

## **Optimalisasi Instagram Sebagai Media Pemasaran Sosial dalam Membentuk Kesadaran Lingkungan pada Generasi Z (Studi Analisis isi Konten @Pandawaragroup)**

## **Optimization of Instagram as Social Marketing Media in Creating Environmental Awareness in Generation Z (Content Analysis Study of @Pandawaragroup Content)**

**Suman Jaya <sup>1</sup>, Riki Arswendi <sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana

Jl. Meruya Selatan, Kembangan, Jakarta 11650

Email: <sup>1</sup> sumanjaya@mercubuana.ac.id, <sup>2</sup> riki.arswendi@mercubuana.ac.id

Received : May 13, 2024 ; Revised: July 22, 2024; Accepted: August 16, 2024

### **Abstrak**

Instragram merupakan sosial media yang memberikan layanan berbagi foto atau video secara daring. Selain itu, Instagram juga digunakan sebagai tempat orang berjualan secara *online* hingga kampanye sosial serta lingkungan. Kampanye untuk kebersihan lingkungan bukan sekadar aktivitas sosial, tetapi merupakan langkah konkret menuju perubahan positif. Melalui media sosial @pandawaragroup secara rutin membagikan informasi terkait gambaran tentang kerusakan lingkungan yang disebabkan oleh sampah, serta mengajak Masyarakat, terutama generasi Z (Gen Z) untuk aktif terlibat dalam upaya pelestarian lingkungan dengan aksi nyata membersihkan selokan, sungai dan pantai. Tujuan utamanya adalah meningkatkan pemahaman tentang dampak kerusakan lingkungan serta memberikan panduan, motivasi tentang perilaku yang dapat mendukung pelestarian alam. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis isi. Metode tersebut digunakan untuk memahami makna dalam teks tertulis atau data non-teks, seperti gambar atau rekaman suara. Hasil dari penelitian ini menjelaskan tentang peran Pandawaragroup dalam mengkampanyekan isu pelestarian lingkungan, dan bagaimana pesan-pesan mereka dapat mempengaruhi kesadaran dan tindakan masyarakat terkait permasalahan lingkungan, terutama terkait dengan sampah. Pandawaragroup dapat juga disebut Green-influencer, konten-konten mereka di jagat maya sukses memicu semangat dan kesadaran, terutama bagi generasi Z dengan respon rata-rata puluhan ribu hingga ratusan ribu *likes*. Mereka bekerja sama dengan lembaga-lembaga maupun perusahaan-perusahaan yang peduli pada lingkungan sebagai bagian dari program tanggung jawab sosial dan lingkungan yang berusaha untuk meningkatkan citra mereka dengan berinvestasi dalam praktik berkelanjutan dan berkontribusi pada pelestarian lingkungan. Unggahan-unggahan @Pandawaragroup juga memunculkan aksi kolaborasi dengan para konten kreator dalam negeri serta di negara - negara ASEAN dengan tujuan memperkuat ikatan antara komunitas konten kreator di masing-masing negara ASEAN dengan program-program yang berfokus pada isu terhadap kebersihan lingkungan yang ada di seluruh negara ASEAN.

**Kata Kunci:** Generasi Z; Instagram; Kampanye; Pelestarian lingkungan

### **Abstract**

*Instagram is a social media that provides online photo or video sharing services. Apart from that, Instagram is also used as a place for people to sell online to social and environmental campaigns. Campaigns for environmental cleanliness are not just social activities, but are concrete steps towards positive change. Through social media, @pandawaragroup regularly shares information related to environmental damage caused by waste, and invites the public, especially generation Z (Gen Z) to be actively involved in environmental conservation efforts with concrete actions to clean gutters, rivers and beaches. The main aim is to increase understanding of the impacts of environmental damage and provide guidance and motivation regarding behavior that can support nature conservation. This research uses a qualitative research method with a content analysis approach. This method is used to understand the meaning in written text or non-text data, such as images or sound recordings. The results of this research explain how @pandawaragroup plays a role in campaigning for environmental conservation issues, and how their messages can influence people's awareness and actions regarding environmental problems, especially those related to waste. Pandawaragroup can also be called a Green-influencer, their content in cyberspace has successfully sparked enthusiasm and awareness, especially for generation Z with an average response of tens of thousands to hundreds of thousands likes. They collaborate with institutions and companies that care about the environment as part of social and environmental responsibility programs that seek to improve their image by investing in sustainable practices and contributing to environmental conservation. Pandawaragroup's uploads also give rise to collaborative actions with domestic content creators and in ASEAN countries with the aim of strengthening ties between the content creator community in each ASEAN country with programs that focus on environmental cleanliness issues throughout the ASEAN countries.*

**Keywords:** Campaign, Environmental Conservation, Gen Z, Instagram,

### **1. Pendahuluan**

Sampah menjadi persoalan pelik yang tak kunjung habis hingga saat ini. Jumlah sampah akan terus meningkat bersamaan dengan meningkatnya jumlah penduduk serta aktivitas ekonomi. Fenomena sampah laut masih jadi perbincangan hangat masyarakat dunia, tak terkecuali Indonesia. Berdasarkan catatan Bank Dunia “The Atlas of Sustainable Development Goals 2023”, Indonesia merupakan negara penghasil sampah plastik di laut yang terbesar ke-5 di dunia pada 2020-2023. Dampak kerusakan yang semakin nyata akibat pencemaran sampah laut terutama berjenis plastik menggugah hati banyak pihak untuk memikirkan

solusi penanganannya. Sebab, mengancam biota laut dan pantai. Belum lagi, ancaman mikroplastik yang masuk ke dalam organ tubuh hingga darah manusia, sehingga dapat menimbulkan kekhawatiran saat mengkonsumsi hidangan laut.

Kekhawatiran tersebut wajar terjadi, mengingat tiap tahunnya 12,7 juta ton sampah plastik dunia ditemukan di laut (Condor Ferries, 2020-2021). Oleh karena itu, kita harus tahu betul dari mana dan bagaimana sampah bisa berakhir di lautan. Supaya kita bisa memahami langkah preventif untuk mengatasinya. Salah satu sumbernya yang sangat dekat dengan kita adalah sungai. Sungai selama ini jadi

jembatan yang mengalirkan sampah yang kita hasilkan di daratan ke laut. Sebuah penelitian yang berjudul "*Tracking Marine Litter With a Global Ocean Model: Where Does It Go? Where Does It Come From?*" mengungkapkan bahwa 80% sampah plastik di laut dibawa oleh lebih dari 1000 aliran sungai di dunia. Menariknya, kebanyakan sungai yang membawa banyak sampah adalah sungai-sungai kecil yang berada di sekitar pemukiman padat penduduk, bukan dari sungai-sungai besar.

Perjalanan sampah dari daratan melalui sungai hingga berakhir di lautan telah melalui perjalanan yang panjang. Kebanyakan dari kita juga tidak akan tahu apakah sisa buangan kita benar-benar berakhir di laut atau sudah terkelola dengan baik di Tempat Pemrosesan Akhir (TPA). Masing-masing sampah punya perjalannya sendiri yang tentunya berbeda-beda tergantung bagaimana kita yang membuangnya. Ada yang masuk ke industri daur ulang melalui bank sampah, ada yang harus melalui TPA kemudian beberapa diantaranya terkelola dengan baik dan beberapa lainnya tanpa disadari masuk ke sungai karena ada yang belum terkelola secara baik. Ada pula yang dari tempat sampah langsung berpindah ke sungai karena dibuang sembarangan. Apapun jalannya, sampah yang tercecer dan tidak terolah akan bermuara di lautan.

