



## PENGARUH KONTEN TIKTOK @PANDAWARAGROUP TERHADAP PEMENUHAN INFORMASI DALAM MENJAGA LINGKUNGAN BAGI FOLLOWERS

Robertus Dimas Wicaksono<sup>1</sup>, Renty Yuniarti<sup>2</sup>

Ilmu Komunikasi, Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Interstudi, Jakarta

### ARTICLE INFO

#### Article history:

Received Juli, 2025

Revised Juli, 2025

Accepted Juli, 2025

Available online Juni, 2025

[dimaswicaksono1901@gmail.com](mailto:dimaswicaksono1901@gmail.com)

[rentyuniarti@gmail.com](mailto:rentyuniarti@gmail.com)

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.  
Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Pendidikan Ganesha.

### ABSTRAK

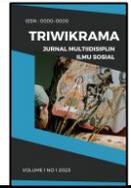
Perkembangan pesat teknologi informasi, khususnya internet, telah merubah lanskap komunikasi dan akses informasi masyarakat modern. Media sosial, sebagai salah satu manifestasi dari perkembangan ini, telah menjadi bagian integral dalam kehidupan sehari-hari berbagai kalangan usia baik dari usia remaja hingga dewasa. TikTok, dengan format videonya yang singkat dan kreatif, telah berhasil menarik minat pengguna dalam skala yang luas. Salah satu akun TikTok yang cukup fenomenal adalah @pandawaragroup, yang fokus pada kegiatan pembersihan sungai. Motivasi di balik aksi ini adalah keprihatinan terhadap masalah banjir yang sering menimpa masyarakat. Pengakuan atas kontribusi Pandawara Group dalam isu lingkungan terlihat dari penghargaan TikTok *Local Heroes*

yang diraih pada tahun 2022. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi sejauh mana konten yang diproduksi oleh Pandawara Group di TikTok dapat memenuhi kebutuhan informasi pengikutnya terkait upaya pelestarian lingkungan. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan metode survei, penelitian ini menganalisis data yang diperoleh dari sampel pengikut Pandawara Group yang dipilih secara acak. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh, meskipun tergolong rendah, dari konten TikTok Pandawara Group terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pengikutnya dalam konteks menjaga lingkungan. Temuan ini mengindikasikan bahwa platform media sosial seperti TikTok dapat menjadi alat yang efektif untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan isu lingkungan, namun diperlukan upaya lebih lanjut untuk mengoptimalkan pengaruhnya.

**Kata Kunci:** Konten TikTok, Media Sosial, PandawaraGroup, Pemenuhan Informasi, Penyiaran

### ABSTRACT

*The contemporary landscape of information technology has witnessed a meteoric rise, exemplified by the internet's ubiquitous presence. This digital evolution has facilitated the seamless exchange and acquisition of information. Among the societal touchstones is social media, a platform embraced by all demographics, from children to the elderly. TikTok, a prominent social media application, offers user-friendly features that enable the dissemination of information to a broad audience. Within TikTok, users can effortlessly create short-form videos that reflect their creativity. The @pandawaragroup account, renowned for its environmental advocacy, has captured public attention with its content centered on river cleanup initiatives. Motivated by their personal experiences with flooding, the pandawara group's efforts have garnered recognition, culminating in their receipt of the TikTok Local Heroes award in 2022. This study aims to investigate the impact of the pandawara group's TikTok content on fulfilling the information needs of its followers regarding environmental protection. Employing a quantitative approach and survey methodology, this research examines a sample of pandawara group followers selected through simple random sampling. The findings indicate a positive correlation between social media content and fulfilling information needs, albeit at a modest level.*



**Keywords:** *TikTok Content, PandawaraGroup, Information Fulfillment, Social Media, Broadcasting*

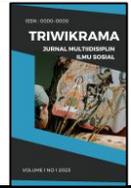
## PENDAHULUAN

Teknologi informasi di era *modern* telah berkembang sangat pesat. Di Indonesia pertukaran informasi dan kegiatan berkomunikasi mengalami perkembangan dan kemudahan yang sangat pesat dan signifikan berkat adanya internet (Putra Perssela, Mahendra, and Rahmadiani 2022). Berdasarkan survei yang dilakukan asosiasi Jasa Penyedia Internet terdapat 215, 63 juta orang di periode 2022-2023 pengguna internet di Indonesia. Jumlah pada data tersebut telah mengalami peningkatan 2,67% pada periode sebelumnya dengan jumlah pengguna pada periode sebelumnya sejumlah 210,03 juta pengguna internet di Indonesia more than 20%(APJII 2023). Berdasarkan data tersebut, masyarakat Indonesia dari anak-anak hingga lanjut usia, dan semua kalangan dapat dengan mudah berkomunikasi berkat adanya internet. Masyarakat, terutama remaja dan dewasa, sering menggunakan media sosial. Media sosial juga dapat digunakan untuk belajar, tempat untuk menyebarkan dokumentasi baik dalam bentuk foto, video, tulisan, bahkan hasil karya yang dibuat oleh pengguna selain itu, pemanfaatan media sosial juga bisa dilakukan untuk kegiatan pemasaran (Aeni 2023).

Media sosial yang sedang ramai diperbicarakan adalah Tiktok. Tiktok adalah aplikasi media sosial yang menggunakan video sebagai cara untuk berinteraksi selain itu, Tiktok juga mempunyai banyak fitur yang menarik seperti efek dan bisa menambahkan musik dalam video dan bisa membuat video secara instan yang membuat Tiktok menarik banyak Masyarakat untuk menggunakan aplikasi tersebut (Aulia and Rusdi n.d.). Pengguna aktif Tiktok mencapai 1,67 miliar di dunia per awal tahun 2024. Negara dengan pengguna Tik Tok tertinggi terdapat Amerika Serikat dengan jumlah pengguna hingga 116,49 juta dan disusul oleh negara Indonesia dengan pengguna Tiktok paling tinggi nomor dua di dunia dengan 112,97 juta pengguna dan pada aplikasi playstore mendapat 4,6 dari 5 bintang dan jumlah tersebut hanya memiliki perbedaan 3,52 juta pengguna di Amerika Serikat (Muhamad 2024). Penggunaan aplikasi Tiktok sangatlah sederhana karena aplikasi Tiktok memiliki berbagai fitur yang bisa dimanfaatkan oleh para *content creator* untuk membuat video dengan durasi pendek sesuai dengan kreatifitas *creator*, sehingga dalam aplikasi ini terdapat banyak konten-konten menarik dan juga mengedukasi (Adawiyah 2020).

