STRATEGI KOMUNIKASI PANDAWARA GROUP DALAM MENDORONG ISU KEBERSIHAN LINGKUNGAN MENJADI KEBIJAKAN PUBLIK

KURNIA AHMAD AFANILLAH
NIM. 3418058

2025

STRATEGI KOMUNIKASI PANDAWARA GROUP DALAM MENDORONG ISU KEBERSIHAN LINGKUNGAN MENJADI KEBIJAKAN PUBLIK

KURNIA AHMAD AFANILLAH
NIM. 3418058

2025

STRATEGI KOMUNIKASI PANDAWARA GROUP DALAM MENDORONG ISU KEBERSIHAN LINGKUNGAN MENJADI KEBIJAKAN PUBLIK

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi Tugas Akhir dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)
dalam Komunikasi dan Penyiaran Islam

Oleh :

KURNIA AHMAD AFANILLAH
NIM. 3418058

PROGRAM STUDI
KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K. H ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN

2025

STRATEGI KOMUNIKASI PANDAWARA GROUP DALAM MENDORONG ISU KEBERSIHAN LINGKUNGAN MENJADI KEBIJAKAN PUBLIK

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi Tugas Akhir dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)
dalam Komunikasi dan Penyiaran Islam

Oleh :

KURNIA AHMAD AFANILLAH
NIM. 3418058

PROGRAM STUDI
KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K. H ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2025

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Kurnia Ahmad Afanillah

NIM : 3418058

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Berpendapat dengan sesungguhnya, bahwa skripsi dengan judul **"STRATEGI KOMUNIKASI PANDAWARA GROUP DALAM MENDORONG ISU KEBERSIHAN LINGKUNGAN MENJADI KEBIJAKAN PUBLIK"** adalah benar hasil karya penulis berdasarkan hasil penelitian. Semua sumber yang digunakan dalam penelitian ini telah dicantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Apabila di kemudian hari pernyataan ini terbukti tidak benar, maka penulis bersedia menerima sanksi yang berlaku di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Pekalongan, 3 Juni 2025

Yang Berpendapat,

Kurnia Ahmad Afanillah

NIM. 3418058

NOTA PEMBIMBING

Miftahul Huda, M. Sos
Kec. Guyang Basri, Kab. Jepara, Jawa Tengah

Lamp : 4 (Empat) eksemplar
Hal : Naskah Skripsi Kurnia Ahmad Afanillah

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah
c.q Ketua Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam
di-
PEKALONGAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini kami kirimkan naskah skripsi saudari:

Nama : Kurnia Ahmad Afanillah

NIM : 3418058

Judul : **STRATEGI KOMUNIKASI PANDAWARA GROUP DALAM MENDORONG ISU KEBERSIHAN LINGKUNGAN MENJADI KEBIJAKAN PUBLIK**

Dengan ini saya mohon agar skripsi saudara/i tersebut dapat segera dimunaqasyahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 3 Juni 2025
Pembimbing,

MIFTAHUL HUDA, M. Sos
NIP. 199207022023211021

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
Jl. Pahlawan KM 5 Rowolaku Kajen Kab. Pekalongan Kode Pos 51161
Website: fuad.uingusdur.ac.id | Email : fuad@uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi saudara/i:

Nama : **KURNIA AHMAD AFANILLAH**

NIM : **3418058**

Judul Skripsi : **STRATEGI KOMUNIKASI PANDAWARA GROUP DALAM MENDORONG ISU KEBERSIHAN LINGKUNGAN MENJADI KEBIJAKAN PUBLIK**

yang telah diujikan pada Hari Kamis, 26 Juni 2025 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Dewan Penguji

Penguji I	Penguji II
M. Rikzam Kamal, M.Kom	**M. Fuad Al Amin, Lc. M.P.I**
NIP. 198812312019031011	**NIP. 19604152015031005**

Pekalongan, 2 Juli 2025

Disahkan Oleh

Dekan

Dr. Tri Astutik Haryati, M.Ag.

NIP. 197411182000032001

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap kedalam Bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap kedalam Bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

a. Konsonan

Fonem-fonem konsonan Bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	ṡ	es (dengantitik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ż	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	esdan ye
ص	Sad	Ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)

ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	Ain	’	Koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	`	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

b. Vokal

Vokal Tunggal	VokalRangkap	VokalPanjang
اَ=a		أ= ā
اِ= i	اَيْ= ai	إي= ī
اُ=u	اَوْ= au	أو= ū

c. Ta Marbutah

Ta marbutah hidup dilambangkan dengan /t/. Contoh:

مرأةجميلة ditulis *mar’atun jamīlah*

Ta marbutah mati dilambangkan dengan /h/. Contoh:

فاطمة ditulis *fāṭimah*

d. *Syaddad* (tasydid, geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi *syaddad* tersebut. Contoh:

ربنا ditulis *rabbanā*

البر ditulis *al-birr*

e. Kata sandang (artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh "huruf syamsiyah" ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, adalah /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu. Contoh:

الشمس	ditulis	*asy-syamsu*
الرجل	ditulis	*ar-rajulu*
السيدة	ditulis	*as-sayyidah*

Kata sandang yang diikuti oleh "huruf qamariyah" ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, adalah /l/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang. Contoh:

القمر	ditulis	*al-qamar*
البديع	ditulis	*al-badī'*
الجلال	ditulis	*al-jalāl*

f. Huruf hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostof /`/. Contoh:

أمرت	ditulis	*umirtu*
شيء	ditulis	*syai`un*

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah segala puji bagi Allah yang telah melimpahkan segala nikmat, karunia dan kasih sayangnya, sholawat serta salam penulis haturkan kepada junjungan kita Baginda Agung Nabi Muhammad SAW, sehingga penulis masih diberikan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini, sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar kesarjanaan. Dengan penuh ketulusan hati yang mendalam dari penulis setelah melalui berbagai tahapan dan proses yang saat ini telah selesai. Pada kesempatan ini penulis mempersembahkan skripsi ini kepada:

1. Kedua orang tua saya Bapak Zamroni dan Ibu Muryatun tercinta dan tersayang, yang selalu memberikan doa, kasih sayang, pengorbanan dan dukungan untuk menjadikan penulis sebagai orang yang lebih baik.
2. Untuk saudara kandung saya Muhammad Husen Subagya, Tuhfatul ibnu kamal dan Muhammad Ikhsan Nulhaq, yang selalu memberikan doa, dukungan dan semangat kepada saya.
3. Untuk saudara sepupu saya Muhammad Ulfan Bayu Adji, Khabibatuzzulfa dan Ahmiyya lahiqatinur yang selalu menghibur, dukungan dan semangat kepada saya.
4. Untuk Baitu Liza yang telah memberikan saran, dukungan, motivasi dan semangat tanpa lelah kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Untuk sahabat seperjuangan saya Dimas Zidane Nabil dan Royhan Muhammad Iqbal yang telah berjuang bersama dalam menyelesaikan masa perkuliahan.

6. Untuk sahabat saya Muhammad Fauzan, Dhaniansyah Rahmadiharjo, Melati Prasetia Dewi, Ika Susiana dan Afni Rivana yang telah memberikan saran, dukungan, doa dan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Untuk Aliansi Mahasiswa Jabodetabek UIN Pekalongan angkatan 2016-2018 yang telah menjadi bagian dari kehidupan perkuliahan.

MOTTO

“Tumbuhkan kesadaran dalam hati, dan biarkan kesadaran itu berkembang menjadi tindakan yang menyembuhkan dan melindungi”

ABSTRAK

Afanillah, Kurnia Ahmad. 2025. Strategi Komunikasi Pandawara Group Dalam Mendorong Isu Kebersihan Lingkungan Menjadi Kebijakan Publik Skripsi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Pembimbing Miftahul Huda, M. Sos

Kata Kunci : Strategi Komunikasi, Pandawara Group, Isu Kebersihan Lingkungan, Kebijakan Publik

Penelitian ini berjudul "Strategi Komunikasi Pandawara Group Dalam Mendorong Isu Kebersihan Lingkungan Menjadi Kebijakan Publik" dikarenakan isu kebersihan lingkungan menjadi masalah darurat bagi publik. Sehingga diperlukan strategi komunikasi untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terkait isu tersebut. Strategi komunikasi di media sosial yang menjadi sorotan dalam isu tersebut adalah konten TikTok dan Instagram Pandawara.

Dari konten media sosialnya, peneliti mencoba menganalisis strategi komunikasi yang dilakukan Pandawara Group agar bisa menjadi referensi bagi konten kreator lain dengan rumusan masalah "Bagaimana strategi komunikasi Pandawara Group dalam mendorong isu kebersihan lingkungan menjadi kebijakan publik?". Adapun tujuannya adalah mengetahui bagaimana strategi komunikasi Pandawara dalam mendorong kebersihan lingkungan menjadi kebijakan publik.

