandawara Group berpengaruh terhadap Kampanye pengurangan sampah plastik pada Generasi Z diterima. sehingga secara tidak langsung penelitian yang dilakukan saat ini memperoleh hasil bahwa Akun Tiktok Pandawara Group berpengaruh terhadap Kampanye Pengurangan Sampah Plastik pada Generasi Z.

Dari hasil pengolahan data diatas diperoleh hasil uji T tabel sebesar 18,191 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka H^0 ditolak dan H^a diterima. Hasil penelitian menunjukan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ artinya H^0 ditolak. Berdasarkan hasil dari Uji T diatas, maka

kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan kata lain bahwa Akun Tiktok Pandawara Group berpengaruh terhadap Kampanye Pengurangan Sampah Plastik pada Generasi Z. Output Uji T Hipotesis dipertegas dengan nilai Thitung sebesar 18.191 yang lebih besar dari Ttabel sebesar 1,982 dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$= a/2 ; n - k - 1$$

$$= 0,05/2 ; 100 - 1 - 1$$

$$= 0,025 ; 98$$

$$= 1,984$$

Jika nilai Thitung > Ttabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil pengolahan data diatas menunjukkan nilai Thitung sebesar 18,191 > 1,984 artinya H_0 ditolak. Dari tabel Uji T diperoleh nilai *constant* (a) 5.104 dimana menjadi hasil persamaan regresi dan memiliki nilai koefisien regresi (b) 0,524. Hal ini diperoleh hasil dari konteks tersebut diketahui dengan perumusan berikut :

$$Y = a + bX$$

$$Y = 5,104 + 0,524X$$

Jika followers Akun Tiktok Pandawara Group bertambah 1 satuan (yang diwakili oleh variabel X) maka nilai Y akan bertambah sebesar 0,524.

Tabel 4. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.878 ^a	.772	.769	1.863
a. Predictors: (Constant), Media Sosial				

Berdasarkan tabel diatas, nilai rhitung sebesar 0,878 mendekati 1 yang berdasarkan tabel korelasi koefisien memiliki arti hubungannya sangat kuat.

Tabel 5. Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0.00 – 0.199	Sangat Rendah
0.20 – 0.399	Rendah
0.40 – 0.599	Sedang
0.60 – 0.799	Kuat
0.80 – 1.000	Sangat Kuat

(Nuryani, 2014)

Berdasarkan nilai dari rhitung adalah sebesar 0,878 terdapat hubungan sangat kuat sesuai interpretasi dimana menunjukan > 0,80 yaitu 0,878.

Tabel 6. Pedoman Interpretasi Koefisien Determinasi

Pernyataan	Keterangan
> 4%	Pengaruh Rendah Sekali
5% - 16%	Pengaruh Rendah Tapi Pasti
17% - 49%	Pengaruh Cukup Berarti
50% - 81%	Pengaruh Tinggi atau Kuat
> 80%	Pengaruh Tinggi Sekali

(Aji Pamungkas & Zuhroh, 2016)

Nilai koefisien determinasi (R square) adalah 0.772 yang dimana hal ini dapat diartikan bahwa pengaruh Media Sosial terhadap Kampanye adalah sebesar 77,2% artinya memiliki pengaruh yang tinggi atau kuat. Sedangkan sisanya sebesar 22,8%% dipengaruhi oleh variabel lain.

SIMPULAN

Dari penelitian dapat diambil kesimpulan dari hasil pengolahan data sebagai berikut. Akun Tiktok Pandawara Group berpengaruh kuat Terhadap Kampanye Pengurangan Sampah Plastik pada

Generasi Z. Terdapat korelasi atau hubungan yang sangat kuat antara Akun Tiktok Pandawara Group terhadap Kampanye Pengurangan Sampah Plastik pada Generasi Z.