Meskipun berakhir di lautan, bukan berarti sampah yang melewati sungai tidak menimbulkan masalah lingkungan. Sungai-sungai di Indonesia 59% telah tercemar oleh sampah dan limbah berbahaya. Sampah yang mengendap di dasar sungai maupun yang tersangkut di

bebatuan dan pohon-pohon di tepi sungai dapat merusak kualitas air yang menurunkan kadar oksigen air. Ini dapat menimbulkan kematian massal biota sungai seperti ikan, katak dan lainnya. Sampah plastik yang lama mengendap di sungai pun bisa menghasilkan mikroplastik seperti sampah plastik di laut. Sebagai contoh, penelitian dari Ekspedisi Sungai Nusantara menemukan terdapat 180 partikel mikroplastik dalam 100 liter air di Sungai Ciwulan, Tasikmalaya yang tercemar plastik.

Saat sampah sungai berakhir di lautan, ia juga menyebabkan kerusakan yang tak jauh berbeda saat masih di sungai. Sampah perlahan akan merusak ekosistem mulai dari mengubah rantai makanan dan merusak habitat biota laut. Perlahan namun pasti, ekosistem yang rusak membunuh biota laut dan pada akhirnya akan mengancam kelangsungan hidup umat manusia yang membutuhkan nutrisi dari makanan laut. Dibutuhkan upaya yang signifikan dalam mengatasi permasalahan tersebut.

Internet memberikan banyak dampak dan perubahan yang signifikan yang terjadi pada kehidupan manusia. Munir menegaskan bahwa pada saat ini teknologi sangat mempengaruhi kehidupan manusia dalam melakukan aktivitasnya dalam bidang apapun terkhusus dalam bidang informasi dan komunikasi (Anam et al., 2021).

Salah satu produk internet yakni media sosial. Media sosial didefinisikan secara bebas sebagai wadah atau forum yang merangkai banyak individu. Para individu tersebut bisa mengenal atau tidak mengenal satu sama lain. Mereka juga

saling berkirim informasi satu sama lain. Media sosial memiliki fungsi yang beragam, terutama untuk membantu seorang individu bersosialisasi. (Martha Adiputra et al., 2022). Media sosial memiliki peranan besar dalam kehidupan manusia yang bahkan dapat menentang otoritas negara, sehingga mampu berperan penting pada aspek lainnya (Surzhko-Harned & Zahuranec, 2017).

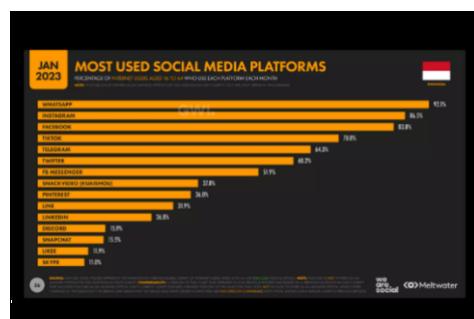
Media sosial bisa membuat seseorang baik secara sendirian maupun kelompok melakukan komunikasi. Media sosial juga bertujuan agar adanya interaksi yang bisa dilakukan dengan dua arah di seluruh dunia dalam berbagai bentuk (Zakaria & Wijaya, 2022). Media sosial menjadi media yang sangat popular diantara masyarakat Indonesia. Hal ini didukung dengan mudahnya penggunaan media sosial serta banyak aplikasi yang memiliki karakteristik berbeda-beda yang bisa disesuaikan dengan kepribadian serta selera para pengguna. (Satyanandani et al., 2022). Media sosial juga memungkinkan individu untuk mengkonsumsi, memproduksi hingga berbagi informasi secara online (Ariel & Avidar, 2015).

Indonesia menjadi salah satu negara dengan pengguna media sosial terbanyak di dunia. Tidak hanya menjadi negara dengan jumlah penduduk yang besar di dunia, Indonesia juga mengalami pertumbuhan yang cepat dan signifikan dalam penggunaan teknologi dan juga mengikuti tren. Adapun, aplikasi media sosial yang paling banyak digunakan oleh orang Indonesia adalah WhatsApp. Alasan penggunaan media sosial di Indonesia

sendiri masih berputar pada alat komunikasi untuk berhubungan dengan teman dan keluarga, mengisi waktu luang, mengetahui tren yang sedang dibicarakan orang lain, dan masih banyak lagi.

Data berikut ini disajikan oleh We Are Social, sebagai platform yang menyajikan data beserta tren penggunaan internet, media sosial, dan perilaku *e-commerce* secara berkala setiap tahun. Tahun 2023, We Are Social juga sudah mengeluarkan laporan media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia.

Gambar 1.  
Tren Penggunaan Internet



Sumber: wearesocial.com

Instagram adalah media sosial dengan pengguna terbanyak selanjutnya. Di App Store, Instagram menempati peringkat 3 aplikasi gratis teratas dengan rating 4,8 dari 5. Instagram merupakan sosial media yang memberikan layanan berbagi foto atau video secara daring. Selain dapat mengunggah foto atau video, Instagram juga mempunyai beberapa fitur lain seperti Instastories, IGTV, Direct Message, panggilan video (*video call*) dan masih banyak lagi. Selain itu, Instagram juga digunakan sebagai tempat orang berjualan secara *online* hingga kampanye sosial serta lingkungan.

Kampanye untuk kebersihan lingkungan bukan sekadar aktivitas sosial, tetapi merupakan langkah konkret menuju perubahan positif. Melalui kampanye, gen Z diajak untuk terlibat dalam pelestarian lingkungan.

Gen Z adalah mereka yang lahir setelah tahun 1995 (Brown, 2020; Francis & Hoefel, 2018; Linnes & Metcalf, 2017), atau sering kali disebut dengan generasi pasca-milenial. Gen Z dikenal sebagai generasi yang kreatif dan inovatif. Menurut survei yang dilakukan oleh Harris Poll (2020), sebanyak 63% Gen Z tertarik untuk melakukan beragam hal kreatif setiap harinya. Kreatifitas tersebut turut dibentuk dari keaktifan Gen Z dalam komunitas dan sosial media. Hal ini relevan dengan sejumlah studi yang mengidentifikasi bahwa Gen Z adalah generasi yang erat dengan teknologi (*digital native*), sebagaimana mereka lahir di era *smartphone*, tumbuh bersama dengan berkembang pesatnya teknologi komputer, serta memiliki keterbukaan akan akses internet yang lebih mudah dibandingkan dengan generasi sebelumnya. Mereka diajarkan tentang pentingnya menjaga kebersihan lingkungan, memupuk nilai-nilai keberlanjutan, dan menjadi agen perubahan yang membawa inspirasi bagi generasi mendatang. Saat ini, telah banyak aktivitas-aktivitas sosial yang proaktif dalam menjaga lingkungan dari tumpukan sampah yang berlebihan. Salah satu yang saat ini paling viral adalah Pandawaragroup.

Pandawaragroup merupakan kelompok yang terdiri atas lima pemuda dari Bandung Jawa Barat.