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan penelitian kualitatif dan jenis penelitiannya studi kasus (*case study*). Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori *agenda setting* milik Maxwell McCombs dan Donald Shaw untuk menganalisis strategi komunikasi Pandawara.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi Pandawara Group dalam mendorong isu kebersihan lingkungan menjadi kebijakan publik terbukti efektif dan efisien dengan menggabungkan visual yang kuat seperti *before-after* dan *time-lapse* dalam membersihkan lingkungan terkotor, narasi dan *caption* yang emosional, pemanfaatan media sosial yang viral, edukasi dan aksi nyata langsung, penyampaian Pandawara yang mudah dimengerti serta kerap kali humoris, dan mengajak partisipan aktif dengan menyantumkan lokasi spesifik. Dengan pendekatan komunikasi yang dilakukan dengan

partisipatif dan konsisten, Pandawara menjadikan isu kebersihan lingkungan menjadi prioritas publik dan secara tidak langsung mendorong kebijakan publik seperti *regulatory policy* (kebijakan regulasi) terkait regulasi larangan membuang sampah serta mendorong pemerintah daerah dan pusat membuat kebijakan baru untuk keberlangsungan kebersihan lingkungan.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT atas limpahan rahmat-Nya yang tak ternilai serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul "Strategi Komunikasi Pandawara Group Dalam Mendorong Isu Kebersihan Lingkungan Menjadi Kebijakan Publik". Penulisan skripsi ini disusun guna memenuhi tugas akhir dan salah satu syarat menyelesaikan studi program Strata Satu (S1), Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI), Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Universitas Islam Negeri (UIN) K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari tanpa adanya do'a, dukungan, bantuan, bimbingan dan nasehat dari berbagai pihak, selama penyusunan skirpsi ini. Oleh karena itu, perkenankan penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Zaenal Mustakim, M. Ag, selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Dr. Tri Astutik Haryati, M. Ag. selaku Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Mukoyimah, M. Sos. selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Dimas Prasetya, M. A. selaku Sekretaris Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

5. Dr. Tri Astutik Haryati, M. Ag. selaku Dosen Wali yang telah memberikan nasehat dan bimbingan selama ini.
6. Miftahul Huda, M. Sos selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Segenap Dosen dan Staff UIN K. H Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan segala bentuk kasih sayang selama menimba ilmu di UIN K. H Abdurrahman Wahid Pekalongan.
8. Bapak, Ibu, saudara dan teman-teman yang telah memberikan doa dan semangat sehingga terselesainya skripsi ini.
9. Semua pihak yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Dalam penulisan skripsi ini peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan kesalahan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat peneliti harapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan kontribusi bagi para pembaca pada umumnya, terlebih bagi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Pekalongan, 2 Juni 2025
Penulis

Kurnia Ahmad Afanillah
NIM. 3418058

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI ii
NOTA PEMBIMBING iii
LEMBAR PENGESAHAN iii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA v
PERSEMBAHAN viii
MOTTO x
ABSTRAK xi
KATA PENGANTAR xiii
DAFTAR ISI xv
DAFTAR GAMBAR xvii
BAB I 1
PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Rumusan Masalah 6
C. Tujuan Penelitian 7
D. Manfaat Penelitian 7
E. Tinjauan Pustaka 7
F. Kerangka Berpikir 15
G. Metode Penelitian 18
H. Sistematika Penulisan Skripsi 23
BAB II 24
STRATEGI KOMUNIKASI, STRATEGI MEDIA SOSIAL, TEORI *AGENDA SETTING*, MEDIA SOSIAL, KESADARAN ISU KEBERSIHAN LINGKUNGAN DAN KEBIJAKAN PUBLIK 24
A. Strategi Komunikasi 24
B. Media Sosial 30
C. Kesadaran Isu Kebersihan Lingkungan 35
D. Kebijakan Publik 37

BAB III 40
GAMBARAN UMUM PANDAWARA GROUP DAN STRATEGI KOMUNIKASI PANDAWARA GROUP DALAM MENDORONG ISU KEBERSIHAN LINGKUNGAN 40
A. Gambaran Umum 40
B. Strategi Komunikasi Pandawara Group melalui Media Sosial 46
C. Komunikasi Pandawara Group di Media Sosial Dalam Mendorong Isu Kebersihan Lingkungan 51
BAB IV 53
ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PANDAWARA GROUP DALAM MENDORONG ISU KEBERSIHAN LINGKUNGAN MENJADI KEBIJAKAN PUBLIK 53
A. Analisis Strategi Komunikasi Pandawara Dalam Mendorong Isu Kebersihan Lingkungan Menjadi Kebijakan Publik 53
BAB V 77
PENUTUP 77
A. Kesimpulan 77
B. Saran 77
DAFTAR PUSTAKA 79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kerangka Berpikir 17
Gambar 3. 1 Pandawara Group 40
Gambar 3. 2 MANAHRASA di Rancaekek Kulon, Kab. Bandung ... 43
Gambar 3. 3 Pembangunan Sekolah 44
Gambar 3. 4 AJARAKSA di SMP 2 Bandung 45
Gambar 3. 5 Pemasangan penghalang sampah 46
Gambar 3. 6 Before-after 47
Gambar 3. 7 Pencarian TikTok #OneDayOneTrashBag 48
Gambar 3. 8 @kknjoresan1 terinspirasi dari Pandawara 49
Gambar 3. 9 Fitur sorotan Instagram 49
Gambar 3. 10 Postingan Instagram 50
Gambar 4. 1 Pantai Teluk, Banten 57
Gambar 4. 2 Kolaborasi Pandawara dan Kreator lain 59
Gambar 4. 3 Diskusi di TikTok 65
Gambar 4. 4 Diskusi di Instagram 66
Gambar 4. 5 Pandawara Group dan Prabowo 71
Gambar 4. 6 Aksi Pandawara di Kampung Nelayan 71
Gambar 4. 7 Aksi Pandawara di Bendung Bugel 72
Gambar 4. 8 Rapat Prabowo dan jajarannya 74

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan industri dan jumlah masyarakat tiap tahun ke tahun terus meningkat. Seiring berkembangnya jumlah masyarakat tentu berpengaruh terhadap meningkatnya jumlah kebutuhan manusia. Berdasarkan Sumber Informasi Pengelolaan Sampah Nasional (SIPSN) sumber sampah paling besar pada tahun 2022 dari sampah rumah tangga adalah 38,38% dari keseluruhan jumlah sampah di Indonesia.[1] Jumlah sampah yang besar ini juga membuat tertumpuknya sampah hasil pakai masyarakat di lingkungan yang padat masyarakat dengan demikian maka banyak sampah yang tidak dapat tertampung jika penempatan pembuangan sampah sudah memenuhi kapasitas maksimal. Hal ini membuat sebagian masyarakat membuang sampah tidak pada tempatnya, baik di sungai, pekarangan, bahkan di pinggir jalan. Dengan berbagai sampah yang menumpuk bisa membuat lingkungan tercemar, menimbulkan penyakit, hingga bencana alam. Selain itu aktivitas masyarakat juga bisa terganggu dengan bau yang tidak sedap, maka dari itu diperlukan tindakan penanganan dan perhatian khusus bagi masyarakat setempat maupun pemerintah.

Dimana dalam Al-Quran diajarkan bahwa manusia dapat menimbulkan kerusakan bagi lingkungan akan tetapi hal ini bisa diperbaiki dengan tindakan-tindakan yang benar. Tertera dalam surat Ar-Rum: 41 sebagai berikut:

ظَهَرَ ٱلْفَسَادُ فِى ٱلْبَرِّ وَٱلْبَحْرِ بِمَا كَسَبَتْ أَيْدِى ٱلنَّاسِ لِيُذِيقَهُم بَعْضَ ٱلَّذِى عَمِلُوا۟ لَعَلَّهُمْ يَرْجِعُون

> *"Telah nampak kerusakan di darat dan di laut disebabkan karena perbuatan tangan manusia, supaya Allah merasakan kepada mereka sebahagian dari (akibat) perbuatan mereka, agar mereka kembali (ke jalan yang benar)"*. (QS. Ar-Rum: 41)

[1] SIPSN, "Sumber Sampah," *SIPSN*, last modified 2023, accessed October 7, 2023, https://sipsn.menlhk.go.id/sipsn/public/data/sumber.

Menurut Syaikh Prof. Dr. Wahbah Az-Zuhaili, pakar fiqih dan tafsir Negeri Suriah telah tampak kerusakan diberbagai hal seperti kegersangan, kekeringan, kebakaran, banjir, penyakit, kegelisahan dan ditawan oleh musuh akibat kemaksiatan dan dosa manusia. Supaya Allah membuat mereka merasakan balasan dari sebagian perbuatan mereka di dunia sebelum dihukum di akhirat dan supaya mereka bisa kembali dari kemaksiatan mereka dan bertaubat atas dosa-dosa (mereka).[2] Dalam hal ini kita sebagai umat manusia berperan penting dalam menjaga kelestarian lingkungan sebab kita akan merasakan sendiri dampak perbuatan karena melalaikan kebersihan lngkungan.

Peran pemerintah terkait permasalahan sampah salah satunya dengan mengeluarkan peraturan perundang-undangan tentang sampah dan kebersihan. Pemerintah telah mengeluarkan Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2008 tentang pengelolaan sampah.[3] Hal ini didasarkan oleh beberapa pertimbangan, diantaranya pertambahan masyarakat dan perubahan pola konsumsi masyarakat yang menimbulkan bertambahnya volume dan jenis sampah. Pengelolaan sampah selama ini juga belum sesuai dengan metode pengelolaan sampah yang berwawasan terkait lingkungan sehingga menimbulkan dampak negatif terhadap kesehatan masyarakat dan lingkungan. Sampah juga telah menjadi permasalahan nasional sehingga dalam pengelolaannya perlu mendapat perlakuan secara komprehensif dan terpadu. Sampah yang dikelola berdasarkan undang-undang tersebut terdiri dari sampah rumah tangga dan sampah spesifik.

Permasalahan lingkungan di Indonesia tidak bisa hanya diselesaikan dengan upaya penyelamatan dan tanggap terhadap bencana saja. Diperlukan kesadaran untuk secara bersama-sama menjaga lingkungan hidup. Dikutip dari Metrotnnews.com bahwa

---

[2] "Surat Ar-Rum Ayat 41," *TafsirWeb*, https://tafsirweb.com/7405-surat-ar-rum-ayat-41.html.