Salah satu konten pada media sosial Tiktok yang sedang banyak diperbincangkan adalah konten dari akun Tiktok @pandawaragroup. Pandawara group berisi tentang gerakan membersihkan sungai. Pandawara sendiri berisi 5 pemuda asal Bandung terdapat Gilang, Rifqi, Agung, Ikhsan, dan Rafly. Gerakan yang mereka lakukan merupakan wujud dari ketidaknyamanan yang dirasakan oleh korban banjir melibatkan setiap anggota sehingga menimbulkan kerugian materil. Menurut gilang salah satu anggota dari pandawara kegiatan yang mereka lakukan memang sudah sering dilakukan namun tidak dibuatkan konten saja. Walaupun sudah dibersihkan namun banjir masih saja melanda daerah rumah mereka hal ini dikarenakan kurangnya kesadaran masyarakat setempat perihal pentingnya membuang sampah pada tempatnya. Pandawara sendiri memiliki arti panda yang mereka ambil dari kisah pewayangan mahabaratha sedangkan wara memiliki arti kabar baik dalam bahasa sunda yang digabungkan menjadi 5 pemuda yang membawa kabar baik (Baharudin Al Farisi 2023).

Pandawara group mulai aktif dalam membuat konten bersih-bersih sungai pada bulan Agustus 2022. Berkat gerakan konten yang dilakukan pandawara group berhasil meraih penghargaan Tiktok *local heroes* pada ajang penghargaan *Year on Tiktok 2022*. Melalui media sosial tiktok pandawara grup selalu menghadirkan konten-konten dengan durasi singkat namun selalu memberikan kebutuhan informasi untuk menjaga lingkungan. Media sosial tiktok dimanfaatkan oleh pandawara grup untuk memberikan kebutuhan informasi bagi followers yang aktif dalam menggunakan media sosial dalam menjaga lingkungan (Febriyanti and Salsabila 2024).



Selain TikTok, Instagram pandawara *group* kerap kali mencantumkan link google form untuk masyarakat yang bersedia menjadi *volunteer* dalam gerakan bersih-bersih sungai. Pandawara *group* sendiri juga memiliki slogan “*not cleaning but reducing*”. Memanfaatkan kedua media sosial tersebut memiliki tujuan yang sama untuk mengajak masyarakat untuk selalu melakukan aktivitas kebersihan di tempat masing-masing. Pandawara *group* juga selalu konsisten dalam membuat konten bersih-bersih walaupun di beberapa video terdapat video *endorse* sebuah produk, namun tidak menghilangkan tujuan awal dari pandawara dalam membuat konten bersih-bersih meskipun bersifat komersial (Aditya 2023).

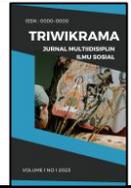
Sebagai pelopor dalam menghadirkan konten bersih-bersih lingkungan, pandawara *group* selalu dibanjiri oleh komentar positif pada setiap video yang diunggah seperti “good pandawara semangat terus!!” tulis akun @rahayu, bahkan beberapa akun merasa sangat terbantu akan informasi dalam menjaga lingkungan “informasi dalam menjaga lingkungan sangat menarik jadi mau ikutan untuk menjaga lingkungan” tulis akun @haura\_19. Selain dibanjiri oleh komentar positif pada setiap videonya melalui kegiatan yang dilakukan oleh pandawara *group* muncul grup yang memiliki gerakan yang sama dengan pandawara bernama *Street Ant*. *Street Ant* melakukan gerakan seperti pandawara dengan membersihkan pesisir pantai PLTU Pluit karena melihat kondisi pantai yang sangat kotor (Ramdhani 2023).

Konten-konten yang dihadirkan oleh Pandawara *group* sangat relevan dengan isu lingkungan karena pengelolaan sampah yang belum maksimal sehingga mengakibatkan banyak wilayah di Jakarta yang mengalami pencemaran lingkungan. Melalui gerakan yang dilakukan oleh Pandawara *group* dengan misi untuk mengajak masyarakat terlebih followersnya untuk menjaga lingkungan (Megasari 2023). Pandawara *Group* aktif dalam menggunakan media sosial TikTok dalam menyebarkan konten yang dibuat. Alasan peneliti memilih TikTok dari @pandawaragroup adalah karena jumlah dari followers TikTok dari @pandawaragroup yang sudah mencapai 12 juta *followers*. Selain itu, Pandawara *Group* lebih awal terkenal melalui media sosial TikTok karena konten dari pandawara *group* sendiri berbasis video singkat. Platform TikTok juga merupakan media sosial yang bisa membuat siapa aja meyarakan pendapat dan gerakan positif tanpa melihat atau menilai latar belakang individu maupun grup tersebut (Riani 2023).

Seluruh video dari @pandawagroup selalu mendapatkan respon yang sangat baik dan selalu mendapatkan dukungan dari masyarakat. Hal ini, membuat masyarakat mendapatkan informasi dalam menjaga lingkungannya, hal ini dibuktikan dari gerakan yang dilakukan oleh pandawara *group* dalam kegiatan membersihkan pesisir Pantai di Lombok yang diikuti oleh 200 orang. sehingga hal tersebut menjadi objek yang menarik untuk diteliti.