Mereka adalah Rifki Sa'dullah, Gilang Rahma, Muchamad Ikhsan, Rafly Pasya dan Agung Permana. Kelima pemuda itu turun ke sungai untuk membersihkan sampah yang selama ini mengakibatkan banjir kala hujan turun. Aksi bersih-bersih sampah di sungai itu semula tidak pernah dibagikan di media sosial (medsos). Lantas setelah beberapa kali beraksi, kegiatan itu dibagikan dalam bentuk video maupun foto di sejumlah platform medsos, seperti Instagram, Tiktok serta Youtube. Alhasil, setiap kegiatan Pandawaragroup mendapat respons dan diikuti masyarakat, terutama generasi muda di lokasi mereka berkegiatan.

Selain diikuti masyarakat, akun medsosnya pun mendapat pengikut begitu banyak. Di Instagram misalnya telah memiliki 2,5 juta *followers* (pengikut). Setiap konten video kegiatan Pandawara diunggah di medsos kerap viral dan ditonton jutaan kali oleh pengguna. Sejak memulai aksi bersih-bersih pada tahun 2021, Pandawaragroup telah membersihkan lingkungan di 221 titik lokasi di seluruh Indonesia. Mereka pun telah mengangkut lebih dari 1.200 ton sampah.

Menurut Fini F. Basarah (2020:28): apa yang disuarakan melalui media social bisa memberikan dampak positif maupun negatif. Melalui media sosial, @pandawaragroup secara rutin membagikan informasi terkait jenis-jenis sampah, meliputi gambaran tentang kerusakan yang terjadi, dampaknya, serta mengajak orang untuk secara aktif terlibat dalam upaya pelestarian lingkungan dengan aksi nyata membersihkan selokan,

sungai dan pantai. Tujuan utamanya adalah meningkatkan pemahaman masyarakat tentang dampak kerusakan lingkungan serta memberikan panduan, motivasi tentang perilaku yang dapat mendukung pelestarian alam. Dari latar belakang tersebut, muncul sebuah gagasan untuk membahas lebih dalam terkait pesan-pesan Pandawaragroup dalam menyampaikan kampanye kebersihan lingkungan melalui media Instagram untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga kebersihan lingkungan, khususnya selokan, sungai hingga laut. Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka yang menjadi perumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana wacana peduli lingkungan pada isi pesan komunikasi visual di akun instagram @pandawaragroup?

## 2. Kerangka Teori

Teori yang digunakan teori memuat teori-teori sebelumnya sebagai dasar penelitian dan hipotesis sementara. Dalam penelitian terdahulu yang dilakukan Aulia, Kharisma dan Athallah pada tahun 2023 terdapat perbedaan media sosial yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu Tiktok. Penelitian ini membahas tentang strategi Pandawaragroup untuk kampanye menjaga kebersihan lingkungan. Aksi sosial yang dilakukan bukan hanya mencakup kegiatan fisik membersihkan lingkungan dari sampah, tetapi juga mencakup edukasi masyarakat dan pemberdayaan komunitas melalui sebuah platform TikTok. Dalam konteks ini, Pandawaragroup melakukan ajakan, sosialisasi dan

merangkul semua lapisan untuk bersama-sama melakukan aksi sosial terhadap upaya pembersihan saluran air, sungai dan pantai yang kini menjadi masalah yang urgent untuk dilakukan.

Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Dymas (2022) dengan judul “Analisis Pesan Persuasif Komunikasi Lingkungan Di Instagram (Analisis Elaboration Likelihood Model Akun Instagram @wadas\_melawan). Penelitian menunjukkan bahwa Instagram mampu digunakan secara optimal oleh akun @wadas\_melawan dalam menyampaikan pesan persuasi komunikasi lingkungannya. Hal ini disimpulkan dari temuan penelitian yang menyatakan bahwa jalur periferal yang merupakan jalur pinggiran memiliki frekuensi yang lebih tinggi. Namun demikian kualitas argumen yang mendominasi adalah tipe argumen strong. Temuan menarik bahwa tipe pesan aksi lebih sedikit daripada tipe pesan opini dan informasi. Dari hasil analisis, media sosial instagram lebih dominan dalam memfasilitasi rute periferal daripada rute pusat.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Siti (2022) dengan judul Implementasi Komunikasi Pemasaran Siklus Refill Dalam Membangun Brand Image Melalui Media Sosial Instagram. (Analisis Isi Kualitatif pada Akun Instagram @siklusrefill). Dengan tema yang sama terkait upaya pelestarian lingkungan, meniadakan penggunaan plastik sekali pakai, @siklusrefill memanfaatkan fitur Instagram seperti Posting, Direct Message Otomatis, membuat konten kreatif, menarik dan lucu. Secara umum, segmentasi dari

Siklus refill ini adalah seluruh kalangan yang memiliki minat kepedulian terhadap lingkungan dengan mengurangi penggunaan plastik kemasan sekali pakai. Target yang ditetapkan yaitu ibu rumah tangga yang memiliki kebutuhan rumah tangga karena citra dari Siklus refill ini yaitu startup yang menjual produk rumah tangga seperti sabun, sampo atau deterjen dan lainnya dengan memiliki komitmen pengurangan sampah plastik.

Setelah dijabarkan hasil penelitian terdahulu, maka yang dapat disimpulkan terkait perbedaan dengan penelitian sebelumnya adalah sebuah perusahaan atau organisasi besar/ternama yang melakukan kampanye pelestarian lingkungan melalui media sosial, sedangkan riset ini lebih mengkaji bagaimana 5 orang pemuda menjadi komunikator dalam mendesain pesan melalui media Instagram yang kampanyenya mengedukasi & menginspirasi khalayak untuk turut serta melestarikan lingkungan dengan aksi nyata yang konsisten dalam membersihkan saluran air, sungai dan pantai.

### **New Media**

New media atau media baru adalah sebuah terminologi untuk menjelaskan konvergensi antara teknologi komunikasi digital yang terkomputerisasi serta terhubung ke dalam jaringan. Konvergensi adalah "Berbagai perkembangan bentuk media massa terus merentang dari sejak awal siklus penemuannya. Setiap model media baru tersebut cenderung merupakan perpanjangan, atau evolusi dari model-model

terdahulu. Dalam konteks ini, internet bukanlah suatu pengecualian"

Melalui internet, semua orang bisa mendapatkan informasi dengan mudah dan cepat tanpa perlu mencemaskan waktu dan jarak. Sebagaimana yang dikatakan oleh Marshall McLuhan dalam teorinya medium as an extension of human faculties: media sebagai perpanjangan tubuh manusia. Hadirnya internet dapat memudahkan dalam memberikan layanan-layanan kepada khalayak untuk mendapatkan informasi dan berkomunikasi. Salah satu yang termasuk dalam new media adalah media sosial.

### **Media Sosial**

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi. Menurut Van Djik (2013), yang dikutip oleh Nasrullah dalam buku Media Sosial (2016:11), mengatakan bahwa: "Media Sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi, karena itu media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial".