REFERENSI

- Arif, R. M. (2021). Skripsi Efektivitas Media Video Melalui Aplikasi Tiktok Terhadap Pegetahuan Remaja Tentang Phbs Di Smp Negeri 12 Kota Bengkulu Disusun oleh. 77.
- Elmira, P. (2023, Agustus 14). Pandawara Berhasil Ajak 10.800 Orang Bersihkan Pantai Kesenden Cirebon dari Tumpukan Sampah. Diambil kembali dari liputan6.com: <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/5369713/pandawara-berhasil-ajak-10800-orang-bersihkan-pantai-kesenden-cirebon-dari-tumpukan-sampah?page=4>
- Fajar, & L. (2023). River Environment Preservation Movement for the Sustainability of Ecotourism Programs. 9.
- Fauzi, F. B. (2018). Metodologi Penelitian untuk Manajemen dan Akuntansi. Palembang: Salemba Empat.
- Hanggoro, H. T. (2019, November). Awal Mula Barang Plastik di Indonesia. Diambil kembali dari historia.id: <https://historia.id/kultur/articles/awal-mula-barang-plastik-di-indonesia-vqm1j/page/1>
- Hartono, M. &. (2019). Hubungan Antara Kampanye Dengan Sikap Remaja. 14.
- Khazim, I. A. (2021). Podcast sebagai media alternatif dengan pendekatan determinisme teknologi. 9.
- Kremer, H. &. (2023). Efektivitas Penggunaan Media Sosial Dalam Peranan Sebagai Sarana Komunikasi Dan Promosi Produk. 8.
- Kurniawan, A. I. (2021). Hukum Media Massa. Widina Bhakti Persada Bandung.
- Lukyani, L. (2022, 3 10). Bahaya Sampah Plastik bagi Lingkungan. Diambil kembali dari kompas.com: <https://www.kompas.com/sains/read/2022/03/10/192101523/bahaya-sampah-plastik-bagi-lingkungan?page=all>
- Lusiana, T. A. (2017). Strategi Komunikasi Dalam Membangun Kepedulian Masyarakat Terhadap Kelestarian Lingkungan (Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Strategi Komunikasi Yang Dilakukan Yayasan Go-River Pada Masyarakat Bantaran Sungai Deli Lingkungan V Kelurahan Sukaraja Medan . 10.
- Meenakshi Gigi Durham, D. M. (2012). Media and Cultural Studies Keywords. Chichester: Blackwell Publishing Ltd.
- Prabowo Amalia Djuwita, B. (2019). karakteristik media sosial instagram dalam aksi kampanye penanganan sampah plastik oleh akun @greenerationid. karakteristik media sosial instagram dalam aksi kampanye penanganan sampah plastik oleh akun, 10.
- Pratiwi, F. S. (2023, 3 21). Mayoritas Sampah di Indonesia dari Sisa Makanan pada 2022. Diambil kembali dari dataindonesia.id: <https://dataindonesia.id/varia/detail/mayoritas-sampah-di-indonesia-dari-sisa-makanan-pada-2022>
- Rizky, T. F. (2023). strategi komunikasi content creator @ijoeel dalam menampilkan citra kota jakarta melalui akun media sosial instagram. 18.
- Septiani, B. A. (2019). Pengelolaan Sampah Plastik Di Salatiga. 10. Social Media: Marketing Public Relations' New Best Friend. (2012). Papasolomou, Ioanna, & Melanthiou, Yioula, 11.
- Wahyudin, U. (2017). Strategi Komunikasi Lingkungan Dalam Membangun Kepedulian Masyarakat Terhadap Lingkungan. 5.
- Waskito, B. H. (2022). Kerjasama antara Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bandar Lampung & Iski Kontekstual Jurnal Ilmu Komunikasi www.ubl.ac.id/kontekstual
- Yozani, R. E. (2022). Efektivitas Komunikasi Akun Tiktok @buiramira Sebagai Media Edukasi Akademik Mahasiswa Universitas Riau. 18.