Namun kesadaran masyarakat untuk menjaga lingkungan masih terbilang kurang, hal ini membuat beberapa titik di Jakarta mengalami pencemaran lingkungan, faktor yang menjadi pencemaran lingkungan adalah lingkungan yang kumuh, hal ini dibuktikan dengan produksi sampah di Jakarta yang mencapai 6.139 ton perharinya dan 2,4 juta ton pertahun dan angka tersebut juga mengalami peningkatan sebesar 30% dengan produksi sampah perharinya sebanyak 8.000 ton perhari. Lingkungan yang kumuh memberikan dampak langsung terhadap kebersihan sungai di Jakarta. Sebanyak 120 titik sungai di Jakarta sudah mengalami pencemaran air dari fase sedang dan berat, hal ini dikarenakan pengelolaan sampah yang belum 100% dan banyak masyarakat masih membuang sampah ke sungai (BPS 2022).

Berdasarkan data yang sudah dihadirkan, melihat masih banyak daerah di Jakarta yang mengalami pencemaran lingkungan karena itu menarik untuk mengetahui lebih lanjut mengenai bagaimana pengaruh dari konten TikTok @pandawaragroup bagi pengikutnya terutama dalam menjaga lingkungan. Sedangkan permasalahan dengan mempertimbangkan hal-hal yang telah dibahas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini apakah terdapat pengaruh dalam pemenuhan informasi dari konten TikTok @pandawaragroup bagi pengikutnya untuk menjaga



lingkungan? Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui seberapa pengaruh konten TikTok @pandawargroup terhadap pemenuhan informasi untuk menjaga lingkungan pengikutnya.

Terdapat manfaat dari penelitian ini, diantaranya

**Manfaat Akademis** Manfaat secara akademis dari penelitian ini agar dapat memberikan kontribusi bagi literatur dan penelitian selanjutnya. Selain itu dapat memberikan kebutuhan informasi melalui konten tiktok terhadap isu-isu lingkungan.

**Manfaat Praktis** Penelitian ini diharapkan dapat memberikan dan membantu pengguna media sosial dalam memilih konten di media sosial yang lebih positif, mendidik sehingga dapat menginspirasi masyarakat dan memberikan dampak positif di lingkungan sekitar.

## TINJAUAN LITERATUR

Dalam penelitian awal yang dilakukan oleh Azzahra Aulia dan Farid Rusdi, berjudul “Pengaruh Terpaan Konten TikTok di akun @nazwaadinda\_02 terhadap Perilaku Konsumtif Pengikutnya”, para peneliti bermaksud untuk mengukur tingkat pengaruh paparan konten fesyen pada akun tersebut terhadap kecenderungan konsumen di kalangan pengikutnya. Melalui pendekatan kuantitatif dan berlandaskan teori terpaan media, penelitian ini menemukan adanya korelasi signifikan antara konten TikTok yang disajikan dan perilaku konsumtif pengikut. Hasil analisis menunjukkan bahwa sekitar 28% dari paparan konten fesyen memberikan dampak positif terhadap sikap konsumtif individu (Aulia and Rusdi n.d.).

Penelitian kedua yang berjudul “Pengaruh Konten Kreator @VMULIA terhadap Keterampilan Public Speaking Pengikut di TikTok,” bertujuan untuk menganalisis dampak konten yang dihasilkan oleh kreator @vmuliana terhadap peningkatan kemampuan berbicara di depan umum pada pengikutnya di platform TikTok. Kuantitatif digunakan pada penelitian ini dengan mengadopsi Teori Uses and Gratifications sebagai kerangka teoritis. Hasil analisis data menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara konten kreator @vmuliana dan peningkatan keterampilan public speaking pengikutnya.  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $8.93 > 1.661$ ) dan nilai signifikansi yang kurang dari 0,05 (Mahris and Umam 2023).

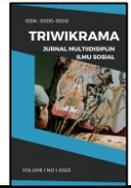
## Komunikasi Massa

Komunikasi massa merujuk pada proses komunikasi melalui media massa yang diarahkan kepada khalayak. Media massa yang digunakan bisa berupa media elektronik dan media cetak. Komunikasi massa mengalami perkembangan yang sangat pesat dan memiliki bobot sendiri dan nilai sendiri pada setiap kehidupan masyarakat dan mempengaruhi perubahan perilaku Masyarakat (Tambunan 2018). Fungsi dari komunikasi massa diantaranya sebagai pengawasan, *interpretation*, *linkage*, *Transmission of Values* dan *Entertainment* (Kustiawan et al. 2022).

## Media Baru

Media baru dapat didefinisikan sebagai perangkat berbasis teknologi elektronik yang berbeda dan penggunaannya pun juga berbeda. Media baru ini tidak jauh dengan media elektronik dan menggabungkan berbagai sistem teknologi seperti transmisi, sistem miniaturisasi, sistem penyajian dan sistem pengendalian. Media baru ini memiliki perbedaan yang sangat signifikan dengan media lama, dan memiliki ciri utama yaitu desentralisasi, kemampuan tinggi, komunikasi timbal balik, dan kelenturan. (Ananda 2021).

Media baru, dengan kompleksitas bentuk dan pemanfaatan teknologi mutakhir, telah berhasil menarik minat publik yang luas. Eksistensi media baru ini telah memberikan pengaruh yang substansial terhadap lanskap media massa konvensional, sekaligus mengubah secara signifikan dinamika komunikasi massa (Iqnas, Muhammad and Yuniarti 2023).



## Konten Media Sosial

Konten media sosial merupakan kombinasi informasi dan hiburan yang dapat dinikmati oleh masyarakat umum. Informasi dan hiburan ini dihadirkan platform media. Konten media sosial yang dibuat oleh individu, Perusahaan, atau organisasi pada platform media sosial ini bisa menimbulkan interaksi lebih secara langsung antar pengguna. Dalam hal ini, untuk mencapai efek dari konten media sosial, harus berfokus pada kelompok sasaran dengan hati-hati (Maulana Ibrahim and Edi Irawan 2021). Media sosial memiliki keunggulan dalam menyajikan informasi dengan cepat, singkat, sederhana, dan dapat mewujudkan hubungan yang lebih intens, jangkauan yang lebih luas, dan terkendali (Juanda 2017).