Salah satu media sosial adalah jejaring sosial. Situs jejaring sosial merupakan sebuah bentuk layanan internet yang ditunjukkan sebagai komunitas online bagi orang yang memiliki kesamaan aktivitas, ketertarikan pada bidang tertentu, atau kesamaan latar belakang tertentu. Situs jejaring sosial atau

social networking lazim dikenal sebagai jaringan pertemanan. Layanan social networking biasanya berbasis web, dilengkapi dengan beragam fitur bagi penggunanya agar dapat saling berkomunikasi dan berinteraksi.

### **Instagram**

Instagram merupakan salah satu situs social networking yang popular dewasa ini adalah instagram. Instagram sendiri berasal dari kata “instan”, dan “gram” (“telegram”), oleh karena itulah Instagram berasal dari kata insta-telegram. Instagram juga merupakan aplikasi media sosial berbasis Android maupun IOS yang menggunakan jejaring internet untuk mengaktifkannya. Instagram juga memiliki fungsi yaitu : (1). Interaksi sesama pengguna Instagram. (2). Mencari dan berbagi Informasi atau ilmu pengetahuan. (3). Sebagai sarana pemasaran (media online).

Instagram memiliki banyak kelebihan dibanding dengan media sosial yang lain, yaitu dapat memperlihatkan visual berupa foto atau gambar kepada penggunanya, sehingga informasi yang didapatkan jelas dan ditambah kolom caption yang dapat membantu mendeskripsikan foto atau gambar yang ditampilkan.

### **Pemasaran sosial**

Konsep pemasaran sosial pertama kali diperkenalkan oleh Kotler dan Zaltman pada tahun 1971. Pemasaran sosial sering dikaitkan dengan pemasaran untuk organisasi nirlaba. Hal ini karena pemasaran sosial lebih fokus pada pencapaian tujuan sosial daripada profit atau keuntungan. Aktivitas pemasaran sosial mencakup

pemasaran untuk organisasi publik dan non-komersial seperti lembaga administrasi publik, rumah sakit, layanan sosial, atau fasilitas perawatan. Menurut Dictio, Pemasaran Sosial (Social Marketing) adalah penggunaan prinsip dan teknik pemasaran, yang dirancang untuk mempengaruhi khalayak sasaran agar secara sukarela mengubah perilaku, demi kebaikan dan kepentingan individu serta masyarakat. Social Marketing muncul sebagai cara sistematis untuk merancang, mengimplementasikan, dan mengendalikan program yang dihitung untuk mempengaruhi penerimaan ide-ide sosial, termasuk perencanaan produk, harga, komunikasi, distribusi dan pemasaran.

Perjalanan waktu yang panjang telah membuat disiplin ilmu pemasaran melalui tantangan dan peluang. Tantangan dan peluang seperti dua sisi mata uang, saling melengkapi dan tergantung darimana melihatnya. Selama perjalanan waktu, beberapa isu masih relevan dan mungkin beberapa lagi berevolusi mengikuti perkembangan zaman. Tantangan yang paling utama pada masa kini adalah teknologi yang telah membuat peradaban baru bagi masyarakat modern, yaitu peradaban digital. Tantangan tersebut sekaligus menciptakan peluang, dimana hal-hal yang belum mungkin terjadi pada masa lalu dapat dilakukan masa kini. Keduanya mendorong berbagai kumpulan pemasar sosial untuk bergabung dalam organisasi formal dengan tujuan memelihara, mengembangkan, dan mendukung banyak orang yang belajar dan bekerja dalam pemasaran sosial di

seluruh dunia. Organisasi dan orang-orang ini menciptakan komunitas praktik yang menerapkan pemasaran, psikologi sosial, kesehatan masyarakat, kelestarian planet, dan disiplin ilmu lain untuk mencapai kebaikan sosial yang lebih besar (Kassirer et al., 2019).

### **Generasi Z (Gen Z)**

Generasi Z atau gen Z atau yang juga biasa disebut sebagai centennials, merupakan generasi yang lahir pada tahun 1997-2012, tepatnya setelah generasi millennium atau generasi Y. Selain itu, generasi Z adalah golongan generasi yang dilahirkan pada tahun 1998 hingga 2009 (Tapscott dalam Islami, 2016). Secara umum, pernyataan-pernyataan tersebut benar mengingat bahwa generasi Z adalah generasi yang lahir pasca tahun 1996 (Pew Research Center dalam Business Insider, 2018). Generasi Z mulai mengenal internet seiring dengan usia mereka. Media sosial telah dikenalkan sejak mereka masih kecil. Oleh karena itu, mereka juga dijuluki sebagai generasi internet atau disebut juga iGeneration (Putra, 2016). Segala hal yang dilakukan oleh generasi Z biasanya berhubungan dengan internet. Dengan dibantu oleh perkembangan teknologi, mereka lebih mampu untuk melakukan semua kegiatan dalam satu waktu (multitasking) dibandingkan generasi-generasi terdahulunya (Apaut & Suparman, 2021).

### **3. Metode Penelitian**

Metode digunakan sebagai alat dalam pemecahan permasalahan termasuk metode analisis. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis

isi. Metode penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis isi digunakan untuk memahami makna dalam teks tertulis atau data non-teks, seperti gambar atau rekaman suara. Seperti yang dijelaskan Creswell (2016:4) penelitian kualitatif merupakan metode-metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang oleh sejumlah individu atau sekelompok orang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan. Tujuan analisis isi adalah untuk menggali pola-pola, makna, dan pesan yang terkandung dalam data. Selain itu, metode kualitatif adalah cara untuk melakukan penelitian dengan fokus pada pemahaman yang mendalam tentang orang dan situasi. Ini berbeda dari penelitian kuantitatif yang lebih tentang angka dan statistik.

Analisis isi adalah cara untuk memahami pesan atau makna dalam teks atau data. Analisis ini melibatkan pengenalan pola, tema, atau pesan yang terkandung di dalam informasi yang nanti akan dikumpulkan. Selain itu, pengertian analisis isi yang lain yaitu adalah teknik yang digunakan untuk menyelidik isi yang lebih dalam. Tujuan dari analisis isi yakni adalah untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang apa yang akan disampaikan oleh teks atau data yang telah diperoleh dari tindakan tersebut. Peneliti memilih metode penelitian kualitatif untuk menganalisis pesan yang berusaha disampaikan oleh unggahan @pandawaragroup yang menyoroti permasalahan di sungai serta pantai dan penanganannya. Langkah pertama, peneliti mengumpulkan unggahan terkait dari periode 4 Oktober 2022 hingga 18 Maret 2024

dan menemukan ada 14 postingan dari @pandawaragroup yang berkaitan dengan upaya membersihkan sungai dan pantai dari sampah. Setelah itu, peneliti melakukan klasifikasi atau mengkategorikan 14 postingan tersebut berdasarkan postingan yang bersifat informatif tentang kategori sampah, postingan yang bersifat mengedukasi cara mengelola sampah, postingan inspiratif, dan lainnya. Selanjutnya, peneliti menganalisis pesan yang berusaha disampaikan dalam postingan-postingan tersebut. Metode penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis isi menjadi pilihan yang tepat dalam menganalisis pesan-pesan yang terkandung dalam postingan @pandawaragroup terkait upaya menjaga kebersihan selokan, sungai dan pantai. Penelitian ini berusaha memahami apa saja pesan yang berusaha disampaikan oleh unggahan @pandawaragroup. Dengan metode ini peneliti bebas untuk mengerti makna, konteks, dan perasaan yang mungkin terkandung dalam setiap unggahan.