[3] BPK RI, "Undang-Undang (UU) No. 18 Tahun 2009," *2008*, last modified 2008, accessed October 24, 2024, https://peraturan.bpk.go.id/Details/39067/uu-no-18-tahun-2008.

tingkat ketidakpedulian terhadap lingkungan sangat tinggi menurut Pengendali Dampak Lingkungan Ahli Madya Direktorat Penanganan Sampah Dirjen PSLB3 Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan pada jumat, 4 Oktober 2024 sebagai berikut:

> *"Data Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan lebih dari 70% orang Indonesia ternyata tidak peduli sampah. Ini sangat elementer. Tapi inilah potret kebanyakan orang Indonesia itu tidak peduli sampah,"* kata Edward Nixon Pakpahan.[4]

Dengan demikian, diperlukan upaya yang lebih serius dalam membangun dan meningkatkan kepedulian manusia terhadap lingkungan agar tidak terus terjadi kerusakan dan penurunan kualitas lingkungan. Disinilah pentingnya komunikasi guna mengkomunikasikan kesadaran dan kepedulian masyarakat serta industri terhadap lingkungan. Diperlukan komunikasi terkait lingkungan sebagai upaya mengomunikasikan kelestarian lingkungan melalui strategi komunikasi terhadap lingkungan yang dapat membangun kesadaran dan kepedulian masyarakat dan pemerintah terhadap kebersihan lingkungan.

Meningkatkan kesadaran lingkungan bisa dilakukan dengan diri sendiri berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Straughan dan Robert menunjukkan bahwa segala sesuatu yang dipersepsikan konsumen tentang lingkungan akan memberikan wawasan terbesar pada kesadaran konsumen akan lingkungan.[5] Dalam hal ini diperlukan media komunikasi untuk menyadarkan sebagian masyarakat dengan media sosial. Media sosial bisa menjadi perantara untuk menyadarkan masyarakat tentang pentingnya menjaga

---

[4] Atalya Puspa, "70% Orang Indonesia Masih Tidak Peduli Masalah Sampah," *Metrotvnews.Com*, last modified 2024, accessed June 30, 2023, https://www.metrotvnews.com/read/NLMC2G9M-70-orang-indonesia-masih-tidak-peduli-masalah-sampah.

[5] M. F. Shellyana Junaedi, "Pengaruh Kesadaran Lingkungan Pada Niat Beli Produk Hijau: Studi Perilaku Konsumen Berwawasan Lingkungan," *Benefit: Jurnal Manajemen dan Bisnis* 9, no. 2 (2015): 191.

lingkungan. Meski terdapat berbagai macam tontonan baik untuk hiburan, pendidikan, dan masih banyak lagi lainnya. Media sosial bisa menjadi positif apabila para penggunanya memilah tontonan yang positif dan bermanfaat.

Secara global, *We Are Sosial* dan Meltwater dalam laporannya berpendapat jumlah pengguna internet di Indonesia tahun 2023 mencapai 212. 9 juta orang dan 167 juta orang atau 60.4% dari total pengguna internet memiliki akun media sosial.[6] Penggunaan media sosial bukanlah hal yang asing lagi bagi sebagian orang. Kian tahun media sosial banyak diminati anak-anak, remaja, bahkan dewasa sebagai sumber pengetahuan. Sangatlah penting bagi orang-orang untuk memberikan tontonan dan memilah yang ditonton karena ada banyak hal yang baik dan buruk di media sosial. Salah satu konten kreator yang memberikan dampak positif bagi masyarakat adalah Pandawara Group. Dengan maraknya pengguna akun media sosial, Pandawara Group hadir dengan konten membersihkan lingkungan di berbagai tempat seperti pantai, sungai, danau dan masih banyak lagi. Selain itu, Padawara Group kerap menegur dan mengajak mempedulikan kebersihan lingkungan melalui akun media sosial Pandawara Group.

Pandawara Group berisikan sekelompok remaja asal Bandung yang membersikan sampah dan dijadikan konten menarik di akun media sosial TikTok dengan jumlah *followers* 12,4 juta.[7] Tidak hanya itu sebagian *audiens* juga merespon baik apa yang dilakukan oleh Pandawara Group dengan berpatisipasi dalam membersihkan sampah. Dalam konten Padawara Group juga kerap mengajak masyarakat setempat sebelum dilakukannya kegiatan membersihkan lingkungan dan mendapat respon positif dari masyarakat, *followers*, pemerintah dan kerap kali berkolaborasi dengan konten kreator yang

---

[6] Roida Pakpahan and Donny Yoesgiantoro, "Analysis Of The Influence Of Flexing In Social Media On Community Life," *Journal of Information System, Informatics and Computing* 7, no. 1 (2023): 174.

[7] Pandawara Group, "Akun TikTok Pandawara Group," *@pandawaragroup*, last modified 2025, accessed May 3, 2025, https://www.tiktok.com/@pandawaragroup?lang=en.

lain. Konten Pandawara Group mampu memberikan dampak positif yang besar bagi masyarakat dan membuat lingkungan yang dihampiri menjadi lebih bersih. Akun media sosial Pandawara Group dapat menjadi contoh bagi para konten kreator untuk memberikan tontonan yang bermanfaat dan berdampak besar bagi masyarakat untuk ikut berpatisipasi dalam menjaga lingkungan. Tidak hanya mempengaruhi agenda publik Pandawara Group juga berpotensi mempengaruhi kebijakan publik.

Dikutip dari pandeglangkab.go.id tumpukan sampah yang terdapat dipesisir pantai Teluk Kecamatan Labuan dibersihkan oleh jajaran pemerintah daerah bersama Pandawara Group, beserta masyarakat pada senin 22 Mei 2023. Dalam aksi bersih – bersih pantai teluk tersebut, tampak hadir Bupati Pandeglang Irna Narulita didampingi Kapolres Pandeglang AKBP Belny Warlansyah. Dalam kesempatan tersebut, Perwakilan dari Pandawara Group Ikhsan mengatakan pantai teluk menjadi pantai dengan jumlah sampah paling banyak 1.200 karung sampah yang terkumpul. Adapun solusi untuk mengatasi permasalahan sampah ini, kata Ikhsan adalah sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat terkait menjaga kebersihan lingkungan. Ia berharap masyarakat semakin sadar agar tidak membuang sampah sembarangan dan membiasakan pola hidup sehat, selain itu sarana dan prasarana harus dipenuhi.[8]

Dikutip pada Kompas.tv pada 10 Juli 2023 melalui akun media sosialnya, Pandawara Group kelompok remaja pemerhati lingkungan mengajak warga untuk ikut membersihkan Pantai Sukaraja sebagai pantai terkotor ke 2 se-Indonesia versi mereka yang berada di kawasan Jalan Ikan Selar Teluk Betung Bandar Lampung. Dalam aksi bersih-bersih Pantai Sukaraja, Pemerintah Kota Bandar Lampung bersama Satuan TNI Polri juga ikut turun ke lokasi dengan membawa sejumlah alat berat untuk mempermudah proses pembersihan. Dari data yang di unggah di media sosial pandawara gruoup, ada sekitar

[8] "Pemkab Pandeglang, Pemprov Banten Bersama Pandawara Group Dan Warga Bersihkan Sampah Dipesisir Pantai Teluk," *Pandeglangkab.Go.Id*, last modified 2023, accessed January 3, 2025, https://pandeglangkab.go.id/2023/07/09/pemerintahan/5202/.

3.700 warga yang ikut dalam aksi pembersihan sampah di Pantai Sukaraja Bandar Lampung dan mampu mengangkat sampah sekitar 300 ton yang selanjutnya dibawa ke tempat pembuangan akhir.[9] Dalam kutipan diatas bisa dikatakan bahwa bentuk kebijakan publik terpengaruh pada pesan kebersihan lingkungan yang dilakukan Pandawara Group.

Dari konten media sosial Pandawara Group ini, peneliti mencoba menganalisis strategi komunikasi yang dilakukan Pandawara Group agar bisa menjadi referensi bagi konten kreator lain. Khususnya bagi program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam bisa menjadi salah satu metode yang baru dan mampu menarik minat mayarakat serta pemerintah dalam menjaga kebersihan lingkungan, hal yang membedakan dengan konten kreator lain adalah tindakan yang dilakukan oleh kreator tidak hanya mengajak dalam kebersihan lingkungan saja akan tetapi juga ikut terjun langsung ke lokasi untuk membersihkan. Tidak hanya itu kreator juga mampu berdampak besar mengajak masyarakat, *followers*, *konten kreator*, pemerintah, lembaga masyarakat dan lain-lainnya untuk berpatisipasi dalam membersihkan lingkungan. Maka dari itu peniliti tetarik dan ingin mengetahui strategi komunikasi yang dilakukan dengan judul "STRATEGI KOMUNIKASI PANDAWARA GROUP DALAM MENDORONG ISU KEBERSIHAN LINGKUNGAN MENJADI KEBIJAKAN PUBLIK"

B. Rumusan Masalah

Bagaimana strategi komunikasi Pandawara Group dalam mendorong isu kebersihan lingkungan menjadi kebijakan publik?

[9] Kompastv Lampung, "Pandawara Group Dan Ribuan Warga Bersihkan Pantai Di Lampung," *Kompas.Tv*, last modified 2023, accessed December 3, 2025, https://www.kompas.tv/regional/424527/pandawara-group-ribuan-warga-bersihkan-pantai-di-lampung.

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penilitian yang akan dilakukan adalah untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi Pandawara Group dalam mendorong isu kebersihan lingkungan menjadi kebijakan publik.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Peneliti berharap dengan adanya penelitian ini bisa memberikan ilmu pengetahuan dan wawasan terutama di bidang fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah, adalah analisis strategi komunikasi dan *agenda setting* akun media sosial Tiktok dan Instagram Pandawara Group dalam mendorong isu kebersihan lingkungan menjadi kebijakan publik.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi peneliti lain, penelitian ini sebagai bahan referensi yang nantinya dapat memberikan perbandingan dalam mengadakan penelitian lebih lanjut di lain waktu kedepan.
b. Bagi fakultas, penelitian ini diharapkan dapat menambah dan memperluas khazanah penelitian yang ada serta dapat dijadikan sebagai tambahan literatur bagi mahasiswa.
c. Bagi masyarakat setempat, penelitian diharapkan dapat menambah informasi dan pengetahuan.

