

KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM ADAPTASI KONSEP EKOLITERASI PADA KONTEN PADAWARA GROUP

Salpidawati

Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

pida@zeromail.us

Abstrak (Indonesia)

Revolusi Industri 4.0 telah membawa dampak signifikan terhadap teknologi dan lingkungan. Di sisi positif, media sosial, khususnya TikTok, menjadi platform efektif untuk menyebarkan pesan kesadaran lingkungan. Pandawara Group memanfaatkan TikTok untuk mengkampanyekan pelestarian lingkungan dengan teknik komunikasi persuasif yang menarik perhatian generasi muda. Penelitian ini menganalisis bagaimana Pandawara menggunakan teknik persuasif dalam mengadaptasi konsep ekoliterasi melalui konten TikTok, serta respons mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya (Ubhara Jaya) terhadap pesan tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten TikTok Pandawara berhasil meningkatkan kesadaran dan sikap peduli lingkungan, serta dapat diadaptasi dalam pendidikan ekoliterasi yang mendukung Pembangunan.

Sejarah Artikel

Submitted: 7 January 2025

Accepted: 16 January 2025

Published: 17 January 2025

Kata Kunci

TikTok, Pandawara Group, komunikasi persuasif, ekoliterasi, Komunikasi Lingkungan

PENDAHULUAN

Era revolusi industri 4.0 telah membawa kita pada kemajuan teknologi yang pesat di berbagai aspek. Kemajuan teknologi ini juga menimbulkan dampak negatif maupun dampak positif. Salah satu dampak negatif yang dihasilkan adalah terjadinya kerusakan lingkungan hidup, sehingga berakibat pada penurunan kualitas lingkungan hidup (Nasution, 2016). Permasalahan lingkungan secara global sudah menjadi topik yang sering dibicarakan oleh ilmuwan, peneliti bahkan masyarakat. Pada umumnya masyarakat awam pun menyadari bahwa kerusakan alam yang mempengaruhi keseimbangan ekosistem dikarena tindakan manusia itu sendiri. Mulai dari hal-hal kecil seperti membuang sampah sembarangan, sampai tindakan dalam skala luas dan lebih memperparah kerusakan lingkungan, seperti eksploitasi berlebihan terhadap Sumber Daya Alam, penggundulan hutan dan prinsip konservasi yang diabaikan.

Faktor lingkungan sangat mempengaruhi kualitas kehidupan manusia dan sikap manusia juga turut mempengaruhi kualitas lingkungan. Terlebih jika manusia masih menganut cara pandang antroposentris yang menganggap manusia berada pada kedudukan yang tinggi dan terpisah dari alam serta memiliki hak untuk itu, sehingga manusia dapat memanfaatkan bumi dan sumber daya alamnya. Hal ini akan memperparah kerusakan lingkungan karena eksploitasi SDA yang berlebihan tanpa disertai tindakan konservasi yang seimbang.

Sedangkan pada sisi lain, kemajuan teknologi tersebut juga membawa dampak positif dengan masuknya kita pada era media baru (*new media*). Munculnya istilah *new media* sangat terkait erat dengan hadirnya Internet di dunia ini. Sekalipun dalam perkembangannya *new media* tidak hanya terbatas kepada Internet namun Internet merupakan alat atau media yang paling dominan dalam era *new media*. Seperti dikatakan oleh Flew (2005:4), "*The Internet represents the newest, most widely discussed, and perhaps most significant manifestation of new media.*" Terlebih dengan hadirnya telepon seluler yang memberikan kontribusi yang signifikan terhadap masyarakat moderen dalam berbagai cara (Srivastava, 2005). Beberapa kontribusi utama yang kita saksikan di era ini adalah revolusi komunikasi, akses informasi, perkembangan ekonomi, pembelajaran pendidikan, dan inovasi teknologi. Kontak langsung dan interaksi tatap muka mulai berubah ketika bisa dengan mudah mengakses internet melalui

telepon seluler untuk membuka begitu banyak aplikasinya seperti situs, email, blog, situs jejaring sosial, situs berbagi video, game online, e-books, koran online dan lain sebagainya.

Keragaman media dan teknologi informasi saat ini telah menjadi sarana yang paling efektif dalam membentuk persepsi, pengetahuan, sikap, dan perilaku individu (Nida, 2014). Hal ini disebabkan oleh kenyataan bahwa hampir semua kegiatan penyampaian informasi selalu mengandung elemen persuasi, yang sering tidak disadari oleh masyarakat sebagai komunikasi. Berbagai bentuk konten pesan dalam informasi yang ditemukan dalam siaran televisi, radio, internet, dan media cetak sebagian besar menunjukkan indikasi persuasi yang ditujukan untuk membentuk atau mengubah sikap dan perilaku masyarakat luas.