Melihat pada penelitian ini terdapat 3 faktor yang menunjang konten media sosial (1) *Ideological Assumption* (khalayak membuat keputusan berdasarkan pemahaman akan media sosial), (2) *Sourcing of Messages* (pesan harus bisa dipertanggung jawabkan), (3) *Tone of Information* (berkaitan dengan bagaimana peristiwa dapat digambarkan secara efektif) (Maulana Ibrahim and Edi Irawan 2021).

## TikTok

Aplikasi TikTok secara resmi diperkenalkan pada bulan September 2016 dan berasal dari Tiongkok. Di negara asalnya aplikasi ini memiliki sebutan Doujin lalu pembuat aplikasi ini Zhang Yiming ingin memperluas aplikasi ini dengan nama TikTok. Aplikasi ini dapat memberikan informasi dan sarana hiburan, aplikasi ini bisa dimanfaatkan untuk sumber informasi. Pengguna aplikasi ini dapat dengan mudah membuat video dengan memanfaatkan fitur untuk membuat video dengan durasi pendek. Tercatat pengguna tiktok sudah mencapai 1,09 miliar di dunia. Pengguna aplikasi tiktok di Indonesia sudah mencapai 112.97 juta. TikTok memungkinkan pengguna untuk menjadi *content creator* dan mendorong mereka untuk berbagi ekspresi kreatif melalui video berdurasi 15 detik (Damayanti<sup>1</sup> and Prasetyawati<sup>2</sup> 2023).

## Pemenuhan Kebutuhan Informasi

Kebutuhan informasi saat ini sangat berpengaruh bagi masyarakat. Jika kebutuhan akan informasi tidak terpenuhi akan menimbulkan masalah hal ini dikarenakan masyarakat selalu bergantung pada data dan fakta guna memperkuat suatu kebenaran. Selain itu kebutuhan informasi berguna untuk memenuhi informasi, pengetahuan, keterampilan dan mendapatkan kepuasan (Sutrisno and Mayangsari 2022).

Kebutuhan informasi memiliki 4 pendekatan diantaranya terdapat (1) *Current Need Approach* (semua pengguna media sosial harus mendapatkan informasi terbaru), (2) *Everyday Need Approach* (pendekatan yang spesifik dan singkat perihal pembaharuan informasi), (3) *Exhaustive Need Approach* (kebutuhan informasi yang mendalam, akurat, dan lengkap), dan (4) *Catchicing up Need Approach* (pendekatan informasi yang singkat namun harus jelas dan akurat) (Sutrisno and Mayangsari 2022).

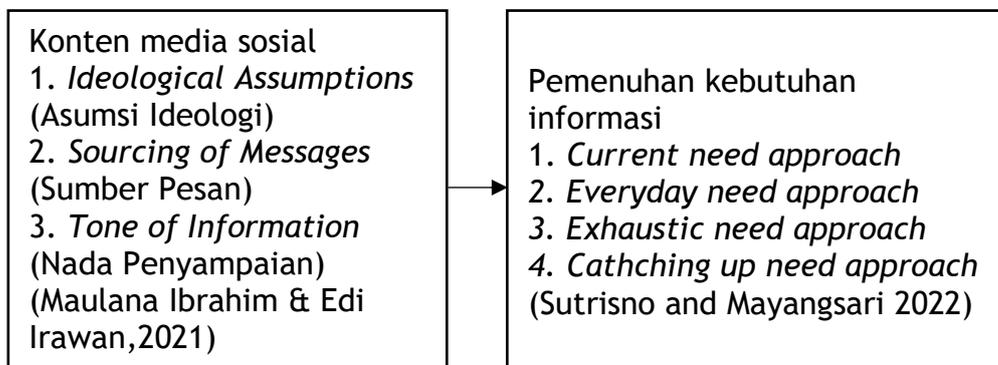
Dari rumusan masalah serta tinjauan literatur, maka hipotesis pada penelitian ini adalah :

Ha: terdapat pengaruh media sosial tiktok terhadap pemenuhan informasi followers dalam menjaga lingkungan.

Ho: tidak adanya pengaruh media sosial tiktok terhadap pemenuhan informasi followers dalam menjaga lingkungan.



## KERANGKA KONSEPTUAL



(Sumber : peneliti, 2024)

Dari kerangka konseptual diatas dapat diketahui bahwa terdapat variabel X (independent) yaitu konten media sosial yang memiliki dimensi Asumsi Ideologi, Sumber Pesan dan Nada Penyampaian yang dapat diasumsikan terdapat atau memiliki pengaruh dengan variabel yang akan diuji yaitu pemenuhan kebutuhan informasi sebagai variabel Y(independent) dengan dimensi *Current need approach, Everyday*.

## METODE PENELITIAN

Peneliti paradigma *positivism* dengan metode pendekatan kuantitatif, alasan peneliti memilih metode kuantitatif dikarenakan pada penelitian ini ingin mencari pengaruh dan dengan hasil berupa angka akan menjadi valid dan jelas seberapa pengaruhnya dari konten tiktok pandawaragroup. Penelitian ini menggunakan metode survei yaitu dengan mengumpulkan sejumlah data di berbagai bidang guna mengetahui perihal karakteristik, preferensi, pendapat, dan keyakinan suatu individu maupun kelompok (Sendari, 2022). Penelitian ini menggunakan kuantitatif sehingga peneliti menggunakan alat guna mengolah data dengan statistik sehingga hasil berupa angka (Sugiono 2016).

## Populasi

Populasi pada penelitian ini adalah *followers* dari akun TikTok @pandawaragroup. Alasan memilih populasi tersebut dikarenakan followers pandawara group yang mengikuti perkembangan dari konten dan mendapat informasi lebih cepat dari konten @pandawaragroup, sehingga memiliki kesesuaian dengan judul penelitian ini dimana untuk mengetahui lebih lanjut bagaimana pengaruh dari konten TikTok @pandawaragroup bagi pemenuhan informasi terlebih dalam menjaga lingkungan. Kriteria dari sampel penelitian ini adalah yang menggunakan aplikasi TikTok, mengetahui dan memfollow akun dari TikTok @pandawaragroup.