E. Tinjauan Pustaka

1. Kajian Teori

a. Strategi Media Sosial

Menurut Quesenberry strategi media sosial adalah pemanfaatan teknologi berbasis komputer yang berkemungkinan pembentukan dan berbagi informasi, ide, serta berbagai wujud ekspresi lain dengan komunitas dan jaringan virtual. Strategi media sosial dapat berkembang seiring zaman saat orang menambah, mengurangi, mengoreksi, dan biasanya memperselisihkan isi dari konten media sosial itu sendiri, media sosial telah berkembang baik dalam jumlah maupun perhatian,

menggeser konten dari model konvensional yang intinya pada penerbit ke model yang intinya pada seorang pengguna, dari pernyataan tersebut dapat dipahami bahwa strategi media sosial adalah sebuah cara atau taktik untuk menjalankan sebuah *promotion strategy* dan pemasaran melalui *media social*.[10]

b. Media Sosial

Media sosial adalah jenis media *online* yang memungkinkan orang berpartisipasi, berbagi dan membuat konten dengan mudah. Beberapa contoh media sosial termasuk blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial, dan wiki adalah jenis media sosial yang paling banyak digunakan oleh orang di seluruh dunia. Menurut pendapat lain, media sosial adalah media *online* yang membantu orang berinteraksi satu sama lain dan menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi diskusi interaktif.[11]

Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai

> *"sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content*".[12]

Beberapa karakteristik media sosial termasuk partisipasi aktif, yang memungkinkan pengguna lain untuk berkontribusi dan menerima umpan balik dari pengguna memiliki ketertarikan, keterbukaan, percakapan dua arah, komunitas, dan keterhubungan.

---

[10] Keith A Quesenberry, *Social Media Strategy: Marketing, Advertising, and Public Relations in the Consumer Revolution* (Rowman and Littlefield, 2020).

[11] Ahmad Rafiq, "Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat," *Global Komunika: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik* 3, no. 1 (2020): 19.

[12] Andreas M Kaplan and Michael Haenlein, "Social Media: Back to the Roots and Back to the Future," *Journal of systems and information technology* 14, no. 2 (2012): 101–104.

c. Kesadaran Isu Kebersihan Lingkungan

Pengembangan kesadaran akan pentingnya lingkungan adalah sebuah proses perjalanan yang harus dirintis demi keberlangsungan hidup pada generasi berikutnya agar tidak terancam akibat perilaku manusia yang tidak bertanggungjawab dewasa ini. Kesadaran lingkungan akan tercapai jika pembentukanya diupayakan sejak dini secara terus-menerus melalui sebuah pembiasaan. Menurut Jufri dikutip dari jurnal Endang Syarif Narulloh langkah strategis dalam penanaman kesadaran lingkungan dilakukan melalui pendidikan lingkungan.[13]

Menurut Soerjani penelaahan terhadap sikap dan perilaku manusia, dengan segenap tanggung jawab dan kewajiban maupun haknya untuk mencermati tata lingkungan dengan sebaik-baiknya.[14] Salim juga berpendapat dalam jurnal Achmad Afandi, dkk sebagai berikut:

> *"Segala benda, kondisi, keadaan dan pengaruh yang terdapat dalam ruang yang kita tempati dan mempengaruhi hal-hal yang hidup, termasuk kehidupan manusia."*

Menurut Poerwadar Minta dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia (KBBI) dikutip dari jurnal Achmad Afandi, dkk istilah lingkungan berarti bulatan yang melingkung (melingkari) lingkaran atau sekalian yang terlingkung dalam suatu daerah dan juga berpendapat bahwa kesadaran lingkungan adalah pengertian yang mendalam pada seseorang atau

---

[13] Endang Syarif Nurulloh, "Pendidikan Islam Dan Pengembangan Kesadaran Lingkungan," *Jurnal Penelitian Pendidikan Islam* 7, no. 2 (2019): 237.

[14] Soerjani, *Lingkungan Hidup (The Living Environment) Pendidikan, Pengelolaan Lingkungan Dan Kelangsungan Pembangunan (Education, Environmental Management And Sustainable Development)*, *Institut Pendidikan Dan Pengembangan Lingkungan* (Jakarta, 2007).

sekelompok orang yang terwujud dalam pemikiran, sikap dan tingkah laku yang mendukung pengembangan lingkungan.[15]

d. Kebijakan Publik

Menurut H. Heclo "*policy is not self evident term"* (kebijakan bukanlah suatu istilah" kebijakan bukanlah sebuah istilah yang jelas dengan sendirinya), kebijakan itu lebih baik jika dipandang sebagai tindakan yang sengaja dilakukan atau ketidakmauan melakukan tindakan secara sengaja dari pada dipandang sebagai keputusan tertentu.[16] Sedangkan Carl Friedrich mengartikan kebijakan sebagai serangkaian tindakan yang diusulkan oleh seseorang, kelompok atau pemerintah dalam suatu lingkungan tertentu dengan menunjukan hambatan dan kesempatan-kesempatan terhadap pelaksanaan usulan kebijakan tersebut dalam rangka mencapai tujuan tertentu.[17] Publik berasal dari kata *public*, dapat dipahami sebagai negara, pemerintah, rakyat, masyarakat, umum dan publik. Keanekaragaman pengunaankata publik misalnya pada *public opinion*, yang berarti pendapat umum. *Public administrasion*, adalah administrasi negara. *Public policy*, menjadi kebijakan tujuannya. Optimalisasi kepentingan dan effisiensi adalah inti dari teori *rational choice*.[18]

2. Penelitian Relevan

Penelitian pertama berjudul Strategi Komunikasi Persuasif Pandawara Group Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Indonesia Terhadap Kebersihan Lingkungan Melalui Media

---

[15] Achmad Afandi, Amos Neolaka, and Rosmawita Saleh, "Kesadaran Lingkungan Masyarakat Dalam Pemeliharaan Taman Lingkungan Di Jakarta Pusat," *Menara: Jurnal Teknik Sipil* 7, no. 1 (2012): 56.

[16] H. Hugh Heclo, "Policy Analysis," *British Journal of Political Science* 1 (1972): 83–108.

[17] Carl J. Friedrich, "Political Decision-Making, Public Policy and Planning," *Canadial Public Administration* 14, no. 1 (1971): 1–15.

[18] Ratih Puspita, "Analisis Penyusunan Agenda Kebijakan Publik (Studi Kajian Agenda Penusunan Kebijakan Penyelesaian Pelanggaran RT RW Oleh Industri CV. EVERGREEN INDOGARMENT)," *Jurnal of Politic Government Studies* 85, no. 1 (2016): 9.

Sosial.[19] Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proses dan hasil dari strategi komunikasi persuasif Pandawara Group dalam meningkatkan kesadaran masyarakat Indonesia terhadap kebersihan lingkungan melalui media sosial, penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Teori komunikasi yang digunakan adalah teori komunikasi persuasif. Berdasarkan hasil penelitian Pandawara Group perlu memfokuskan target *audiensce*, jangkauan konten, dan inkonsistensi dalam meperlihatkan *brand image*. Untuk merancang komunikasi persuasif diperlukan *brand image* di media sosial agar mencapai dampak yang besar dalam meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap keberhasilan lingkungan.

Persamaan penelitian ini dengan yang diteliti adalah objek penelitian Pandawara Group sebagai penyampai pesan kebersihan lingkungan, persamaan metode penelitian kualitatif, dan persamaan tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui strategi komunikasi Pandawara Group untuk menyampaikan pesan kesadaran terhadap kebersihan lingkungan. Perbedaan penelitian ini dengan yang diteliti adalah teori yang digunakan yaitu teori persuasif untuk mengetahui strategi komunikasi Pandawara, sedangkan penelitian yang diteliti menggunakan teori *agenda setting* untuk mengetahui strategi komunikasi Pandawara dan perbedaan lainnya adalah tujuan penelitian untuk mengetahui strategi komunikasi Pandawara Group dalam mendorong isu kebersihan lingkungan menjadi kebijakan publik, tidak hanya meningkatkan kesadaran masyarakat saja melainkan pemerintah juga.

Penelitian kedua berjudul Kampanye Media Sosial TikTok @PandawaraGroup Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Menjaga Kebersihan Lingkungan.[20] Penelitian ini bertujuan untuk

---

[19] Jonathan Diven Setiawan, "Strategi Komunikasi Persuasif Pandawara Group Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Indonesia Terhadap Kebersihan Lingkungan Melalui Media Sosial" (UPN VETERAN JAWA TIMUR, 2024).

[20] Muhammad Yusril Ali, Novita Damayanti, and Novalia Agung Wardjito Ardhoyo, "Kampanye Media Sosial Tiktok@ Pandawaragroup Dalam Meningkatkan

menganalisis kampanye media sosial Instagram dan TikTok @PandawaraGroup dalam meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap kebersihan lingkungan serta hambatan yang didapati dalam upaya melakukan kampanye di media sosial Instagram dan TikTok @PandawaraGroup kesadaran masyarakat menjaga kebersihan lingkungan, penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Teori yang digunakan adalah 10 tahapan *public relations* dan *new media*. Berdasarkan hasil penelitian kampanye digital yang dilakukan oleh Pandawara Group memiliki keunggulan dalam segi visual dikarenakan Padawara Group mempunyai keahlian dalam foto dan *videography*.

Strategi yang digunakan dalam kampanye digital Pandawara Group melibatkan identifikasi unsur-unsur persuasif dan edukatif yang relevan dengan *audiens*s sasaran, serta penyampaian pesan-pesan yang kredibel. Kempanye digital Pandawara Group memiliki taktik berupa penyampaian pesan yang tidak menyalahkan pihak manapun, penggunaan data, dan mempertimbangkan kekuatan tim, kreatifitas, dan kemampuan pelaksana. Berdasarkan pemaparan diatas, persamaan penelitian dengan yang diteliti adalah objek penelitian Pandawara Group, persamaan metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif deskriptif, persamaan tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui strategi Pandawara menyampaikan pesan kesadaran masyarakat terhadap lingkungan. Perbedaan penelitian dengan yang diteliti adalah subjek penelitian strategi kampanye sedangkan penelitian ini bersubjek strategi komunikasi, perbedaan teori komunikasi yang digunakan yaitu 10 tahapan *public relations* dan *new media,* sedangkan penelitian ini menggunakan teori *agenda setting* untuk mengetahui strategi Pandawara dalam menyampaikan pesan, dan perbedaan lainnya ada di tujuan penelitian yaitu tidak hanya meningkatkan kesadaran terhadap lingkungan tetapi juga mendorong isu kebersihan lingkungan menjadi kebijakan publik.