Salah satu jejaring media yang belum lama muncul adalah TikTok pada tahun 2006, dan menjadi aplikasi media sosial dengan pertumbuhan tercepat sepanjang masa. Saat ini, pada tahun 2024, TikTok bisa menjadi raksasa media sosial dengan mencapai satu miliar lebih pengguna TikTok aktif bulanan secara global pada tahun 2021 (Dean, 2024). Pada Januari 2024, Amerika Serikat menjadi negara dengan jumlah penonton TikTok terbesar, dengan hampir 150 juta pengguna yang terlibat dengan *platform* video sosial populer tersebut. Indonesia berada di posisi kedua, dengan sekitar 126 juta pengguna TikTok. Brasil berada di urutan ketiga, dengan hampir 99 juta pengguna TikTok yang menonton video pendek (Statista, 2024). Video adalah salah satu jenis media yang paling menarik karena mudah ditonton dan dipahami secara langsung.

Keberadaan media sosial TikTok dimanfaatkan oleh Pandawara Group sebagai wadah penyaluran aspirasi dan melakukan aksi kampanye lingkungan. Kelompok yang berasal dari Bandung ini beranggotakan Rafli Pasya (22), Agung Permana (22), Gilang Rahma (22), Muchamad Iksan (21), dan Rifki Sa'dullah (22), menjalankan sebuah gerakan sosial bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga lingkungan dan mengurangi dampak negatif limbah terhadap masyarakat dan alam (tempo.co, 2023). Pandawara berusaha membersihkan sungai, pantai, dan bendungan yang tercemar, membagikan upaya-upaya membersihkan sungai dari sampah dengan mengunggah video ke akun TikTok 'Pandawaragroup' yang sudah memiliki 8,3 juta pengikut saat artikel ini ditulis.

Pandawara mulai dengan terlibat dalam kegiatan pembersihan di sungai-sungai yang tercemar di sekitar rumah mereka. Dalam enam bulan pertama, tindakan Pandawara tidak direkam atau dibagikan. Hanya dalam enam bulan berikutnya, kelompok yang berasal dari bahasa Sunda, Pandawa (yang berarti lima) dan Wara (yang berarti kabar baik), memutuskan untuk membuat konten video dan mengunggahnya. Setelah video pembersihan sungai tersebut viral, akun TikTok Pandawaragroup ini menjadi semakin dikenal oleh masyarakat.

Keberhasilan Pandawara mengemas konten video dalam sudut pandang ilmu komunikasi tidak lepas dari strategi komunikasi salah satunya teknik komunikasi persuasif. Teknik komunikasi persuasif ialah sebuah proses komunikator tidak hanya memberikan informasi melainkan juga mencoba untuk memberikan penekanan pemahaman untuk komunikasi agar dapat mempercayai apa yang telah disampaikan (Octarina & Abdullah, 2017). Persuasif memiliki makna membujuk, merayu, mengajak tanpa ada unsur paksaan, bukan membohongi melainkan menyampaikan kebenaran sebuah pesan dengan penggunaan bahasa, intonasi atau analogi sederhana sehingga komunikasi mampu memahami dan berempati.

Kelompok Pandawara berharap gerakan ini dapat menyadarkan masyarakat untuk lebih sadar dan bertanggung jawab terhadap lingkungan. Sebuah konten atau tontonan dapat mempengaruhi dan memiliki dampak terhadap perilaku maupun sikap serta persepsi bagi yang melihatnya (Kholisoh, 2018). Maknanya, penonton akan percaya bahwa konten yang berbasis nilai-nilai positif akan berdampak baik bagi mereka. Maka semakin sering konten tersebut

ditonton akan semakin besar kemungkinan terbentuknya sikap dan keinginan untuk mencoba hal-hal yang terdapat dalam tontonan tersebut.

Dengan memahami Teknik komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Pandawara Group dalam membuat konten edukasi terhadap kesadaran lingkungan dalam tulisan ini, diharapkan dapat menjadi masukan bagi pemerintah, khususnya Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Indonesia yang sedang berkomitmen mewujudkan pendidikan untuk pembangunan yang berkelanjutan dengan mengutamakan terciptanya pembangunan yang ramah lingkungan, meningkatkan tingkat ekonomi, dan secara sosial dapat diterima. Program pendidikan diarahkan untuk dapat menggunakan sumber daya alam untuk kesejahteraan masyarakat dengan menjaga fungsi lingkungan agar tetap seimbang, peningkatan ekonomi, dan menjaga budaya lokal (Gasim, 2014).