Dengan mengumpulkan dan mengklasifikasikan unggahan yang berkaitan dengan aksi membersihkan sungai, penelitian ini mencoba untuk mengungkapkan bagaimana @pandawaragroup berusaha memberikan informasi dan edukasi kepada masyarakat tentang dampak sampah dan upaya-upaya untuk mengatasi masalah tersebut. Analisis isi membantu untuk mengenali pola-pola pesan yang muncul dalam setiap unggahan, baik yang bersifat informatif maupun edukatif. Hasil dari penelitian ini akan memberikan pemahaman yang lebih baik tentang

bagaimana @pandawaragroup berperan dalam mengkampanyekan isu pelestarian lingkungan, dan bagaimana pesan-pesan mereka dapat mempengaruhi kesadaran dan tindakan masyarakat terkait permasalahan lingkungan, terutama sampah.

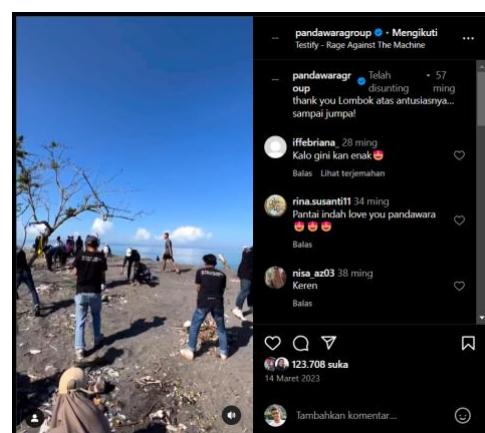
#### 4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil dan pembahasan berisi hasil-hasil temuan penelitian dan pembahasannya.

#### Analisis Konten Kampanye

Kegiatan kampanye pada akun Instagram @pandawaragroup berisikan penyebaran informasi terkait aksi membersihkan lingkungan, yaitu saluran air, sungai dan pantai yang bertujuan untuk menarik perhatian dan memberikan pengaruh untuk dapat mengajak *Followers* (pengikutnya) melakukan suatu aksi baik atau kampanye untuk kebersihan lingkungan. Pada konten kampanye telah terpilih beberapa sampel konten:

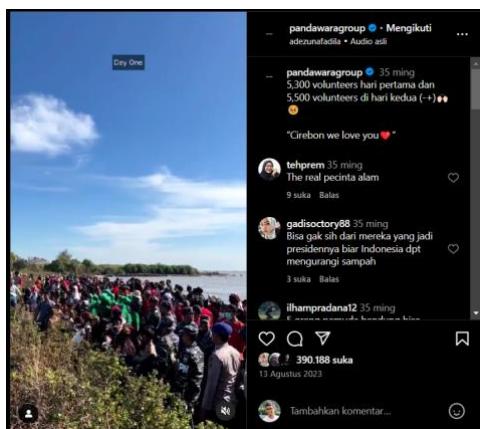
Gambar 2.  
Konten bersih-bersih pantai di Lombok



Sumber: Instagram @pandawaragroup

Pandawaragroup bersama 200 relawan Lombok dari mulai anak-anak, remaja hingga dewasa melakukan aksi membersihkan sampah di sebuah pantai di Lombok Nusa Tenggara Timur. Kekuatan gerakan sosial Pandawara ini sudah dimaksimalkan dengan sebuah kolaborasi. Kegiatan ini bekerjasama dengan program tanggung jawab sosial dan lingkungan dari Citilink, salah satu maskapai penerbangan di Indonesia. Pandawara sudah bekerja sama dengan beberapa perusahaan termasuk dinas pemerintah untuk melakukan aksi pembersihan sampah di lokasi tertentu. Postingan 14 Maret 2023 ini dilikes 123.708 akun dan dikomentari positif (apresiasi dan mendoakan) sebanyak 2.923. 5,300 volunteers hari pertama dan 5,500 volunteers di hari kedua (-+) "Cirebon we love you"

Gambar 3.  
Aksi Pandawaragroup bersama para relawan di Cirebon



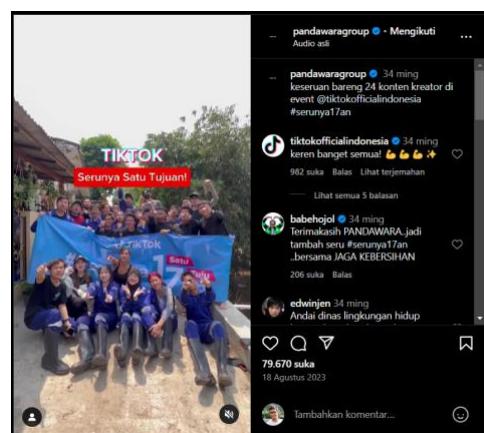
Sumber: Instagram @pandawaragroup

Video yang diunggah 13 Agustus 2023 memperlihatkan aksi ribuan orang memenuhi Pantai Kesenden Cirebon dan mengumpulkan sampah dalam plastik hitam besar. Video

tersebut diiringi dengan lagu "Lirik Berkibarlah Bendera Negeriku" dalam nuansa HUT ke-78 RI. Pandawara memiliki impak besar di media sosial. Hadirnya mereka bisa menjadi inspirasi bagi anak muda lainnya untuk berbuat yang sama.

Dalam video di hari pertama bersih-bersih terlihat berbagai lapisan masyarakat saling gotong royong membersihkan. Tampak pula tumpukan plastik hitam yang sudah dipenuhi sampah yang siap diangkut. Pandawaragroup sebelumnya mengajak volunteer untuk merayakan Hari Kemerdekaan RI ke-78, dengan memerdekakan pantai terkotor nomor tiga di Indonesia. Aksi bersih-bersih pantai itu berlangsung selama dua hari, yakni Sabtu – Ahad, (12-13/8/2023). Total relawan yang turut serta aksi mega *clean up* berjumlah 10.800 orang. Video tersebut di *Likes* 390.181 netizen dan direspon positif (apresiasi dan mendoakan) sebanyak 6.616 komentar.

Gambar 4.  
Pandawaragroup kolaborasi dengan 24 konten kreator TikTok membersihkan sungai



Sumber: Instagram @pandawaragroup

Pandawaragroup bersama dengan 24 konten kreator TikTok

Indonesia bergotong royong membersihkan Sungai Kalibari, di Pabuaran, Kabupaten Bogor. Dalam kegiatan membersihkan sungai yang dilakukan pada 17 Agustus, terkumpul sebanyak 300 kantong sampah kotoran yang didapat dari sungai Kalibari Kabupaten Bogor. Video tersebut diunggah pada Jumat 18 Agustus 2023, dimana dalam video tersebut terlihat para konten kreator sangat antusias dengan ikut terjun ke sungai mengumpulkan sampah dan memasukkannya dalam kantong hitam. Dengan kegiatan ini diharapkan makin banyak konten kreator, figur publik dan *influencer* yang menyuarakan kepedulian terhadap lingkungan alam, dampaknya akan makin baik. Artinya, makin banyak generasi muda yang berpotensi tergerak untuk menyayangi lingkungan. Postingan tersebut mendapatkan respon positif berupa 79.670 likes dan dikomentari sebanyak 629 comment.