## Sampel dan Teknik sampel

Sampel diambil dari berbagai populasi untuk penelitian, dan sampel biasa digunakan untuk membuat kesimpulan hingga akhirnya dapat digeneralisasi ke populasi. Penelitian ini menggunakan probability sampling, yang artinya sampel diambil secara acak tanpa memperhatikan strata populasi (Sugiono 2016).

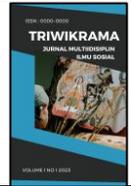
Guna menentukan jumlah sampel, peneliti menggunakan rumus slovin dengan tingkat error 10%.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n : Jumlah Sampel

N : Jumlah Populasi



e : Nilai Margin Error

Hasil perhitungan dengan rumus slovin :

$$n = \frac{8.400.000}{1 + (8.400.00)(0,1)^2}$$
$$n = \frac{8.400.000}{84.001} = 99,9$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas maka hasil yang diperoleh 99,9 dan kemudian dibulatkan menjadi 100 sampel.

### Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui distribusi angket (kuesioer) menggunakan platform *Google Form*. Penelitian ini menggunakan skala likert dengan interval 1-4 dengan keterangan sebagai berikut:

Pilihan Jawaban	Bobot Skor
Sangat Setuju	4
Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

### Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas adalah pemeriksaan guna menentukan validitas alat ukur. Alat ukur yang dimaksud adalah kuesioner dengan pertanyaan. Jika kuesioner dapat membuktikan apa yang diukurinya, kuesioner itu valid. Peneliti akan melakukan pengujian validitas kuesioner dengan mengaitkan jawaban dari responden dengan pertanyaan-pertanyaan yang terdapat dalam koesioner tersebut. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode KMO (*Kaiser-Mayer-Olkin*) dimana dapat dikatan valid apabila memenuhi kriteria angka KMO lebih besar atau sama 0,5 maka dapat dilakukan analisis lebih lanjut namun jika jika probalitas kurang dari 0,5 maka analisis tidak layak dilakukan. Sedangkan uji reliabilitas merupakan uji untuk mengevaluasi konsistensi alat ukur yang dimana alat ukur hari bisa menghasilkan prediksi. Dalam penelitian ini, peneliti memanfaatkan teknik *Cronbach Alpha* dengan bantuan program SPSS untuk menguji reliabilitas. Menurut kriteria uji reliabilitas, pertanyaan dalam variabel dianggap reliabel jika *Cronbach Alpha* lebih dari 0,60, dan dimensi variabel dianggap tidak reliabel jika *Cronbach Alpha* kurang dari 0,60 (Sugiono 2016). Langkah selanjutnya adalah melakukan uji koefisien determinasi guna mengetahui dengan keterangan sebagai berikut:

Koefisien Determinasi	Tingkat Pengaruh
0%-19,99%	Sangat Lemah
20%-39,99%	Lemah
40%-59,99%	Sedang
60%-79,99%	Kuat
80%-100%	Sangat Kuat

(Sumber: Sugiyono&Lestari,2021)

Data kemudian dianalisis menggunakan analisis bivariat yang dimana analisis bivariat melibatkan pemeriksaan sederhana terhadap dua variabel untuk menentukan apakah ada korelasi diantara keduanya, yang dapat mendukung pengujian hipotesis dasar (Damayanti<sup>1</sup> and Prasetyawati<sup>2</sup> 2023).



### Analisis Regresi Linear Sederhana

Pada penelitian ini peneliti menggunakan analisis regresi linear sederhana guna mengetahui hubungan variabel X dan Y. Uji ini didasari pada hubungan kuasal satu variabel independent dengan variabel dependen:

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = variabel terkait

X = variabel bebas

a dan b = konstanta

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Karakteristik Respoden

Pada tabel dibawah menunjukan responden dengan usia 18-22 tahun lebih mendominasi dengan presentase 40% dan usia 23-27 tahun sebesar 29%.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18 - 22	40	40.0	40.0	40.0
	23 - 27	29	29.0	29.0	69.0
	28 - 32	12	12.0	12.0	81.0
	33 - 42	10	10.0	10.0	91.0
	43 - 47	4	4.0	4.0	95.0
	48 - 52	4	4.0	4.0	99.0
	53 - 57	1	1.0	1.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

(Sumber: olah data peneliti, 2024)

Dari tabel dibawah menunjukan untuk responden laki-laki lebih mendominasi dengan presentase sebesar 54% dan perempuan 46%.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki - laki	54	54.0	54.0	54.0
	Perempuan	46	46.0	46.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

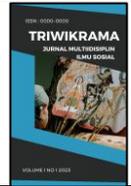
(Sumber: olah data peneliti, 2024)

Setelah mengetahui karakteristik responden tahap selanjutnya melakukan pengujian kuesioner dengan melakukan uji validitas guna melihat valid atau tidaknya penelitian ini dan melakukan uji reliabilitas untuk mengetahui konsistensi instrumen penelitian. Pengujian validitas dan reliabilitas menggunakan program SPSS 25.

#### Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	KMO MSA	Sig. Barlett's Test	Cronbach's Alpha
X	.908	.000	.926
Y	.890	.000	.923

(Sumber: olah data peneliti, 2024)



Setelah mengetahui karakteristik responden, analisis selanjutnya berfokus pada pengujian validitas dan reliabilitas konstruk. Berdasarkan hasil uji *Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO), kedua variabel penelitian, yaitu X dan Y, menunjukkan nilai KMO yang sangat baik (masing-masing 0,908 dan 0,890), melebihi ambang batas 0,5. Hal ini menunjukkan bahwa variabel X dan Y memiliki tingkat kesesuaian konstruk tinggi dan layak untuk digunakan dalam analisis selanjutnya. Tahap selanjutnya adalah melakukan uji reliabilitas untuk mengukur tingkat keseragaman item-item dalam suatu instrumen. Analisis reliabilitas pada penelitian ini menggunakan *Cronbach's Alpha*. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel X sebesar 0,926 dan untuk variabel Y sebesar 0,923. Kedua nilai ini melebihi ambang batas yang umumnya diterima (0,6), mengindikasikan bahwa seluruh item pada masing-masing variabel memiliki tingkat konsistensi internal yang tinggi dan dapat diandalkan. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa variabel X dan Y memiliki reliabilitas yang sangat baik dan layak digunakan untuk mengumpulkan data penelitian.