Pendidikan yang berorientasi pada pembangunan berkelanjutan membutuhkan perubahan pola pikir dengan memikirkan keadaan lingkungan sekitar baik untuk saat ini dan masa depan atau dikenal dengan istilah pendidikan ekoliterasi. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran seseorang tentang pentingnya menjaga lingkungan alam dengan meningkatkan pengetahuan, keterampilan, nilai-nilai, kesadaran serta meningkatkan kemampuannya untuk berkontribusi terhadap pembangunan berkelanjutan dan melakukan tindakan atas nama pelestarian alam, penghijauan ekonomi dan penciptaan dari masyarakat yang adil dan merata (Nasibulina, 2015).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Saputro, Rintayati, & Supeni, 2016) tentang hubungan pengetahuan Lingkungan Hidup, Tingkat Sosial Ekonomi Dan Tingkat Pendidikan Terhadap Sikap Peduli Lingkungan menunjukkan hasil bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara pengetahuan tentang lingkungan, tingkat sosioekonomi, dan tingkat pendidikan secara bersama-sama terhadap kesadaran lingkungan. Mahasiswa merupakan kelompok masyarakat yang terdiri dari individu-individu yang mampu mengakses Pendidikan pada tingkat lebih tinggi dan wawasan serta arus teknologi informasi yang lebih luas. Berdasarkan hasil pra-penelitian yang dilakukan melalui proses wawancara terhadap mahasiswa di lingkungan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya (Ubhara Jaya) menunjukkan mengetahui atau pernah menonton konten Pandawara Group dan mengerti akan pentingnya upaya menjaga lingkungan.

Terlebih lagi, Ubhara Jaya yang memiliki visi “Terwujudnya Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sebagai Universitas unggulan di tingkat nasional dan internasional yang berwawasan kebangsaan dan berbasis sekuriti guna menghasilkan sumber daya manusia yang mampu bersaing dan berperilaku baik.” Ada 3 (tiga) *value* yang dalam visi tersebut, yaitu; (1) Berwawasan Kebangsaan, (2) Berbasis Sekuriti, dan (3) Sumber daya yang mampu bersaing dan berperilaku baik. Upaya dalam perwujudan *value* dalam Visi tersebut seharusnya menjadi parameter bersikap dan pembentukan karakter mahasiswa yang tidak hanya paham, tetapi juga mengaplikasikan dan menyebarkan kesadaran akan lingkungan.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Rajudin & Hadi, 2024) tentang “Pengaruh Konten Tiktok Pandawara Group Terhadap Sikap Peduli Lingkungan Gen Z” mendapatkan hasil bahwa mayoritas responden memberikan pandangan positif pada konten Pandawara Group, mayoritas responden sepakat bahwa sikap peduli lingkungan membuat responden membiasakan menjaga kebersihan dari diri sendiri maupun lingkungan sekitar. Penelitian tersebut menemukan bahwa terdapat hubungan yang erat pada konten Tiktok Pandawara Group dengan Sikap Peduli Lingkungan.

Sehingga penelitian ini dilakukan untuk menemukan bagaimana teknik komunikasi persuasif dalam adaptasi konsep ekoliterasi pada konten Padawara Group. Tulisan ini berargumen bahwa pesan lingkungan populer yang ditawarkan oleh Pandawara Group melalui

new media TikTok merupakan bentuk komunikasi persuasif yang dapat dikaitkan dengan konsep ekoliterasi untuk diadopsi di dunia Pendidikan, khususnya mahasiswa di Fakultas Ilmu Pendidikan. Tulisan ini berusaha memberikan diskusi mengenai penerimaan terhadap ekoliterasi yang dikemas secara populer yang ditawarkan lewat media sosial seperti TikTok. Paradigma penelitian yang digunakan dalam tulisan ini adalah konstruktivisme, metode penelitian kualitatif pendekatan studi kasus dengan menganalisis data sekunder berupa konten TikTok Pandawara dari tahun 2022-2023, berita online, tayangan wawancara Pandawara group di stasiun TV serta data primer berupa kuesioner/wawancara kepada mahasiswa di lingkungan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Rumusan Masalah

- 1) Bagaimana Pandawara group sebagai *persuader* dalam melakukan teknik komunikasi persuasif dalam adaptasi konsep ekoliterasi melalui konten TikTok pada tahun 2022-2023?
- 2) Bagaimana mahasiswa Ubhara Jaya sebagai *persuadee* dalam mengadopsi Konsep ekoliterasi melalui konten TikTok Pandawara Group?
- 3) Bagaimana pesan dari konten TikTok Pandawara bisa diaplikasikan ke dalam adaptasi konsep ekoliterasi pendidikan yang berorientasi pada pembangunan berkelanjutan?

Tujuan Penelitian

- 1) Untuk memahami bagaimana teknik komunikasi persuasif dalam adaptasi konsep ekoliterasi pada konten Pandawara Group di TikTok pada tahun 2022-2023.
- 2) Untuk mengetahui pengadopsian konsep ekoliterasi melalui konten Pandawara Group di TikTok.
- 3) Untuk menemukan pengaplikasian pesan dari konten TikTok Pandawara ke dalam adaptasi konsep ekoliterasi pendidikan yang berorientasi pada pembangunan berkelanjutan.