Gambar 5.  
Pandawaragroup edukasi ke sebuah sekolah



Sumber: Instagram @pandawaragroup

Sekolah mana lagi ya yang harus kita kunjungi? Postingan ini @pandawaragroup diundang ke

sebuah sekolah dimana tujuannya adalah mengedukasi, menginspirasi, memotivasi para siswa sekolah dan guru untuk terus melakukan upaya melestarikan lingkungan. Pandawaragroup memiliki program Ajaraksa, program ini dilakukan dengan sosialisasi kebersihan lingkungan ke sekolah-sekolah. Dipostingan ini mendapatkan 160.444 likes dan dikomentari positif sebanyak 1.523, sebagian besar komentarnya adalah keinginan agar banyak sekolah atau lembaga pendidikannya di kunjungi oleh pandawaragroup.

Gambar 6  
Pandawara berkolaborasi dengan program CSR salah satu perusahaan nasional



Sumber: Instagram @pandawaragroup

Bersama @olymplast dan ratusan volunteer, pandawaragroup membuat selangkah perubahan di Tallo, Makassar. Karena konsisten dengan aksi kampanye pelestarian lingkungan dan mendapatkan banyak respon positif dari masyarakat. Beberapa perusahaan besar nasional maupun Internasional (Olymplast, Ajinomoto, Citylink, Nestle, Baygon, Eiger dan lainnya) maupun BUMN (Pertamina, Pegadaian, BRI, Mandiri

bahkan lembaga Non Government Organization internasional tertarik dan melaksanakan kolaborasi program *Corporate social environment responsibility* dengan pandawaragroup. Aksi bersih-bersih kali ini berbeda dari sebelumnya, karena yang dibersihkan adalah sampah-sampah yang ada dipemukiman terapung di pinggir pantai di kota Makassar. Pada postingan pandawaragroup mengajak warga masyarakat untuk turut serta aksi *Clean up* dengan melakukan pendaftaran secara *online* dengan mengisi link gform yang di share di story Instagram @pandawaragroup. *Open recruitment* anggota volunteer/sukarelawan kebersihan lingkungan memainkan peran yang sangat penting untuk membangun kesadaran lingkungan di kalangan masyarakat. Dengan mengajak orang untuk bergabung, Pandawaragroup memberikan kesempatan kepada anggota masyarakat untuk memahami pentingnya menjaga kebersihan lingkungan mereka sendiri. Konten ini mendapat respon positif 95.628 Likes dan 1186 komentar positif.

Gambar 7

Pandawaragroup bersama masyarakat setempat mengucapkan selamat Hari Sumpah Pemuda



Sumber: Instagram @pandawaragroup

Pada konten yang diunggah 28 Oktober 2023, Pandawaragroup bersama anak-anak serta para remaja mengucapkan Ikrar sumpah Pemuda, di video tersebut juga terdapat cuplikan pandawaragroup bersama puluhan remaja dengan semangat melakukan aksi *clean up* disebuah saluran air. Ditampilkan juga area saluran air yang tertumpuk sampah sebelum dibersihkan, kemudian tampilan sesudah saluran air/selokan dibersihkan. Konten ini mendapat respon positif 37.951 Likes dan 142 komentar positif seperti apresiasi dan doa. Dengan postingan ini berharap para pemuda dapat menyadari dimana masa sekarang ini banyak terjadi kerusakan lingkungan di sekitar kita yang disebabkan oleh keserakahan manusia dan kurangnya kepedulian serta tanggung jawab kita kepada alam. Dengan demikian diharapkan dapat menyadarkan serta memotivasi generasi muda akan pentingnya keterlibatan mereka untuk ikut serta dalam pelestarian lingkungan.

Gambar 8  
Pandawaragroup berkolaborasi dengan  
UMKM Sate Ragy untuk  
mengkampanyekan gerakan pilah sampah



Sumber: Instagram @pandawaragroup

Video yang diunggah 4 November 2023 menayangkan tentang kolaborasi pandawaragroup dengan Sate Ragy, salah satu UMKM hasil kreasi anak muda kota Bandung yang memiliki visi dan harapan besar untuk merubah lingkungan alam menjadi lebih baik. Dalam video tersebut dijelaskan bahwa UMKM menjadi salah satu penyumbang sampah dibandung sebesar 56%. Pandawaragroup bersama Sate Ragy bekerjasama dalam melakukan aksi bersih-bersih selokan serta mengkampanyekan kepedulian lingkungan, khususnya bagi UMKM untuk lebih bertanggungjawab atas sampah yang dihasilkan salah satunya dengan memisahkan sampah organik dan non organik. Ditampilkan juga area saluran air yang tertumpuk sampah sebelum dibersihkan, kemudian tampilan sesudah saluran air/selokan dibersihkan. Konten ini mendapat respon positif 41.995 Likes dan 245 komentar positif netizen seperti apresiasi dan doa bagi pandawaragroup agar selalu sehat.

Gambar 9  
Aksi bersih-bersih pantai bersama organisasi kepemudaan di Denmark



Sumber: Instagram @pandawaragroup

Tidak hanya masyarakat Indonesia saja yang kagum dan mengapresiasi kegiatan terpuji Pandawaragroup, karena kontribusinya terhadap lingkungan. Pandawaragroup mendapat kesempatan untuk berkunjung ke Denmark untuk belajar pengelolaan sampah atas undangan Kedutaan Besar Indonesia untuk Denmark. Di sela-sela kegiatan studi banding, Pandawaragroup di ajak bersih-bersih area pantai bersama organisasi kepemudaan yang ada di kota Aarhus, Denmark. Hal ini menunjukkan pengaruh media sosial, dimana aksi kampanye peduli lingkungan melalui media sosial yang konsisten dilakukan Pandawaragroup mendapatkan perhatian serta menginspirasi bukan hanya masyarakat daerah-daerah di Indonesia, namun juga masyarakat di negara lain untuk melakukan hal serupa secara bersama-sama. Konten yang diunggah 24 November 2023 ini mendapat respon positif 70.631 Likes dan 481 komentar positif seperti apresiasi dan doa.

Gambar 10  
Kilas balik aksi pandawaragroup



Sumber: Instagram @pandawaragroup

Mengenang momen *clean up* di tahun 2022 “hal apa yang kalian pikirkan setelah tau pandawara?” Video yang diunggah 6 Desember 2023, menceritakan tentang kilas balik atau perjalanan aksi *clean up* yang telah dilakukan Pandawaragroup sepanjang tahun 2022. Postingan tersebut memberikan pertanyaan kepada netizen “hal apa yang kalian pikirkan setelah tau pandawara?”. Sebagian besar netizen yang merupakan remaja/pemuda menyatakan di kolom komentar bahwa mereka terinspirasi dan termotivasi untuk melakukan pola hidup ramah lingkungan, berkontribusi pada pelestarian lingkungan. Ternyata aksi sederhana dari sekelompok orang, jika dilakukan dengan sungguh-sungguh, serius dan terus-menerus, bisa menghasilkan perubahan yang besar. Konten ini mendapat respon positif 117.904 *Likes* dan 1.409 komentar positif seperti apresiasi dan mendoakan.