Kesadaran Masyarakat Menjaga Kebersihan Lingkungan," *Jurnal Cyber PR* 3, no. 2 (2023): 96.

Penelitian ketiga berjudul Pengaruh Konten TikTok terhadap Perubahan Perilaku Menjaga Kebersihan *Followers* Pandawara Group.[21] Penelitian ini betujuan untuk mengurangi sampah dan mengharapkan kesadaran menjaga kebersihan masyarakat Indonesia tertanam sebagai upaya penanganan peristiwa penumpukan sampah. Teori yang digunakan adalah teori komunikasi persuasif, *new media*, dan teori perilaku terencana sebagai indentifikasi penelitian, penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Berdasarkan hasil penelitian hasil olahan data berpendapat hubungan antara usia dan pengambilan sikap menjaga kebersihan sampel penelitian ini berkorelasi kuat, bersifat searah dan positif, dengan kata lain penelitian ini mengatakan semakin bertambah dewasa seseorang akan meningkatakan angka pengambilan sikap menjaga kebersihan atau terjadinya *behaviour change*.

Persamaan penelitian dengan yang diteliti adalah objek penelitian yaitu Pandawara Group dan persamaan tujuan penelitian yaitu kesadaran terhadap lingkungan. Perbedaan dengan yang diteliti adalah subjek penelitian yaitu pengaruh akun TikTok Pandawara terhadap perubahan perilaku, sedangkan penelitian yang diteliti oleh peneliti bersubjek strategi komunikasi Pandawara, perbedaan metode penelitian yaitu kuatitatif deskriptif, sedangakn penelitian yang diteliti menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, perbedaan lainnya adalah tujuan penelitian dimana tujuan penelitian ini adalah mengetahui hasil pengaruh akun TikTok Pandawara dengan angka, sedangkan penelitian yang ditekiti untuk mengetahui strategi komunikasi Pandawara, dan perbedaan juga terdapat di teori yang digunakan yaitu teori komunikasi persuasif, *new media*, dan teori perilaku terencana, sedangkan teori yang digunakan penelitian ini adalah teori *agenda setting*.

---

[21] Gabriella Yosiana Bernadeth and Ahmad Junaidi, "Pengaruh Konten TikTok Terhadap Perubahan Perilaku Menjaga Kebersihan *Followers* Pandawara Group," *Koneksi* 8, no. 1 (2024): 187.

Penelitian keempat berjudul Strategi Kampanye Kebersihan Lingkungan Oleh Pandawara Group Melalui Media Tiktok.[22] Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan terkait strategi yang digunakan Pandawara Group dalam melakukan kampanyenya, penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Teori komunikasi yang digunakan adalah teori komunikasi aksi sosial. Berdasarkan hasil penelitian peningkatan kesadaran masyarakat adalah kunci untuk mengubah perilaku dan menciptakan kebiasaan yang ramah lingkungan. Program pendidikan dan kampanye sosialisasi di sekolah, komunitas, dan media sosial dapat membentuk pemahaman yang lebih dalam tentang konsekuensi dari sampah yang tidak terkelola dengan baik. Edukasi harus dilakukan dalam aksi nyata dan memerlukan kolaborasi yang konklusif antara masyarakat, pemerintah, dan instansi lainnya.

Persamaan penelitian ini dengan yang di teliti adalah objek penelitian yaitu Pandawara Group, persamaan metode penelitian kualitatif deskriptif, dan persamaan tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui strategi komunikasi Pandawara untuk meingkatkan kesadaran masyarakat terhadap lingkungan. Perbedaan penelitian dengan yang diteliti adalah teori yang digunakan yaitu teori komunikasi aksi sosial, sedangkan penelitian yang diteliti menggunakan teori *agenda setting* dan perbedaan tujuan penelitian lainnya dengan penelitian inii yaitu strategi komunikasi Pandawara dalam mendorong isu kebersihan lingkungan menjadi kebijakan publik.

Penelitian kelima berjudul Gerakan Sosial Komunitas Lingkungan Pandawara Group Dalam Meningkatkan Kepedulian Masyarakat Terhadap Lingkungan.[23] Penelitian ini bertujuan untuk

---

[22] Aulia Shabrina, Kharisma Nuraini, and Athallah Naufal, "Strategi Kampanye Kebersihan Lingkungan Oleh Pandawara Group Melalui Media Tiktok," in *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (SNIIS)*, vol. 2, 2023, 1544.

[23] Michelle Avrellia Maghdalena, "Gerakan Sosial Komunitas Lingkungan Pandawara Group Dalam Meningkatkan Kepedulian Masyarakat Terhadap Lingkungan" (Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia, 2023).

mengetahui orientasi dari gerakan sosial yang dilakukan oleh komunitas Pandawara Group dan juga respon dari *followers* media sosial Pandawara Group akan hadirnya komunitas tersebut, penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan metode studi kasus. Teori komunikasi yang digunakan berupa teori komunikasi aksi sosial. Berdasarkan hasil penelitian pada aksi gerakan sosial komunitas lingkungan Pandawara Group dalam meningkatkan kepedulian masyarakat terhadap lingkungan dapat disumpulkan beberapa bagian: 1) Pada gerakan sosial yang dilakukan oleh komunitas Pandawara Group ditemukan bahwa orientasi dari gerakan ini mengarah pada gerakan lingkungan. 2) Respon yang diberikan oleh *followers* media sosial Pandawara Group cukup beragam adalah terdiri dari respon kognitif, respon afektif, dan respon psikomotorik.

Persamaan penelitian dengan yang diteliti adalah objek penelitian yaitu Pandawara Group, dan persamaan metode penelitian yaitu kualitatif. Perbedaan penelitian dengan yang diteliti adalah subjek penelitian yaitu gerakan sosial pandawara sedangkan penelitian peneliti strategi komunikasi Pandawara, perbedaan tujuan penelitian yaitu bertujuan untuk mengetahui orientasi dari gerakan sosial yang dilakukan oleh komunitas Pandawara Group dan juga respon dari *followers* media sosial Pandawara Group akan hadirnya komunitas tersebut sedangkan penelitian peneliti untuk mengetahui strategi komunikasi Pandawara dalam mendorong isu kebersihan lingkungan menjadi kebijakan public, dan perbedaan teori yang digunakan yaitu teori komunikasi aksi sosial sedangankan penelitian peneliti menggunakan teori *agenda setting*.

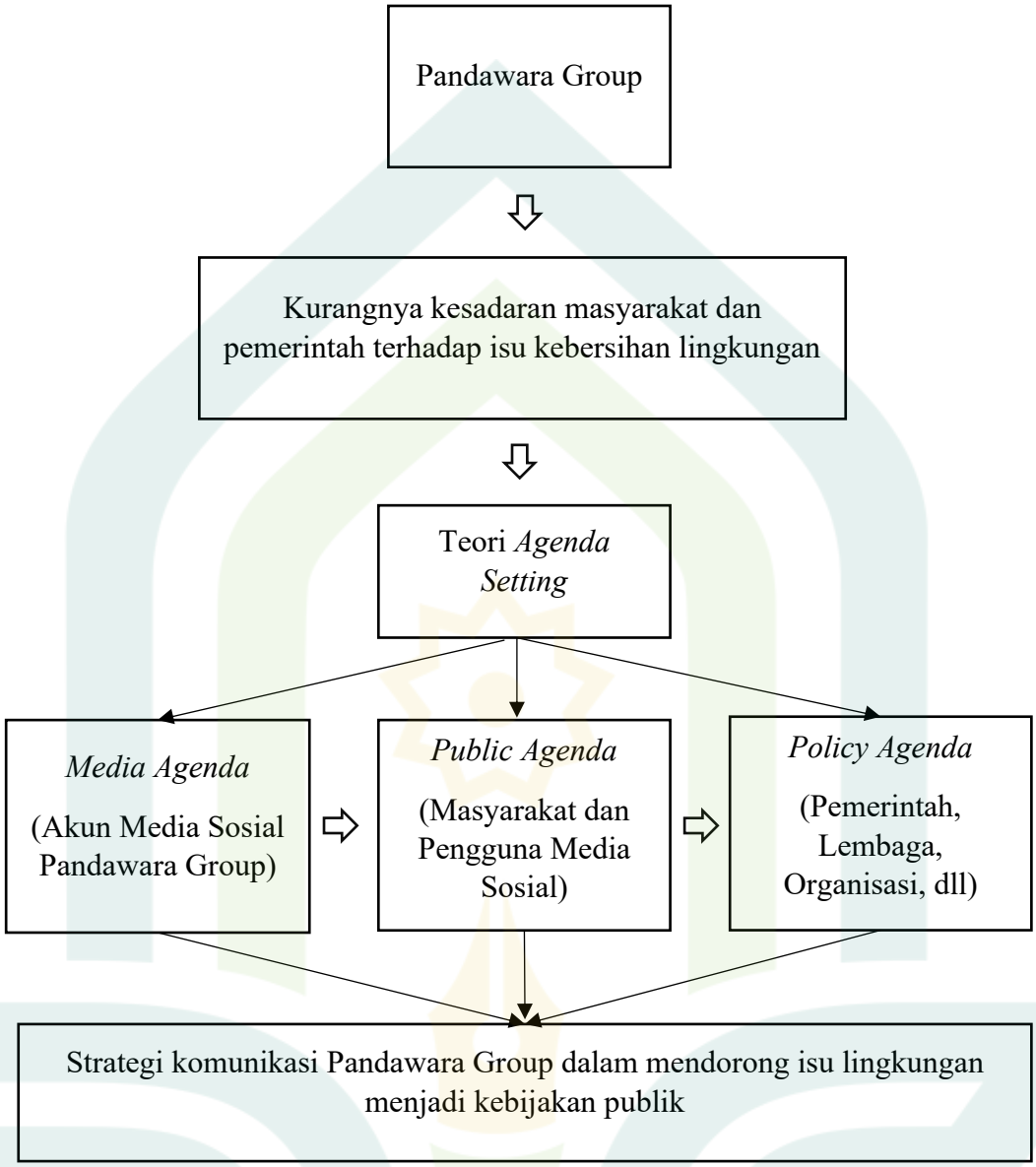
F. Kerangka Berpikir

Pada dasarnya media sosial juga berdampak baik di kalangan masyarakat. Akan tetapi, masih banyak orang yang kurang memanfaatkan media sosial untuk hal positif melainkan hanya sebatas hiburan semata. Berdasarkan temuan peneliti, kesadaran masyarakat