Manfaat Penelitian

- 1) Informasi bagi masyarakat/ mahasiswa dalam memahami adaptasi konsep ekoliterasi melalui konten media sosial populer TikTok.
- 2) Bahan pertimbangan bagi pemerintah/dunia pendidikan dalam menerapkan cara/metoda yang menarik untuk mengadopsi konsep ekoliterasi melalui konten media sosial TikTok.
- 3) Bahan informasi dalam melakukan penelitian bagi peneliti lain yang berkepentingan dengan penelitian ini, serta dapat bermanfaat bagi pembaca secara umum.

TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka ini berusaha untuk menjelaskan konsep yang berhubungan dengan penelitian. Tulisan ini mengangkat beberapa konsep penting yang berhubungan dengan komunikasi Persuasif yang dilakukan subjek Pandawara Group melalui pemanfaatan media sosial dan bagaimana implikasinya dengan konsep ekoliterasi. Adapun untuk menganalisa kebaharuan tulisan ini dari penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan konsep pada penelitian ini, penulis menggunakan *Systematic Literature Review*.

Systematic Literature Review

Tinjauan Pustaka tersistematis menggunakan dua perangkat lunak, yaitu VOSviewer dan Publish-or-Perish. Tulisan ini menggunakan tiga kata kunci yaitu “*ecoliteracy*,” “*Pandawara*” dan “*TikTok Ecoliteracy*,” pada mesin Publish-or-Perish untuk mendeteksi

klasterisasi kajian di area tersebut. Tulisan ini mendapatkan 133 tulisan dari artikel di google Scholar yang memuat kata kunci Pandawara. 133 artikel itu terpublikasi di antara tahun 2022-2024 dengan 25.83 sitasi (lihat Tabel 1). Selain itu, dengan menggunakan kata kunci ekoliteracy dan TikTok Ecoliteracy, penulis mencari kajian sejenis lewat Google Scholar. Keyword ini mendapatkan 46 tulisan dari artikel terindeks Google Scholar yang terpublikasi di antara tahun 2020 - 2024 dengan 100.67 sitasi (lihat Tabel 2).

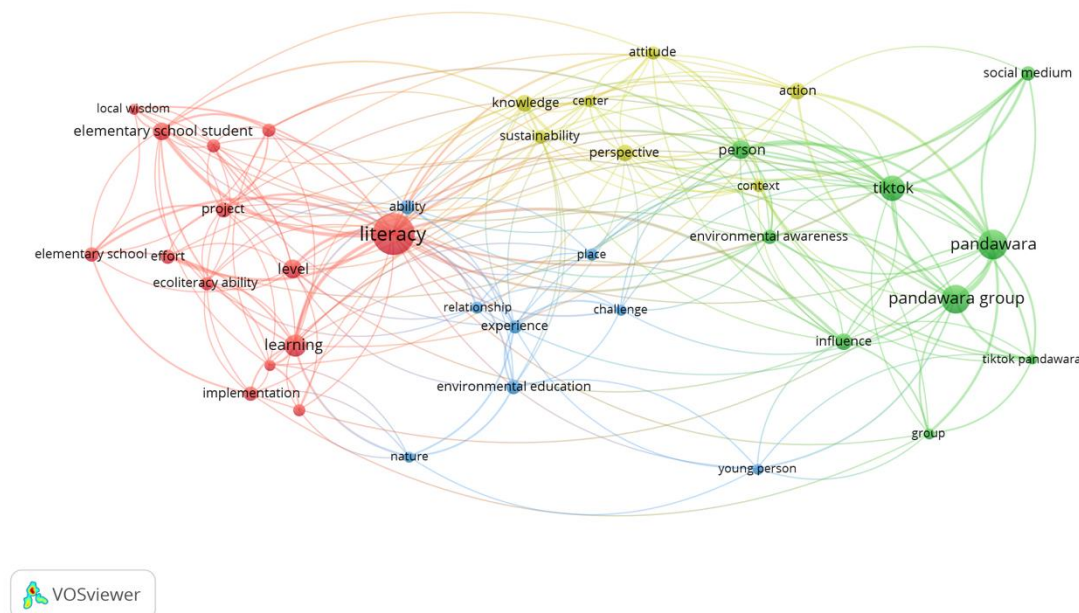
Tabel 1. Matriks Sitasi Konsep “Pandawara” (diolah melalui Publish or Perish dari Google Scholar)