**Gambar 11**  
Alat-alat yang dipakai pandawaragroup dalam melakukan clean up



Sumber: Instagram @pandawaragroup

Seberapa canggih alat yang digunakan Pandawara dalam melakukan *Clean Up* merupakan judul Pada video yang diunggah 13 Desember 2023 menjelaskan tentang alat-alat yang digunakan oleh pandawaragroup saat melakukan pembersihan disungai atau selokan, diataranya; Cakar besi, Jaring, trash bag yang bisa didaur ulang, keranjang, sarung tangan, serta cheswader (baju pelindung). Konten ini mendapat respon positif 193.716 *Likes* dan 687 komentar positif netizen seperti mendoakan agar team tetap sehat, mengapresiasi, berharap bisa bergabung dengan kegiatan clean up yang dilaksanakan pandawaragroup dan menyarakan agar lebih memperhatikan faktor keamanan dalam pada saat melakukan aksi clean up.

**Gambar 12**  
Musibah yang dialami salah satu personil Pandawaragroup



Sumber: Instagram @pandawaragroup

**speed recovery, @gilangrahma!**, Konten yang diunggah pada 29 Desember 2023 menayangkan tentang salah satu personil Pandawaragroup yang mengalami mengalami musibah digigit ular pada

saat melakukan aksi *Clean up* disebuah sungai. Gilang sedang menjalani perawatan, terbaring lemah disebuah rumah sakit. Atas kejadian tersebut salah satu personil Pandawaragroup mengimbau kepada siapapun yang melakukan aksi *clean up* agar mengoptimalkan alat /perlengkapan keamanan diri serta meningkatkan kewaspadaan karena kita tidak pernah tahu ancaman apa saja yang datang. Konten ini mendapat respon positif netizen sebesar 281.245 Likes dan 2.977 komentar positif seperti apresiasi dan mendoakan agar Gilang segera sembuh dan personil Pandawaragroup yang lain dijaga kesehatannya.

Gambar 13  
Pandawaragroup mengisi akhir tahun 2023 dengan melakukan aksi bersih-bersih sungai



Sumber: Instagram @pandawaragroup

*End year party pandawara version!*, Video yang diunggah 31 Desember 2023 menayangkan kegiatan Pandawaragroup bersama puluhan remaja membersihkan banyaknya sampah disebuah sungai. Pandawaragroup menyatakan bahwa membersihkan sungai merupakan pesta akhir tahun bagi mereka. Pesta akhir tahun tidak harus diisi dengan

kegiatan hura-hura namun bisa diisi dengan kegiatan yang berdampak positif bagi lingkungan alam. Tampak cuplikan *before* dan *after* sungai yang sebelumnya kotor penuh sampah, menjadi bersih dari sampah setelah dilakukan aksi pembersihan sungai. Konten ini mendapat respon positif netizen sebesar 287.629 Likes dan 4.788 komentar positif seperti apresiasi, memberikan semangat dan mendoakan untuk selalu terjaga kesehatannya.

Gambar 14  
Kolaborasi dengan konten kreator dari Vietnam



Sumber: Instagram @pandawaragroup

Mendunia Untuk Dunia merupakan yang video diunggah 27 Februari 2024, menceritakan bahwa kolaborasi yang dilakukan oleh Pandawara bukan hanya sebatas dengan komunitas/ lembaga di Indonesia saja, namun mereka telah melakukan kerjasama dengan sejumlah negara di ASEAN. Salah satu negara yang telah mereka kunjungi yaitu Denmark dan Vietnam. Di Vietnam, Pandawaragroup berkolaborasi dengan kreator ASEAN setempat, seperti Sài Gòn Xanh (@saigon\_xanh) untuk

menyelenggarakan forum diskusi lingkungan, berbagi panduan pembersihan pantai dan sungai, serta melakukan aksi bersih-bersih di pantai dan sungai setempat. Dalam unggahannya itu, mereka mengatakan bahwa Vietnam merupakan Negara pertama dalam pelaksanaan programnya atau campaign yaitu '*Creator Contribution*'. Program yang dirancang oleh Pandawaragroup tersebut bertujuan untuk memperkuat ikatan antara komunitas content creator di masing-masing negara. Program ini akan berfokus pada isu terhadap kebersihan lingkungan yang ada di seluruh Negara ASEAN. Pandawaragroup akan mendatangi setiap pemuda dan komunitas yang bergerak terhadap isu lingkungan dan sampah di masing-masing Negara ASEAN. Tak hanya itu, Pandawaragroup juga mengadakan forum diskusi terkait pemecahan permasalahan isu lingkungan dan teknis pembersihan sungai dan pantai. Konten ini mendapat respon netizen sebesar 548.830 *Likes* dan 10.100 komentar positif seperti apresiasi, mengkritisi minimnya peran dan dukungan pemerintah, memberikan semangat dan mendoakan untuk selalu terjaga kesehatannya.

Gambar 15. Kolaborasi dengan pemuda-pemudi Malaysia sebagai bagian dari program "Creator Contribution."



Sumber: Instagram @pandawaragroup

Selanjutnya, Malaysia adalah negara yang mendapat giliran untuk didatangi Pandawaragroup. Pandawara Grup ini berkolaborasi dengan para pemuda dan konten kreator pecinta lingkungan bernama LoKoho Punoh, komunitas konten kreator serupa Pandawara yang berbasis di Malaysia. Pandawara dan LoKoho Punoh membersihkan pantai bernama Pantai Batu Rakit yang berada di Kuala Terengganu, Malaysia. Pada kegiatan tersebut Pandawara melakukan edukasi pemilahan sampah, memperkuat kesadaran terkait upaya pelestarian lingkungan. Selain menyebarkan pesan peduli lingkungan, Pandawaragroup bisa terkoneksi dengan negara-negara lain juga menyematkan pesan perdamaian antar negara Indonesia dan Malaysia. Konten yang diunggah 18 Maret 2024 ini mendapat respon netizen sebesar 73.714 *Likes* dan 1.369 komentar positif seperti apresiasi, mengkritisi minimnya peran pemerintah, memberikan semangat dan berharap program kerjasamanya selalu terjaga untuk pelestarian lingkungan

## 5. Simpulan

Instagram sebagai media sosial mampu menjadi media komunikasi pembangunan untuk mengoptimalkan gerakan kampanye generasi muda peduli lingkungan seperti halnya yang dilakukan oleh Pandawaragroup. Hal ini juga tidak lepas dari kekuatan Instagram dalam menjangkau generasi millennials dan Gen Z. Isi pesan dan visual konten juga dapat mempengaruhi audiens, khususnya generasi millenial untuk mengerti mengenai pesan yang disampaikan oleh konten kreator selain itu fitur-fitur yang dimiliki Instagram juga sangat mendukung terjadinya interaksi seperti *like, comment, share* hingga *save* yang mana hal tersebut dapat mendukung gerakan sosial yang lebih besar terstruktur dan kuat.

Pandawaragroup dapat juga disebut *Green-influencer*, memiliki kesempatan untuk bekerja sama dengan lembaga-lembaga maupun perusahaan-perusahaan yang peduli pada lingkungan sebagai bagian dari program tanggung jawab sosial dan lingkungan. Lembaga atau perusahaan berusaha untuk meningkatkan citra positif dengan berinvestasi dalam praktik berkelanjutan dan berkontribusi pada pelestarian lingkungan. Mereka berkolaborasi dengan *green-influencers* untuk membantu mereka dalam mencapai tujuan tersebut. Pandawaragroup tidak hanya mendukung isu-isu lingkungan, tetapi juga menghasilkan pendapatan yang signifikan dari kemitraan dengan perusahaan maupun lembaga.