### Analisis Regresi Linear Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	36.428	4.132	8.816	.000
	X	.757	.072	.727	10.488

a. Dependent Variable: Y

(Sumber: olah data peneliti, 2024)

Pada tabel di atas menunjukkan bahwa konstanta a diperoleh bernilai positif sebesar 36,428 hal ini menunjukkan variabel X bernilai 0 (constan) maka berpengaruh positif terhadap variabel Y. Sedangkan pada nilai koefisien pada variabel X, bernilai positif sebesar 0.757 terhadap variabel Y. Hal ini menyatakan bila variabel X mengalami kenaikan 1% maka variabel Y akan meningkat sebesar 0.757.

### Uji t

Variabel	t Hitung	t Tabel	Signifikan
X	10.488	2.551	0.000

(Sumber: olah data peneliti, 2024)

Berdasarkan hasil uji t, diperoleh nilai t hitung sebesar 10.488 yang jauh lebih besar dari nilai t tabel 2.551 pada tingkat signifikansi yang telah ditetapkan. Hal ini mengindikasikan penolakan hipotesis nol ( $H_0$ ) dan penerimaan hipotesis alternatif ( $H_a$ ). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara penggunaan media sosial TikTok dengan pemenuhan informasi pengikut terkait upaya menjaga lingkungan.

### Analisis bivariat

Analisis bivariat melibatkan pemeriksaan sederhana terhadap dua variabel untuk menentukan apakah ada korelasi diantara keduanya, yang dapat mendukung pengujian hipotesis dasar (Damayanti<sup>1</sup> and Prasetyawati<sup>2</sup> 2023).



Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.727 <sup>a</sup>	.529	.524	6.182

(Sumber: olah data peneliti, 2024)

Berdasarkan tabel diatas, nilai R(Koefisien Korelasi) ditemukan nilai sebesar 0,727. Angka ini menjelaskan variabel X memiliki pengaruh kuat terhadap variabel Y. Pada R<sup>2</sup> (koefisien determinasi) dimana menunjukkan pengaruh antara kedua variabel memperoleh nilai sebesar 0,529 yang artinya terdapat pengaruh namun sedang dari variabel X sebesar 52,9% dalam bentuk persen terhadap variabel Y dan sebanyak 47,1% dipengaruhi oleh variabel lain.

## KESIMPULAN

Penelitian ini memiliki tujuan untuk memahami bagaimana konten TikTok yang diunggah oleh @pandawaragroup dapat memenuhi kebutuhan informasi para pengikutnya mengenai pelestarian lingkungan. Dari hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa konten TikTok @pandawaragroup memang memberikan kontribusi positif dalam memberikan informasi lingkungan kepada para pengikutnya. Walaupun demikian, pengaruhnya tergolong sedang, yaitu sebesar 52,9%. Secara keseluruhan konten tiktok dari pandawaragroup memiliki kekuatan yang dimana konten yang dihadirkan selalu informatif dan bermanfaat selain itu konten tiktok dari pandawara group selalu relevan dan memenuhi kebutuhan informasi followers dalam menjaga lingkungan namun, ada juga kekurangan yang bahwa akun tiktok pandawara group kurang interaktif dan tidak memberikan kesempatan bagi pengguna untuk berdialog.

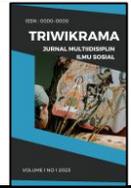
## SARAN

Temuan penelitian ini menunjukkan adanya keterkaitan antara variabel X dan Y pada tingkat sedang. Pada penelitian selanjutnya dapat dilakukan mengenai bagaimana konten TikTok dapat dioptimalkan sebagai sumber informasi yang lebih baik. Selain itu pandawara group dapat memberikan ruang yang lebih untuk para followers untuk berdialog guna mengetahui bagaimana keadaan lingkungan dari keluhan para followers.

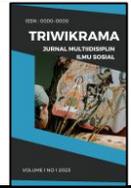
Agar informasi yang diberikan dapat dipertanggung jawabkan, pandawara group perlu memuat juga sumber informasi sebelum menyebarkan agar followers semakin yakin akan informasi yang diterima.

## DAFTAR PUSTAKA

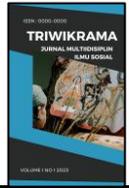
- Adawiyah, Dwi Putri Robiatul. 2020. "Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja Di Kabupaten Sampang." *Jurnal Komunikasi* 14(2):135-48. doi: 10.21107/ilkom.v14i2.7504.
- Aditya, Rifan. 2023. "Profil Pandawara Group, Berhasil Ajak Ribuan Orang Bersih-Bersih Pantai Terkotor." *Suara.Com* 1. Retrieved July 11, 2023 (<https://www.suara.com/news/2023/07/11/161312/profil-pandawara-group-berhasil-ajak-ribuan-orang-bersih-bersih-pantai-terkotor#:~:text=Sebenarnya>).
- Aeni, S. N. 2023. "Menilik Sejarah Media Sosial, Manfaat, Dan Contohnya." *Katadata.Co.Id*. Retrieved (<https://katadata.co.id/sitinuraeni/digital/6246823429ac2/menilik-sejarah-media-sosial-manfaat-dan-contohnya>).
- Ananda, Muhammad Rezky. 2021. "Pemanfaatan Media Baru Untuk Efektifitas Komunikasi Pembelajaran Dalam Masa Wabah Covid 19." *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran Dan Penelitian* 7(1):578. doi: 10.52434/jk.v7i1.1019.
- APJII. 2023. "Profil Internet Indonesia 2022." *Apji.or.Od*. Retrieved ([apji.or.id](http://apji.or.id)).