Tahun Publikasi	2022 - 2024
Tahun Sitasi	2 (2022 – 2024)
Artikel	133
Sitasi/tahun	26.50
Sitasi/artikel	0.40
Sitasi/penulis	25.83
Artikel/penulis	79.19
Penulis/artikel	2.27
Indeks h	4
Indeks g	4

Tabel 2. Matriks Sitasi Konsep “Ecoliteracy” dan “TikTok Ecoliteracy” (diolah melalui Publish or Perish dari Google Scholar)

Tahun Publikasi	2020 - 2024
Tahun Sitasi	4 (2020 – 2024)
Artikel	46
Sitasi/tahun	34.25
Sitasi/artikel	2.98
Sitasi/penulis	100.67
Artikel/penulis	30.28
Penulis/artikel	2.04
Indeks h	6
Indeks g	11

Metadata dari dua sumber yang telah penulis dapatkan itu kemudian penulis olah menggunakan VOSviewer. Aplikasi VOSviewer membantu penulis membuat klasterisasi kajian di area tersebut. Penulis mendapatkan jaringan klasterisasi seperti yang Gambar 1 tunjukkan.



Gambar 1. Bibilometrik dari Klasterisasi “*Pandawara*,” “*Ecoliteracy*,” dan “*TikTok Ecoliteracy*” (diolah oleh peneliti melalui VOSviewer)

Berdasarkan bibilometrik yang telah penulis dapatkan dari VOSviewer (lihat Gambar 1) itu, penulis mendapatkan masukkan terkait area penelitian yang bisa digunakan untuk melengkapi kajian-kajian sebelumnya. Terdapat lima terminologi yang saling berdekatan, yaitu Literacy, Elementary School, Environment Education, Pandawara Group, Social Medium, dan Sustainability. Oleh karena itu, sesuai dengan area penelitian yang tulisan ini tawarkan mengenai bagaimana teknik komunikasi persuasif dalam adaptasi konsep ekoliterasi pada konten Padawara Group dalam konteks mahasiswa dan Dosen Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya merupakan kebaruan (*novelty*) yang dapat melengkapi kajian-kajian dalam area sejenis.

Komunikasi Persuasif

2.1.1 Definisi

Jalaluddin Rakhmat mendefinisikan komunikasi persuasif dengan pendekatan psikologis, memiliki arti bahwa komunikasi persuasif merupakan proses mempengaruhi pendapat, sikap, dan tindakan orang dengan menggunakan alasan-alasan psikologis sehingga *persuadee* tersebut bertindak seperti kehendaknya *persuader* (Jalaluddin Rakhmat, 2012). Selanjutnya, A.W. Widjaja mendefinisikan bahwa komunikasi persuasif tidak lain merupakan usaha persuader untuk meyakinkan orang lain (*persuadee*) agar berbuat dan bertingkah laku sebagaimana harapan persuader, persuader dalam proses penyampaiannya mempengaruhi *persuadee* tanpa memaksa dan tanpa menggunakan kekerasan (Widjaja, 1986).

William J. McGuire (1973:261) memberikan definisi persuasi:

“Persuasion or changing people’s attitude and behaviour through the spoken and written word, constitutes one of the more interesting uses of communication”.

Dalam konteks ini persuasi diartikan sebagai tujuan mengubah sikap dan tingkah laku orang baik dengan lisan maupun tulisan (Jumantoro, 2001). Persuasif merupakan usaha pengubahan sikap individu dengan memasukkan ide, ikiran, pendapat dan fakta baru lewat pesan-pesan komunikatif (Azwar, 2002).

2.1.2 Unsur-Unsur Komunikasi Persuasif

Menurut Sumirat dan Suryana dalam proses komunikasi persuasif terdapat unsur-unsur pembentuknya (Faiqoh, 2019). *Pertama*, Persuader, individu atau kelompok orang yang menyampaikan pesan persuasi kepada khalayak (persuadee) untuk mempengaruhi pendapat, perilaku, sikap yang dilakukan secara verbal maupun nonverbal. *Kedua*, Persuadee, yaitu individu atau kelompok orang yang menerima pesan persuasif dari persuader baik secara verbal maupun nonverbal. *Ketiga*, pesan persuasi, Littlejohn menjelaskan pesan persuasi adalah usaha sadar untuk mengubah pikiran dan tindakan dengan memanipulasi ke arah tujuan yang telah ditetapkan. Arti manipulasi yang dimaksud tersebut adalah mengurangi atau menambah fakta sesuai konteksnya, melainkan menggunakan fakta-fakta yang berhubungan dengan motif persuade sehingga tergerak untuk melakukan pesan yang disampaikan. *Keempat*, saluran persuasi adalah perantara atau alat yang digunakan persuader menyampaikan pesan kepada persuadee. Saluran digunakan untuk berkomunikasi sehingga pesan-pesan persuasifnya sampai kepada persuadee. *Kelima*, umpan balik dan efek, Sastropoetra menjelaskan umpan balik adalah respon aktif yang ditimbulkan persuadee dari pesan persuasi yang disampaikan persuader. Sedangkan efek adalah perubahan yang ditimbulkan persuadee dari pesan persuasi yang disampaikan persuader sebagai akibat dari diterimanya pesan melalui proses komunikasi.