mengenai kebersihan lingkungan juga bisa ditingkatkan dengan adanya media sosial. Salah satu konten yang menarik minat akan kesadaran lingkungan dan memberikan dampak positif adalah Pandawara Group. Untuk menanamkan nilai akan kesadaran lingkungan, Pandawara Group membuat konten membersihkan sampah di lingkungan dan mengajak masyarakat, *followers*, dan lain-lain lewat akun media sosial Pandawara Group untuk ikut berpartisipasi dalam kegiatan tersebut. Hal itu bisa diterapkan dengan adanya komunikasi yang dilakukan Pandawara Group di akun media sosial TikTok mereka. Adapun teori yang digunakan peneliti untuk meneliti komunikasi Pandawara Group adalah teori *agenda setting* dengan harapan bisa mengetahui strategi komunikasi Pandawara Group agar bisa digunakan khalayak dalam menyampaikan pesan positif.

Dalam penelitian ini peneliti menerapkan teori *agenda setting* dengan proses sebagai berikut: *Pertama. Media agenda* atau agenda media setting adalah studi yang menekankan pada konten media yang berhubungan dengan isu, seleksi, dan penekanan. *Kedua, Public agenda setting* atau agenda publik adalah agenda publik yang memahami bagaimana opini publik dipengaruhi oleh konten media. *Ketiga, Policy agenda setting* atau agenda kebijakan berkaitan dengan relasi antara opini publik pada kebijakan elite, keputusan dan aksi.[24] Dengan penggunaan teori tersebut dapat mencapai tujuan Pandawara Group adalah kesadaran masyarakat terhadap lingkungan dan mengetahui strategi komunikasi Pandawara Group dalam mendorong isu kebersihan lingkungan menjadi kebijakan publik.

[24] Erwan Efendi et al., "Teori Agenda Setting," *Jurnal Pendidikan Tambusai* 7, no. 1 (2023): 1716.



Gambar 1. 1 Kerangka Berpikir

G. Metode Penelitian

1. Pradigma Penelitian

Pada penelitian yang diteliti ini, peneliti menggunakan pradigma *post positivisme*. Pradigma *post positivisme* berpendapat bahwa realitas memang nyata sesuai hukum alam. tetapi manusia tidak selalu mutlak memperoleh kebenaran jika selalu berjarak dan tidak terlibat dengan realitasnya.[25] Penelitian ini menggunakan cara berpikir yang subjektif. Kebenaran subjektif dan tergantung pada konteks *value*, kultur, tradisi, kebiasaan dan keyakinan. Natural dan lebih manusiawi. *Post positivisme* adalah pemikiran yang menggugat asumsi dan kebenaran positivisme. Dapat dikatakan bahwa *post positivisme* sebagai reaksi terhadap *positivisme*. Menurut pandangan *post positivisme*, kebenaran tidak hanya satu tetapi lebih kompleks, sehingga tidak dapat diikat oleh satu teori tertentu saja.

Peneliti menggunakan *post positivisme* untuk mengetahui pola komunikasi antara Pandawara Group dan masyarakat mengenai kesadaran lingkungan secara perbuatan dan respon pada akun media sosial Instagram dan TikTok Pandawara Group. Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menghasilkan data yang diperlukan peneliti untuk diungkapkan.

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah pendekatan penelitian kualitatif dan jenis penelitian yang dilakukan adalah jenis penelitian deskriptif. Bahwa menurut Bogdan dan Taylor yang dikutip oleh Moleong berpendapat bahwa metode penelitian kualitatif adalah sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.[26] Dengan konteks penelitian ini dalam memperoleh sebuah data tidak diwujudkan dalam berbentuk angka, melainkan lisan dan tulisan

---

[25] M E Herawati, "Strategi Kreatif Program Shopee Liga 1 Di Indosiar," *KALBISIANA Jurnal Sains, Bisnis dan Teknologi* 8, no. 2 (2022): 1718.

[26] Lexy J. Moleong, "Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi," *Remaja Rosdakarta* (2007): 56.

adalah wawancara melalui *audiens* konten Pandawara Group, komentar akun media sosial Instagram dan TikTok Pandawara Group dan dokumen-dokumen pendukung lainnya.

3. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian studi kasus deskriptif. Mudjia Rahardjo mengemukakan, *case study* adalah suatu serangkaian kegiatan ilmiah yang dilakukan secara intensif, terinci dan mendalam tentang suatu program, peristiwa, dan aktivitas, baik pada tingkat perorangan, sekelompok orang, lembaga, atau organisasi untuk memperoleh pengetahuan mendalam tentang peristiwa tersebut. , secara umum studi kasus memiliki karakteristik dalam pertanyaan penelitian yang diawali dengan kata "*how*" or "*why*." . Pertanyaan penelitian yang memakai *case study* akan berfokus pada sejumlah kejadian yang sedang diteliti dan mencari hubungannya. Penelitian studi kasus (*case study*) adalah salah satu bentuk penelitian kualitatif yang berbasis mengenai kejadian atau situasi pemahaman dan perilaku manusia berdasarkan pada opini manusia.

Menurut Yin dalam jurnal Muhammad Wahyu Ilhami, metode penelitian studi kasus adalah strategi yang tepat untuk digunakan dalam penelitian yang menggunakan pokok pertanyaan penelitian *how* atau *why*, sedikit waktu yang dimiliki peneliti untuk mengontrol peristiwa yang diteliti, dan fokus penelitiannya adalah peristiwa kontemporer, untuk melacak peristiwa kontemporer.[27] Pada metode studi kasus, peneliti fokus kepada desain dan pelaksanaan penelitian. Studi kasus sebagai bagian metode penelitian memberikan kerangka tertentu pada tahapan-tahapan prosesnya, dianataranya, menentukan tema dan subjek penelitian, menentukan tempat, menentukan metode yang akurat, menentukan teknik pengumpulan data yang relevan, menganalisis hasil data yang di peroleh dari subjek penelitian, membuat kesimpulan dan laporan penelitian. Hasil temuan dapat di katakan ilmiah jika

[27] Muhammad Wahyu Ilhami et al., "Penerapan Metode Studi Kasus Dalam Penelitian Kualitatif," *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 10, no. 9 (2024): 463–464.

memenuhi standar objektif, sistematik dan mengikuti prosedur ilmiah.

4. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dari penelitian ini adalah Pandawara Group sendiri yang terdiri dari Ikhsan Destian, Gilang Rahma, Muhammad Rifqi, Rafly Pasya, dan Agung Permana. Sedangkan, objek dari penelitian ini adalah strategi komunikasi konten akun media sosial Instagram dan TikTok Pandawara Group dalam mendorong isu kebersihan lingkungan menjadi kebijakan publik.

5. Sumber Data

Dalam pencarian sumber informasi dan penggalian data, terdapat dua jenis data yang dibutuhkan adalah data primer dan data sekunder. Dalam penelitian ini sumber data yang dibutuhkan disesuaikan dengan hasil atau tujuan penelitian ini.

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber asli dan tidak melalui perantara. Sumber penelitian primer diperoleh para peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian.[28] Adapun data primer dari penelitian ini adalah konten akun media sosial Instagram dan TikTok dari Pandawara Group.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari bukti-bukti pendukung. Data ini bisa diperoleh dari berbagai macam literasi strategi komunikasi dan teori *agenda setting* atau buku-buku dan sumber lain yang berhubungan serta memiliki relevansi dengan penelitian ini.

6. Teknik pengumpulan data

Pengumpulan data adalah langkah yang sangat penting dalam penelitian, karena itu seorang peneliti harus terampil dalam mengumpulkan data agar memperoleh data yang valid. Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar

[28] Sopiah Etta Mamang, Sangadji, "Metodologi Penelitian-Pendekatan Praktis Dalam Penelitian," *CV Andi Offset* (2020): 171.

untuk memperoleh data yang diperlukan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Wawancara

Wawancara (*interview*) dapat diartikan sebagai cara yang dipergunakan untuk memperoleh informasi (data) dari responden dengan cara bertanya langsung secara bertatap muka. Akan tetapi, teknik wawancara ini dalam perkembangannya tidak harus dilakukan secara berhadapan langsung, melainkan dapat saja memanfaatkan sarana komunikasi lain, misalnya telepone dan internet. Metode wawancara yang digunakan penulis ini adalah wawancara berencana (*standartdized interview*) dan wawancara tidak terencana (*unstandardized-interview*).