- Aulia, Azzahra, and Farid Rusdi. n.d. *Azzahra Aulia, Farid Rusdi: Pengaruh Terpaan Konten Fesyen TikTok Di Akun @nazwaadinda\_02 Terhadap Perilaku Konsumtif Pengikutnya Pengaruh Terpaan Konten Fesyen TikTok Di Akun @nazwaadinda\_02 Terhadap Perilaku Konsumtif Pengikutnya.*
- Baharudin Al Farisi, Andi Muttya Keteng Pangerang. 2023. "Pandawara Group, 5 Pemuda Yang Viral Karena Bersihkan Sampah, Ternyata Korban Banjir." Retrieved January 16, 2023 (<https://www.kompas.com/hype/read/2023/01/16/143754066/pandawara-group-5-pemuda-yang-viral-karena-bersihkan-sampah-ternyata-korban>).
- BPS. 2022. "Banyaknya Desa/Kelurahan Menurut Jenis Pencemaran Lingkungan Hidup (Desa)." 1. Retrieved May 20, 2024 (<https://www.bps.go.id/indicator/168/959/1/banyaknya-desa-kelurahan-menurut-jenis-pencemaran-lingkungan-hidup.html>).
- Damayanti<sup>1</sup>, Aldevita Putri, and Happy Prasetyawati<sup>2</sup>. 2023. "Pengaruh Terpaan Berita Hoax Dan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Penyebaran Berita Hoax Di Media Sosial TikTok." *Inter Script: Journal of Creative Communication* | V(1):57-73.
- Febriyanti, Dinda, and Aisyah Zahirah Salsabila. 2024. "Strategi Kampanye Pandawara Group Melakukan Sanitasi Lingkungan Melalui Media Sosial Tiktok Pada Akun @Pandawaragroup." *Kultura, Jurnal Ilmu Hukum Dan Sosial* 2(1):301-11.
- Iqnas, Muhammad, Aldiansyah, and Renty Yuniarti. 2023. "Terhadap Minat Menonton Subscriber." *Journal Of Social Sciene Research* 3:6717-30.
- Juanda, Heri. 2017. "Media Sosial Sebagai Penyebarluasan Informasi Pemerintah Aceh." *Jurnal Peurawi* 1(1):1-22.
- Kustiawan, Winda, Fikrah Khairani Siregar, Sasi Alwiyah, and Rofifah Abiyyah Lubis. 2022. "Komunikasi Massa." 11(1):1-10.
- Mahris, Maghfira Deninda, and Choirul Umam. 2023. "Pengaruh Konten Kreator @Vmuliana Terhadap Keterampilan Public Speaking Followers Di Tiktok." *BroadComm* 5(1):39-47. doi: 10.53856/bcomm.v5i1.249.
- Maulana Ibrahim, Mochamad, and Rahmat Edi Irawan. 2021. *Pengaruh Konten Media Sosial Terhadap Sumber Informasi Pandemi Covid-19*. Vol. 7.
- Megasari, Ria. 2023. "Pandawara Group Gerakan Anak Muda Tangguh Melawan Sampah." *Sohib.Indonesia.Id* 1. Retrieved (<https://sohib.indonesiabaik.id/article/pandawara-group-gerakan-anak-muda-tangguh-melawan-sampah-ZaOr6>).
- Muhamad, Nabilah. 2024. "Pengguna TikTok Terus Bertambah Sampai Kuartal I 2024." *Databoks*. Retrieved (<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/07/12/pengguna-tiktok-terus-bertambah-sampai-kuartal-i-2024>).
- Puspitadewi, Isni, Wina Erwina, and Nuning Kurniasih. 2016. "Pemanfaatan 'Twitter Tmcpoldametro' Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Para Pengguna Jalan Raya." *Jurnal Kajian Informasi Dan Perpustakaan* 4(1):21. doi: 10.24198/jkip.v4i1.11625.
- Putra Perssela, Rangga, Rajab Mahendra, and Winda Rahmadianti. 2022. "Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektivitas Komunikasi." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (JIMAKUKERTA)* 2(3):650-56. doi: 10.36085/jimakukerta.v2i3.4525.
- Ramdhani, J. 2023. "Terinspirasi Pandawara, Anak-Anak Muda Ini Singkirkan Sampah Pantai Jakut." *News.Detik.Com* 1. Retrieved (<https://news.detik.com/berita/d-6512048/terinspirasi-pandawara-anak-anak-muda-ini-singkirkan-sampah-pantai-jakut?single=1>).
- Riani, Asnida. 2023. "Cara Pandawara Bikin Konten Tentang Sampah Jadi Viral Di Media Sosial." *Liputan6.Com*. Retrieved (<https://www.liputan6.com/lifestyle/read/5321340/cara-pandawara-bikin-konten-tentang-sampah-jadi-viral-di-media-sosial?page=3>).
- Sugiono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*.