Ekoliterasi

Ekoliterasi yaitu situasi melek huruf, paham, dan mengerti tentang interaksi makhluk hidup dengan lingkungan (Oktapyanto, 2017). Goleman (dalam Kurniasari, 2019), menjelaskan bahwa ekoliterasi adalah gerakan yang bertujuan untuk mengintegrasikan kecerdasan sosial emosional untuk menciptakan pendidikan, sosial, dan kesejahteraan lingkungan dengan mengurangi kerusakan lingkungan dan menjaga kelestarian alam. Selain itu, menurut Keraf (2010) ekoliterasi adalah suatu kesadaran bahwa alam dan manusia yang saling mempengaruhi. Kesadaran tersebut akan menuntun hidup seseorang dalam segala aspek kehidupannya hingga terbentuk masyarakat yang berkelanjutan, yang sadar tentang pentingnya menjaga lingkungan.

Ekoliterasi bertujuan untuk membuat semua orang memiliki literasi ekologi (sadar tentang pentingnya menjaga lingkungan). Selain itu juga bertujuan untuk membangun komunitas yang sependapat dalam memahami konsep ekologi dalam praktik pendidikan. Ekoliterasi tidak hanya suatu muatan dari buku paket dalam kurikulum, tetapi terdapat sebuah pesan dan harapan dari para pendidik yang berusaha keras untuk mengubah pengetahuan atau pemahaman mereka terhadap permasalahan kritis pada zaman sekarang, yaitu masalah ekologi. Selain itu, ekoliterasi juga bertujuan untuk menciptakan kepekaan seseorang terhadap pelestarian lingkungan sekitar untuk mengurangi masalah lingkungan (Sarmiasih, 2018).

Pandawara Group

Pandawara Group merupakan salah satu akun TikTok yang populer di Indonesia dan seringkali menjadi trending topic karena aksi bersih-bersih sampah yang dilakukannya (Fahmy

Fauzy 2023). Dari awal munculnya akun TikTok Pandawara Group, mereka selalu konsisten membagikan konten video tentang membersihkan sampah dan edukasi mengenai lingkungan, hal tersebut menjadi konten menarik yang berbeda dengan creator TikTok lainnya. Hal inilah yang menjadi alasan memilih akun Pandawara Group sebagai objek penelitian ini. Akun TikTok Pandawara Group memiliki followers sebanyak 8,4 juta pengikut pada bulan Mei 2024, beranggotakan lima orang pemuda asal Bandung yaitu Ikhsan Destian, Gilang Rahma, Muhammad Rifqi, Rafly Pasya, dan Agung Permana.

Akun TikTok Pandawara Group berfokus pada konten mengenai pembersihan sampah, dimana aksi yang dibagikan di sosial media TikTok tersebut mendapat banyak atensi dari masyarakat (Salsabilla 2023). Pada awalnya Pandawara Group hanya membersihkan sampah di sungai yang ada di daerah Bandung saja dan hanya dilakukan oleh ke lima dari anggota Pandawara Group, dimana tujuan dibagikannya kegiatan bersih-bersih tersebut adalah untuk mengajak masyarakat untuk lebih peduli terhadap lingkungan dan supaya masyarakat tidak membuang sampah sembarangan.

METODOLOGI PENELITIAN

Paradigma Penelitian

Paradigma merupakan bentuk mekanisme seseorang dalam memandang sesuatu, yang memengaruhinya dalam berpikir sebagai bagian dari pola disiplin intelektual. Paradigma merupakan sebuah model dalam teori ilmu pengetahuan yang berfungsi untuk menjadi dasar bagi seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Hal ini sesuai dengan tujuan paradigma sendiri, yaitu membentuk kerangka pemikiran dalam mendekati dan terlibat dengan berbagai hal atau dengan orang lain.

Paradigma yang digunakan di dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivis. Paradigma konstruktivis, yaitu paradigma yang hampir merupakan antitesis dari paham yang meletakkan pengamatan dan objektivitas dalam menemukan suatu realitas atau ilmu pengetahuan. Paradigma ini memandang ilmu sosial sebagai analisis sistematis terhadap *socially meaningful action* melalui pengamatan langsung dan terperinci terhadap pelaku sosial yang bersangkutan menciptakan dan memelihara atau mengelola dunia sosial mereka (Hidayat, 2003).