Dalam mempersiapkan wawancara berencana, pewawancara harus membuat *interview guide* yang digunakan sebagai pedoman saat melaksanakan wawancara. Sementara dalam wawancara tidak terencana, peneliti tidak harus terpaku pada sistematika daftar pertanyaan agar memperoleh informasi secara bebas dan mendalam. Peneliti akan mewawancarai para *followers* dan *audiens* konten media sosial Instagram dan TikTok Pandawara Group terkait konten Pandawara Group.

b. Observasi

Observasi atau pengamatan dilakukan secara non partisipatif (*Non Participant* Observation) adalah observasi yang dilakukan dengan tidak terjun langsung ke lokasi penelitian tetapi tetap memperhatikan dan berpedoman terhadap tujuan penelitian. Manfaat menggunakan observasi non partisipatif bagi peneliti adalah memperoleh data yang dibutuhkan berupa informasi yang menyeluruh dan mendalam. Hal yang di observasi peneliti berupa konten media sosial Instagram dan TikTok Pandawara Group dan wawancara yang pernah dilakukan di media sosial oleh Pandawara Group.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah bagian dari penggalian informasi. Teknik dokumentasi tidak kalah penting dari metode-metode lain, dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang diperoleh melalui media *online*. Dokumen ini adalah setiap bahan tertulis atau film yang tidak dapat dipisahkan karena ada permintaan seseorang peneliti. Sehingga dokumen dapat berupa catatan, buku, teks, jurnal, makalah, nemo, surat notulensi rapat dan sebagainya. Dokumentasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini dikarenakan peneliti akan mendokumentasikan kegiatan yang diamati di akun media sosial Instagram dan TikTok Pandawara Group berupa foto dan tangkap layar (*Screenshot*) dengan tujuan agar data yang diperoleh terpercaya.

7. Teknik Analisa Data

Analisis data menurut Sugiyono dikutip dari jurnal Sirajuddin Saleh adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan bahan-bahan lain sehingga dapat mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.[29] Peneliti melakukan proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya dalam suatu pola kategori dalam uraian dasar. Analisis data dalam penelitian kualitatif didalamnya mencakup proses identifikasi, klasifikasi, reduksi, komparasi dan interpretasi. Kesemuannya ini didalam kerangka triangulasi. Triangulasi yang digunakan adalah triangulasi data (tringulasi sumber), peneliti mengumpulkan data dan menggunakan beragam sumber data yang tersedia. Data atau informasi yang terkumpul selanjutnya dituangkan dalam bentuk laporan dan setelah itu dianalisa

[29] Sirajuddin Saleh, "Analisis Data Kualitatif," *Pustaka Ramadhan* 1 (2017), https://core.ac.uk/download/pdf/228075212.pdf.

H. Sistematika Penulisan Skripsi

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan hal-hal yang akan dibahas dalam skripsi. Berisi judul, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka dan metode penelitian.

BAB II STRATEGI KOMUNIKASI, STRATEGI MEDIA SOSIA, *AGENDA SETTING,* MEDIA SOSIAL, KESADARAN ISU KEBERSIHAN LINGKUNGAN DAN KEBIJAKAN PUBLIK

Bab ini terdiri dari teori-teori yang digunakan seperti pengertian strategi komunikasi, strategi media sosia, *agenda setting*, media sosial, kesadaran isu kebersihan lingkungan dan kebijakan publik.

BAB III STRATEGI KOMUNIKASI PANDAWARA GROUP DALAM MENDORONG ISU KEBERSIHAN LINGKUNGAN MENJADI KEBIJAKAN PUBLIK

Bab ini terdiri dari gambaran umum Pandawara Group, strategi media sosial Instagram dan TikTok Pandawara Group dan strategi komunikasi Pandawara Group dalam mendorong isu kebersihan lingkungan menjadi kebijakan publik.

BAB IV ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PANDAWARA GROUP DALAM MENDORONG ISU KEBERSIHAN LINGKUNGAN MENJADI KEBIJAKAN PUBLIK

Bab ini berisi tentang analisis cara komunikasi yang digunakan oleh Pandawara Group dalam menyampaikan pesan komunikasi mengenai kebersihan lingkungan melalui konten Instagram dan Tiktok serta respon masyarakat dan pemerintah terhadap isu kebersihan lingkungan yang disampaikan Pandawara Group.

BAB V PENUTUP

Bab berikut ini menyampaikan simpulan dengan dasar hasil penelitian yang telah dilakukan. Disamping hal tersebut, juga memuat mengenai keterbatasan riset, dokumentasi, dan saran.

BAB V
PENUTUP

A. Kesimpulan

Pandawara Group sebuah kelompok pemuda Indonesia yang telah berhasil memanfaatkan media sosial, khususnya TikTok dan Instagram untuk menyampaikan pesan isu kebersihan lingkungan. Peneliti menyimpulkan bahwa strategi komunikasi Pandawara Group dalam mendorong isu kebersihan lingkungan menjadi kebijakan publik terbukti efektif dan efisien dengan menggabungkan visual yang kuat seperti *before-after* dan *time-lapse* dalam konten membersihkan lingkungan terkotor, narasi dan caption yang emosional, pemanfaatan media sosial yang viral, edukasi serta aksi nyata langsung Pandawara, penyampaian Pandawara yang mudah dimengerti serta kerap kali humoris, dan mengajak partisipan aktif dengan menyantumkan lokasi spesifik. Dengan pendekatan komunikasi yang dilakukan dengan partisipatif dan konsisten, Pandawara menjadikan isu kebersihan lingkungan menjadi prioritas publik dan secara tidak langsung mendorong kebijakan publik seperti *regulatory policy* (kebijakan regulasi) terkait regulasi larangan membuang sampah serta mendorong pemerintah daerah dan pusat membuat kebijakan baru untuk keberlangsungan kebersihan lingkungan.

B. Saran

Strategi komunikasi yang dilakukan oleh Pandawara Group sudah sangat baik, terutama dalam segi konsep yang menarik minat para generasi muda. Namun, peneliti mengharapkan kedepannya ada peningkatan dalam segi edukasi dan aksi terkait isu kebersihan lingkungan di Indonesia. Oleh sebab itu, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Kolaborasi dengan pemerintah dan Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) dalam jangka panjang, yang dimaksud peneliti disini bahwa Pandawara Group memang kerap kali berkolaborasi dengan pemerintah dan LSM terkait isu kebersihan lingkungan namun belum ditemukan Pandawara Group

melakukan kolaborasi dalam jangka panjang dengan pemerintah dan LSM terkait isu kebersihan lingkungan. Selain memiliki efek jangka panjang, ini juga berperan penting untuk meminimalisir kerusakan lingkungan dan berdampak baik bagi masyarakat.

2. Monitoring dan evaluasi program, melakukan monitoring dan evaluasi terhadap program-program yang telah dilakukan juga diperlukan untuk menilai efektivitas dan dampaknya terhadap masyarakat karena isu yang diangkat sangat sensitif bagi beberapa khalayak.
3. Peneliti selanjutnya disarankan melakukan penelitian lebih mendalam terkait isu kebersihan lingkungan yang dilakukan Pandawara Group mampu menjadi agenda kebijakan. Karena peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penelitian ini dan masih perlu diperdalam lagi dengan baik.

Dengan beberapa saran diatas diharapkan edukasi terkait isu kebersihan lingkungan dapat dimanfaatkan dan diterapkan agar semakin efektif dalam menyampaikan pesannya, serta meningkatkan dampak baik bagi masyarakat dan pemerintah.

DAFTAR PUSTAKA

Afandi, Achmad, Amos Neolaka, and Rosmawita Saleh. "Kesadaran Lingkungan Masyarakat Dalam Pemeliharaan Taman Lingkungan Di Jakarta Pusat." *Menara: Jurnal Teknik Sipil* 7, no. 1 (2012): 56.

Aldila Safitri, Anggi, Anissa Rahmadhany, and Irwansyah Irwansyah. "Penerapan Teori Penetrasi Sosial Pada Media Sosial: Pengaruh Pengungkapan Jati Diri Melalui TikTok Terhadap Penilaian Sosial." *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis* 3, no. 1 (2021): 4.

Ali, Muhammad Yusril, Novita Damayanti, and Novalia Agung Wardjito Ardhoyo. "Kampanye Media Sosial Tiktok@ Pandawaragroup Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Menjaga Kebersihan Lingkungan." *Jurnal Cyber PR* 3, no. 2 (2023): 96.

Anshar, Yeni. "Pandawara Group, Konten Viral Favoritnya VINDES - Tonight Show Premiere." Indonesia: NET. Entertainment, 2023. https://youtu.be/JRTwhxlVAMY?si=nE_WCqr4RWlOLvEh.

Anwar, Sungkara, and Akhmad Sugriwa. "Hari Sungai Nasional, Kolaborasi Pemkab Bandung-Pandawara Group Bersihkan Sampah Bendungan." *Ketik.Co.Id*. Last modified 2025. Accessed June 2, 2025. https://ketik.co.id/berita/hari-sungai-nasional-kolaborasi-pemkab-bandung-pandawara-group-bersihkan-sampah-bendungan.

Armylia Malimbe, Fonny Waani, Evie A.A Suwu. "Dampak Penggunaan Aplikasi Online Tiktok (Douyin) Terhadap Minat Belajardi Kalangan Mahasiswa Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik." *Ilmiah Society* (2021): 4.

Atmoko, and Bambang Dwi. *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita, 2012.

Bernadeth, Gabriella Yosiana, and Ahmad Junaidi. "Pengaruh Konten TikTok Terhadap Perubahan Perilaku Menjaga Kebersihan Pengikut Pandawara Group." *Koneksi* 8, no. 1 (2024): 187.

Dewi, Dian Suluh Kusuma. *Kebijakan Publik: Proses, Implementasi Dan Evaluasi*. Edited by Jusuf Harsono. *UM Jakarta Press*. 1st ed. Yogyakarta: Samudra Biru, 2019.

Efendi, Erwan, Abdilah Taufiqurrohman, Tris Supriadi, and Eki Kuswananda. "Teori Agenda Setting." *Jurnal Pendidikan Tambusai* 7, no. 1 (2023): 1716.