- Sutrisno, Agnes Pertiwi, and Ira Dwi Mayangsari. 2022. "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Humasbdg Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers." *Jurnal Common* 5(2):118-33. doi: 10.34010/common.v5i2.5143.
- Tambunan, Nurhalima. 2018. "Pengaruh Komunikasi Massa Terhadap Audiens." *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study* 4(1):24. doi: 10.31289/simbollika.v4i1.1475.
- Adawiyah, Dwi Putri Robiatul. 2020. "Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja Di Kabupaten Sampang." *Jurnal Komunikasi* 14(2):135-48. doi: 10.21107/ilkom.v14i2.7504.
- Aditya, Rifan. 2023. "Profil Pandawara Group, Berhasil Ajak Ribuan Orang Bersih-Bersih Pantai Terkotor." *Suara.Com* 1. Retrieved July 11, 2023 (<https://www.suara.com/news/2023/07/11/161312/profil-pandawara-group-berhasil-ajak-ribuan-orang-bersih-bersih-pantai-terkotor#:~:text=Sebenarnya>).
- Aeni, S. N. 2023. "Menilik Sejarah Media Sosial, Manfaat, Dan Contohnya." *Katadata.Co.Id*. Retrieved (<https://katadata.co.id/sitinuraeni/digital/6246823429ac2/menilik-sejarah-media-sosial-manfaat-dan-contohnya>).
- Ananda, Muhammad Rezky. 2021. "Pemanfaatan Media Baru Untuk Efektifitas Komunikasi Pembelajaran Dalam Masa Wabah Covid 19." *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran Dan Penelitian* 7(1):578. doi: 10.52434/jk.v7i1.1019.
- APJII. 2023. "Profil Internet Indonesia 2022." *Apji.or.Od*. Retrieved (apji.or.id).
- Aulia, Azzahra, and Farid Rusdi. n.d. *Azzahra Aulia, Farid Rusdi: Pengaruh Terpaan Konten Fesyen TikTok Di Akun @nazwaadinda\_02 Terhadap Perilaku Konsumtif Pengikutnya Pengaruh Terpaan Konten Fesyen TikTok Di Akun @nazwaadinda\_02 Terhadap Perilaku Konsumtif Pengikutnya*.
- Baharudin Al Farisi, Andi Muttya Keteng Pangerang. 2023. "Pandawara Group, 5 Pemuda Yang Viral Karena Bersihkan Sampah, Ternyata Korban Banjir." Retrieved January 16, 2023 (<https://www.kompas.com/hype/read/2023/01/16/143754066/pandawara-group-5-pemuda-yang-viral-karena-bersihkan-sampah-ternyata-korban>).
- BPS. 2022. "Banyaknya Desa/Kelurahan Menurut Jenis Pencemaran Lingkungan Hidup (Desa)." 1. Retrieved May 20, 2024 (<https://www.bps.go.id/indicator/168/959/1/banyaknya-desa-kelurahan-menurut-jenis-pencemaran-lingkungan-hidup.html>).
- Damayanti<sup>1</sup>, Aldevita Putri, and Happy Prasetyawati<sup>2</sup>. 2023. "Pengaruh Terpaan Berita Hoax Dan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Penyebaran Berita Hoax Di Media Sosial TikTok." *Inter Script: Journal of Creative Communication* | V(1):57-73.
- Febriyanti, Dinda, and Aisyah Zahirah Salsabila. 2024. "Strategi Kampanye Pandawara Group Melakukan Sanitasi Lingkungan Melalui Media Sosial Tiktok Pada Akun @Pandawaragroup." *Kultura, Jurnal Ilmu Hukum Dan Sosial* 2(1):301-11.
- Iqnas, Muhammad, Aldiansyah, and Renty Yuniarti. 2023. "Terhadap Minat Menonton Subscriber." *Journal Of Social Sciene Research* 3:6717-30.
- Juanda, Heri. 2017. "Media Sosial Sebagai Penyebarluasan Informasi Pemerintah Aceh." *Jurnal Peurawi* 1(1):1-22.
- Kustiawan, Winda, Fikrah Khairani Siregar, Sasi Alwiyah, and Rofifah Abiyah Lubis. 2022. "Komunikasi Massa." 11(1):1-10.
- Mahris, Maghfira Deninda, and Choirul Umam. 2023. "Pengaruh Konten Kreator @Vmuliana Terhadap Keterampilan Public Speaking Followers Di Tiktok." *BroadComm* 5(1):39-47. doi: 10.53856/bcomm.v5i1.249.
- Maulana Ibrahim, Mochamad, and Rahmat Edi Irawan. 2021. *Pengaruh Konten Media Sosial Terhadap Sumber Informasi Pandemi Covid-19*. Vol. 7.



- Megasari, Ria. 2023. "Pandawara Group Gerakan Anak Muda Tangguh Melawan Sampah." *Sohib.Indonesia.Id* 1. Retrieved (<https://sohib.indonesiabaik.id/article/pandawara-group-gerakan-anak-muda-tangguh-melawan-sampah-ZaOr6>).
- Muhamad, Nabilah. 2024. "Pengguna TikTok Terus Bertambah Sampai Kuartal I 2024." *Databoks*. Retrieved (<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/07/12/pengguna-tiktok-terus-bertambah-sampai-kuartal-i-2024>).
- Puspitadewi, Isni, Wina Erwina, and Nuning Kurniasih. 2016. "Pemanfaatan 'Twitter Tmcpoldametro' Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Para Pengguna Jalan Raya." *Jurnal Kajian Informasi Dan Perpustakaan* 4(1):21. doi: 10.24198/jkip.v4i1.11625.
- Putra Perssela, Rangga, Rajab Mahendra, and Winda Rahmadianti. 2022. "Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektivitas Komunikasi." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (JIMAKUKERTA)* 2(3):650-56. doi: 10.36085/jimakukerta.v2i3.4525.
- Ramdhani, J. 2023. "Terinspirasi Pandawara, Anak-Anak Muda Ini Singkirkan Sampah Pantai Jakut." *News.Detik.Com* 1. Retrieved (<https://news.detik.com/berita/d-6512048/terinspirasi-pandawara-anak-anak-muda-ini-singkirkan-sampah-pantai-jakut?single=1>).
- Riani, Asnida. 2023. "Cara Pandawara Bikin Konten Tentang Sampah Jadi Viral Di Media Sosial." *Liputan6.Com*. Retrieved (<https://www.liputan6.com/lifestyle/read/5321340/cara-pandawara-bikin-konten-tentang-sampah-jadi-viral-di-media-sosial?page=3>).
- Sugiono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*.
- Sutrisno, Agnes Pertiwi, and Ira Dwi Mayangsari. 2022. "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Humasbdg Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers." *Jurnal Common* 5(2):118-33. doi: 10.34010/common.v5i2.5143.
- Tambunan, Nurhalima. 2018. "Pengaruh Komunikasi Massa Terhadap Audiens." *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study* 4(1):24. doi: 10.31289/simbollika.v4i1.1475.