Kolaborasi yang dilakukan Pandawaragroup bukan hanya sebatas dengan komunitas/ lembaga di Indonesia saja, namun mereka telah melakukan kerjasama dengan sejumlah negara di ASEAN dan negara di Eropa.

Tingkat pengetahuan dan kesadaran Gen Z sangat dibutuhkan dalam menjamin kelestarian lingkungan hidup. Kontribusi aktif Pandawaragroup ditengah masyarakat berkaitan erat dengan keberadaan, kemampuan para pemuda dalam berkontribusi terhadap lingkungan hidup. harus diupayakan keterlibatan pemuda, baik formal maupun informal yang berada di daerah perdesaan dan perkotaan, dengan membina pengetahuan lingkungan maupun aturan hukumnya, sehingga pemuda dapat lebih bijak dalam mengambil sikap terkait permasalahan lingkungan hidup, pada tatanan akhir nanti diharapkan para milenial & gen Z dapat menjadi agen perubahan terhadap lingkungan, serta dapat memastikan kemanfaatan dan keberlanjutan dari lingkungan hidup.

## Daftar Pustaka

### Artikel Jurnal :

- Anam, K., Mulasi, S., & Rohana, S. (2021). Efektivitas Penggunaan Media Digital Dalam Proses belajar Mengajar. Journal Of Primary Education. 2(2), 2–4.  
Arafat, G. (2018). Membongkar Isi Pesan dan Media dengan Content Analysis. Gusti Yasser Arafat UIN Antasari

- Banjarmasin. Jurnal Alhadrah, 17(33), 32–48.
- Aulia S. , Kharisma N., & Athallah,N (2023). Strategi Kampanye Kebersihan Lingkungan Oleh Pandawaragroup Melalui Media Tiktok. Prosiding Seminar Nasional Universitas Negeri Surabaya. 1544-1556
- Arntsen, H., & Waldrop, A. (2018). Introduction to Special Issue: Qualitative Methodologies in Development Studies. Forum for Development Studies, 45(2), 185–189.
- Basarah, Finy F. & Romaria, G (2020) PERANCANGAN KONTEN EDUKATIF DI MEDIA SOSIAL. Jurnal Abdi Masyarakat. Universitas Mercu Buana Jakarta. Volume 5 Nomor 2, Maret 2020, hlm. 22 - 29
- Clarettta, D., Samudra Arsy, F., Komarullah, A. R., & Hanan, B. (2022). Peran Campaign Lewat Media Sosial Instagram (Into The Light Dalam Membangun Public Awareness). Sibatik Journal | Volume, 2(1).
- Comfort, S. E., & Hester, J. B. (2019). Three Dimensions of Social Media Messaging Success by Environmental NGOs. Environmental Communication, 13(3), 281– 286.
- Damanik, R. R., Jimmy, J., Tambotoh, C., Informasi, F. T., Informasi, S., Kristen, U., & Wacana, S. (2022). Analisis Penggunaan Media Sosial untuk Pencarian Informasi dan Media Komunikasi Menggunakan Model Uses and Gratification. 9(5), 1251–1261.
- Buku :**
- Eriyanto. (2011). Analisis Isi: Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya. (Edisi pert). Kencana.
- Nasrullah, Rulli. (2016) Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Sosioteknologi, Cet.kedua, Simbiosa Rekatama Media, Bandung
- Putra, F. A. D. (2020). Karakteristik Generasi Z di Yogyakarta Tahun 2019. Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- Internet :**
- Amalia, Happy Amanda (21 April 2024). Perjalanan Pandawara Menginspirasi Konten Kreator Lingkungan ASEAN. Diakses 29 April 2024, dari <https://investor.id/lifestyle/359565/perjalanan-pandawaramenginspirasi-konten-kreator-lingkungan-asean>
- Brown, A. 2020. Everything You've Wanted to Know About Gen Z But Afraid to Ask. Forbes. Diakses 27 April 2024. Dari <https://www.forbes.com/sites/abrambrown/2020/09/23/everything-youwanted-to-know-about-gen-z-but-were-afraid-to-ask/?sh=28e8cf793d19>
- Ferianto, (04 Mar 2021). Social Marketing. Diakses 4 Mei 2024. Dari <https://sis.binus.ac.id/2021/03/04/social-marketing-2/>
- Prasetia, Abi Genta Putra (3 April 2024). Pandawara Grup Gandeng Youtuber Malaysia untuk Bersihkan Pantai di Malaysia, Diakses 29 April

- 2024 dari <https://radarsemarang.jawapos.com/entertainment/724510836/pandawara-grup-gandeng-youtuber-malaysia-untuk-bersihkan-pantai-di-malaysia>
- Ghofur, A (18 Oktober 2023). Pandawara dan Kolaborasi CSR Menuju Sustainability. Diakses pada 21 April 2024, dari <https://kumparan.com/ghofurfil/antropi/pandawara-dan-kolaborasi-csr-menuju-sustainability-21P4aZehwYA/3>
- Hasyim, Irsan (24 Juli 2024). Kirim Sampah Plastik Terbanyak ke Laut, KKP: Indonesia Turun dari Peringkat 2 ke 5 Dunia. Diakses pada 11 Januari 2025. Dari <https://www.tempo.co/lingkungan/kirim-sampah-plastik-terbanyak-ke-laut-kkp-indonesia-turun-dari-peringkat-2-ke-5-dunia-34420>
- Suherlan, Ryan (20 Desember 2023). 5 Media Sosial yang Paling Populer 2023 Versi AppStore, Apa Saja? Diakses pada 19 April 2024. Dari <https://lifestyle.kontan.co.id/news/5-media-sosial-yang-paling-populer-2023-versi-appstore-apa-saja>
- Saraswati, AW (9 Juni 2022). Sampah Laut Kiriman Rutin Dari Sungai. Diakses pada 21 April 2024. Dari <https://greeneration.org/publication/green-info/sampah-laut-kiriman-rutin-dari-sungai/>
- Safutra, I (14 November 2023). Geram Rumahnya Kerap Dilanda Banjir, Pemuda yang Tergabung dalam Pandawara Terjun ke Sungai Bersihkan Sampah. Diakses pada 19 April 2024. Dari <https://www.jawapos.com/komunitas/013286093/geram-rumahnya-kerap-dilanda-banjir-pemuda-yang-tergabung-dalam-pandawara-terjun-ke-sungai-bersihkan-sampah>
- Ulyah Kartika, Z (22 November 2023). Bikin Bangga! Pandawaragroup Diundang untuk Belajar Pengelolaan Sampah dari Negara Terbersih di Dunia, Diakses pada 21 April 2024, dari <https://www.jawapos.com/nasional/013311588/bikin-bangga-pandawara-group-diundang-untuk-belajar-pengelolaan-sampah-dari-negara-terbersih-di-dunia>
- Wattimena, H (15 Maret 2021). Pencemaran Sungai dan Laut Mengancam Kehidupan Manusia. Diakses 17 Oktober 2023, dari <https://www.kompasiana.com/hendrawattimena/604f574bd541df0716283052/sungai-laut-dan-pencemaranya-akibat-ulah-manusia?page=all#section1>