Menurut Patton, para peneliti konstruktivis mempelajari beragam realita yang terkonstruksi oleh individu dan implikasi dari konstruksi tersebut bagi kehidupan mereka dengan yang lain. Dalam konstruktivis, setiap individu memiliki pengalaman yang unik. Dengan demikian, penelitian dengan strategi seperti ini menyarankan bahwa setiap cara yang diambil individu dalam memandang dunia adalah valid, dan perlu adanya rasa menghargai atas pandangan tersebut (Patton, 2002).

Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah Penelitian Kualitatif. Menurut Monique Henink, et al. (2011: 8-9) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif merupakan sebuah pendekatan yang mengizinkan peneliti untuk mengamati pengalaman secara mendetail, dengan "menggunakan metode yang spesifik seperti wawancara mendalam, analisis isi, dan metode virtual. Penelitian kualitatif memungkinkan peneliti untuk melakukan identifikasi isu dari perspektif peneliti, dan memahami makna dan interpretasi yang dilakukan terhadap perilaku, peristiwa atau obyek. Dalam praktiknya, penelitian kualitatif meneliti manusia dalam *setting natural* keseharian, sehingga bisa mengidentifikasi bagaimana pengalaman dan perilaku mereka yang tidak bisa dilepaskan dari konteks kehidupan mereka, seperti: konteks sosial, ekonomi, budaya maupun psikologi. Dengan kata lain, seorang peneliti kualitatif mempelajari

sesuatu dalam *setting natural*, berusaha untuk masuk akal atau melakukan interpretasi terhadap fenomena dalam arti makna yang dibawa orang kepada mereka (Denzin & Lincoln, 2008b: 4).

Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Studi Kasus. Studi kasus adalah sebuah eksplorasi dari “suatu kasus” atau “sistem terikat” yang dari waktu ke waktu melalui pengumpulan data yang mendalam serta melibatkan berbagai sumber informasi yang “kaya” dalam suatu konteks. Sistem terikat ini diikat oleh waktu dan tempat sedangkan kasus dapat dikaji dari suatu program, peristiwa, aktivitas atau suatu individu. Dengan perkataan lain, studi kasus merupakan penelitian dimana peneliti menggali suatu fenomena tertentu (kasus) dalam suatu waktu dan kegiatan serta mengumpulkan informasi secara terinci dan mendalam dengan menggunakan berbagai prosedur pengumpulan data selama periode tertentu. (Creswell, 1998)

Penulis memilih Konten Pandawara Group sebagai studi kasus yang menarik untuk diteliti dengan harapan dapat memahami bagaimana teknik komunikasi persuasif dalam adaptasi konsep ekoliterasi pada konten Padawara Group.

Sumber Data/Informan

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan data sekunder dan data primer. Data sekunder yang dimaksud adalah studi dokumentasi dengan menganalisis isi konten pandawara group di media social TikTok pada tahun 2022-2023, berita media online, serta tayangan wawancara Pandawara group di Televisi.

Sedangkan data primer yang digunakan berupa quesionar atau wawancara mendalam dengan menggunakan pendekatan *purposive sampling*. Tujuan dari *purposive sampling* adalah untuk memilih kasus/partisipan secara strategis, sehingga yang dipilih relevan dengan pertanyaan penelitian yang diajukan (Bryman, 2012).

Meskipun *purposive sampling* bukan sampel acak, tapi juga bukan merupakan *convenience sampling*. *Convenience sampling* partisipan hanya tersedia secara kebetulan bagi peneliti, sedangkan dalam *purposive sampling*, peneliti memilih sampel dengan tujuan penelitiannya dalam pikiran (Bryman, 2012). Dalam *purposive sampling*, situs, seperti organisasi, dan orang (atau apa pun unit analisisnya) dipilih karena relevansinya dengan pertanyaan penelitian. Peneliti perlu jelas dalam pikirannya apa kriteria yang akan relevan untuk unit analisis.

Informan yang dituju dalam penelitian ini adalah para mahasiswa dan dosen di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya khususnya di lingkungan Fakultas Ilmu Pendidikan karena dengan asumsi penulis bahwa mereka adalah partisipan yang relevan dalam menjawab pertanyaan penelitian ini, terutama karena para mahasiswa di Fakultas Ilmu Pendidikan juga diharapkan akan menjadi guru dan pendidik anak-anak Sekolah Dasar ketika mereka telah lulus nantinya sehingga secara langsung akan mengimplementasikan pemahaman dan persepsi mereka tentang ekoliterasi dalam dunia Pendidikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