Eriyanto. *Media Dan Opini Publik*. 1st ed. Depok: PT. RajaGrafindo Persada, 2018.

Etta Mamang, Sangadji, Sopiah. "Metodologi Penelitian-Pendekatan Praktis Dalam Penelitian." *CV Andi Offset* (2020): 171.

Fatkha, Magfirotul. "Konsep Pendidikan Islam Dan Pengembangan Kesadaran Lingkungan." *STIT Islamic Village* (2022): 62–64.

Fidryansyah, Revi Ryan. "Usai Bertemu Pandawara, Pemerintah Siapkan Strategi Pengelolaan Sampah." *Harapanrakyat.Com*. Last modified 2025. Accessed June 2, 2025. https://www.harapanrakyat.com/2025/03/usai-bertemu-pandawara-pemerintah-siapkan-strategi-pengelolaan-sampah/?utm_source=chatgpt.com.

Friedrich, Carl J. "Political Decision-Making, Public Policy and Planning." *Canadial Public Administration* 14, no. 1 (1971): 1–15.

Ghazali, Miliza. *Buat Duit Dengan Facebook Dan Instagram : Panduan Menjana Pendapatan Dengan Facebook Dan Instagram*. 1st ed. Malaysia: Publishing House, 2016.

Group, Pandawara. "Akun Instagram Pandawara Group." *@Pandawaragroup*. Last modified 2025. Accessed May 3, 2025. https://www.instagram.com/pandawaragroup/?hl=en.

———. "Web Pandawara Group." *Pandawara Group*. Last modified 2024. Accessed April 29, 2025. https://pandawara.group/about-us.

Heclo, H. Hugh. "Policy Analysis." *British Journal of Political Science*

1 (1972): 83–108.

Herawati, M E. "Strategi Kreatif Program Shopee Liga 1 Di Indosiar." *KALBISIANA Jurnal Sains, Bisnis dan Teknologi* 8, no. 2 (2022): 1718.

Humas. "Presiden Prabowo Subianto Apresiasi Pandawara Group: 'Terus Berjalan, Jangan Lelah.'" *Sekertariat Kabinet Republik Indonesia*. Last modified 2025. Accessed June 2, 2025. https://setkab.go.id/presiden-prabowo-subianto-apresiasi-pandawara-group-terus-berjalan-jangan-lelah/.

Ilhami, Muhammad Wahyu, Wiyanda Vera Nurfajriani, Arivan Mahendra, Rusdy Abdullah Sirodj, and Win Afgani. "Penerapan Metode Studi Kasus Dalam Penelitian Kualitatif." *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 10, no. 9 (2024): 463–464.

Junaedi, M. F. Shellyana. "Pengaruh Kesadaran Lingkungan Pada Niat Beli Produk Hijau: Studi Perilaku Konsumen Berwawasan Lingkungan." *Benefit: Jurnal Manajemen dan Bisnis* 9, no. 2 (2015): 191.

Kaplan, Andreas M, and Michael Haenlein. "Social Media: Back to the Roots and Back to the Future." *Journal of systems and information technology* 14, no. 2 (2012): 101–104.

Kemp, Simon. "Digital 2025: Indonesia." *Datareportal.Com*. Last modified 2025. Accessed May 30, 2025. https://datareportal.com/reports/digital-2025-indonesia.

KN, Jamiati, and Darma Tri Putra. "Strategi Sosial Media Marketing Uss Feed Dalam Membangun Social Media Engagement." *FSIP Universitas Muhammadiyah Jakarta*, no. 3 (2023): 144–145.

Lampung, Kompastv. "Pandawara Group Dan Ribuan Warga Bersihkan Pantai Di Lampung." *Kompas.Tv*. Last modified 2023. Accessed December 3, 2025. https://www.kompas.tv/regional/424527/pandawara-group-ribuan-warga-bersihkan-pantai-di-lampung.

Maghdalena, Michelle Avrellia. "Gerakan Sosial Komunitas

Lingkungan Pandawara Group Dalam Meningkatkan Kepedulian Masyarakat Terhadap Lingkungan." Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia, 2023.

Makassar, Humas Kominfo. "Kolaborasi Pemkot Makassar-WCD Sulsel-Olymplast-Pandawara Group, Bersihkan Sampah Di Kampung Nelayan." *Makassarkota.Go.Id*. Last modified 2025. Accessed June 2, 2025. https://makassarkota.go.id/2023/10/kolaborasi-pemkot-makassar-wcd-sulsel-olymplast-pandawara-group-bersihkan-sampah-di-kampung-nelayan/.

Moleong, Lexy J. "Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi." *Remaja Rosdakarta* (2007): 56.

Muhammad, Fahmy. "Profil Dan Awal Terbentuknya Pandawara Group." *DetikJakbar*. Last modified 2023. Accessed May 25, 2025. https://www.detik.com/jabar/jabar-gaskeun/d-6968906/profil-dan-awal-terbentuknya-pandawara-group.

Nurulloh, Endang Syarif. "Pendidikan Islam Dan Pengembangan Kesadaran Lingkungan." *Jurnal Penelitian Pendidikan Islam* 7, no. 2 (2019): 237.

Pakpahan, Roida, and Donny Yoesgiantoro. "Analysis Of The Influence Of Flexing In Social Media On Community Life." *Journal of Information System, Informatics and Computing* 7, no. 1 (2023): 174.

Pandawara Group. "Akun TikTok Pandawara Group." *@pandawaragroup*. Last modified 2025. Accessed May 3, 2025. https://www.tiktok.com/@pandawaragroup?lang=en.

———. "Instagram." *Wikipedia*. Accessed May 30, 2025. http://en.wikipedia.org/wiki/Instagram.

Puspa, Atalya. "70% Orang Indonesia Masih Tidak Peduli Masalah Sampah." *Metrotvnews.Com*. Last modified 2024. Accessed June 30, 2023. https://www.metrotvnews.com/read/NLMC2G9M-70-orang-indonesia-masih-tidak-peduli-masalah-sampah.

Puspita, Ratih. "Analisis Penyusunan Agenda Kebijakan Publik (Studi Kajian Agenda Penusunan Kebijakan Penyelesaian Pelanggaran RT RW Oleh Industri CV. EVERGREEN INDOGARMENT)." *Jurnal of Politic Government Studies* 85, no. 1 (2016): 9.

Quesenberry, Keith A. *Social Media Strategy: Marketing, Advertising, and Public Relations in the Consumer Revolution*. Rowman and Littlefield, 2020.

Rachmadani, Cherni. "Strategi Komunikasi Dalam Mengatasi Konflik Rumah Tangga Mengenai Perbedaan Tingkat Penghasilan Diri." *eJurnal Ilmu Komunikasi* 1, no. 1 (2013): 216–2017.

Rafiq, Ahmad. "Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat." *Global Komunika: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik* 3, no. 1 (2020): 19.

RI, BPK. "Undang-Undang (UU) No. 18 Tahun 2009." *2008*. Last modified 2008. Accessed October 24, 2024. https://peraturan.bpk.go.id/Details/39067/uu-no-18-tahun-2008.

Saleh, Sirajuddin. "Analisis Data Kualitatif." *Pustaka Ramadhan* 1 (2017). https://core.ac.uk/download/pdf/228075212.pdf.

Setiawan, Jonathan Diven. "Strategi Komunikasi Persuasif Pandawara Group Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Indonesia Terhadap Kebersihan Lingkungan Melalui Media Sosial." UPN VETERAN JAWA TIMUR, 2024.

Shabrina, Aulia, Kharisma Nuraini, and Athallah Naufal. "Strategi Kampanye Kebersihan Lingkungan Oleh Pandawara Group Melalui Media Tiktok." In *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (SNIIS)*, 2:1544, 2023.

SIPSN. "Sumber Sampah." *SIPSN*. Last modified 2023. Accessed October 7, 2023. https://sipsn.menlhk.go.id/sipsn/public/data/sumber.

Soerjani. *Lingkungan Hidup (The Living Environment) Pendidikan,*

Pengelolaan Lingkungan Dan Kelangsungan Pembangunan (Education, Environmental Management And Sustainable Development). *Institut Pendidikan Dan Pengembangan Lingkungan*. Jakarta, 2007.

Tamburaka, Apriadi. *Agenda Setting Media Massa*. 1st ed. Depok: PT. RajaGrafindo Persada, 2012.

Yanuar, Elang Riki. "Awal Mula Terbentuknya Pandawara, Salah Satu Anggotanya Nyaris Mati." *Medcom.Id*. Last modified 2025. Accessed June 4, 2025. https://www.medcom.id/hiburan/montase/aNrj5G6N-awal-mula-terbentuknya-pandawara-salah-satu-anggotanya-nyaris-mati.

Yaputra, Hendrik. "Pandawara Group Keluhkan Persoalan Izin Saat Bersihkan Sampah Ke Prabowo." *Tempo.Co*. Last modified 2025. Accessed June 2, 2025. https://www.tempo.co/politik/pandawara-group-keluhkan-persoalan-izin-saat-bersihkan-sampah-ke-prabowo--1218125.

Zai, Eka Pranata Putra. "Anak Muda Beraksi, Pemerintah Diam? Pandawara Group Dan Masalah Sampah Di Indonesia." *Kompasian.Com*. Last modified 2025. Accessed June 2, 2025. https://www.kompasiana.com/ekazaii10/679c8bb1c925c478fc2be533/anak-muda-beraksi-pemerintah-diam-pandawara-group-dan-masalah-sampah-di-indonesia#google_vignette.

"Pemkab Pandeglang, Pemprov Banten Bersama Pandawara Group Dan Warga Bersihkan Sampah Dipesisir Pantai Teluk." *Pandeglangkab.Go.Id*. Last modified 2023. Accessed January 3, 2025. https://pandeglangkab.go.id/2023/07/09/pemerintahan/5202/.

"Surat Ar-Rum Ayat 41." *TafsirWeb*. https://tafsirweb.com/7405-surat-ar-rum-ayat-41.html.