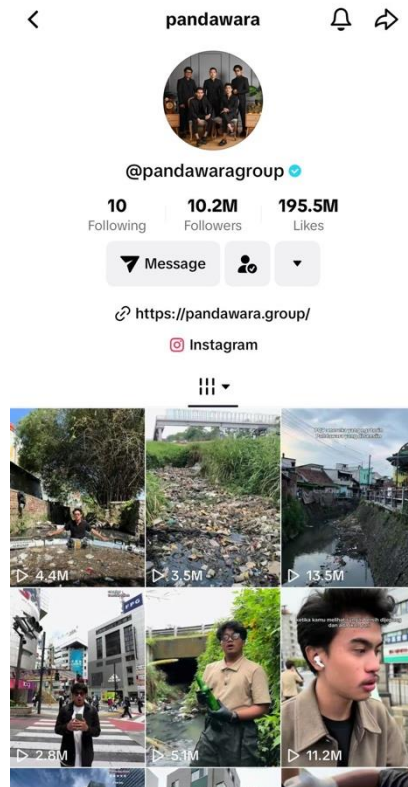
Konten Media Sosial Pandawara Group dan Mahasiswa

Bukanlah hal yang berlebihan jika dikatakan bahwa Internet memberikan pengaruh terbesar dalam bagaimana membangun cara berpikir manusia abad ini, karena dalam kehidupan sehari-hari, internet memegang peranan yang penting bagi manusia seperti dalam hal sosial, budaya, ekonomi dan politik. Sehingga, tak dapat dipungkiri bahwa teknologi telah merubah peradaban dunia dengan cepat (APJII, 2020).

Internet menjadi hal yang wajib dan kebutuhan pokok bagi setiap orang khususnya di Indonesia, yang merupakan Negara dengan penduduk ke-4 terbesar di dunia, karena pada tahun 2019 penggunaan internet mencapai jumlah 196.714.070 pengguna dengan total populasi 266.911.900 jiwa (APJII, 2020). Hingga artinya, hampir setengah dari penduduk Indonesia telah menggunakan internet untuk kebutuhan sehari-hari. Selanjutnya berdasarkan Survei APJII pada tahun 2020, tentang alasan seseorang menggunakan internet ditemukan bahwa alasan yang utama adalah untuk menggunakan media sosial sebesar 51,5 %, komunikasi menggunakan pesan 32,9 %, untuk bermain 5,2 %, dan akses layanan publik 2,9 %.

Berkaca pada fakta tersebut, maka bisa dikatakan bahwa wadah paling strategis, efektif dan tanpa perlu mengeluarkan dana yang besar namun dapat menjangkau orang-orang di area yang tersebar di berbagai daerah di Indonesia secara sekaligus adalah dengan memanfaatkan sosial media. Di tahun 2024 ini misalnya, TikTok telah berkembang menjadi media sosial raksasa, mencapai satu miliar lebih pengguna aktif bulanan secara global sejak tahun 2021 (Dean, 2024). Pada bulan Januari 2024, Amerika Serikat masih menjadi negara dengan jumlah penonton TikTok terbesar, yaitu hampir 150 juta pengguna yang terlibat dengan platform video sosial populer tersebut. Indonesia berada di posisi kedua, mencapai sekitar 126 juta pengguna yang menonton video pendek di platform tersebut (Statista, 2024). Video pendek adalah salah satu jenis media yang paling menarik karena mudah ditonton dan dipahami secara langsung.

Memperhatikan perkembangan tersebut, sebuah komunitas Bernama Pandawara Group Pandawara Group, menyalurkan aspirasi dan melakukan aksi kampanye lingkungan yang disebarluaskan melalui konten-konten yang diunggah ke platform TikTok. Kelompok ini berasal dari Bandung beranggotakan 5 (lima) anak muda Bernama Rafli Pasya (22), Agung Permana (22), Gilang Rahma (22), Muchamad Iksan (21), dan Rifki Sa'dullah (22). Mereka menjalankan sebuah gerakan sosial bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga lingkungan dan mengurangi dampak negatif limbah terhadap masyarakat dan alam (tempo.co, 2023). Pandawara berusaha membersihkan sungai, pantai, dan bendungan yang tercemar, membagikan upaya-upaya membersihkan sungai dari sampah dengan mengunggah video ke akun TikTok 'Pandawaragroup' yang sudah memiliki 8,3 juta pengikut saat artikel ini ditulis.



Gambar 2. Tampilan akun TikTok Pandawara

Konten Pandawara tersebut pun tentu *viral*, hampir semua video yang diunggah Pandawara di TikTok sukses mendapatkan respon positif dari masyarakat. Pandawara memperoleh 10,2 juta pengikut dan mencapai 195,5 juta likes (suka). Di setiap video yang diunggah, pandawara dibanjiri ribuan Komentar dari masyarakat yang mengapresiasi, mendukung bahkan sampai terinspirasi untuk ikut serta berkontribusi menjaga lingkungan sekitar. Dari komentar, dirasakan bahwa Pandawara menarik perhatian sesama generasi muda yang sangat erat dengan penggunaan media sosial dalam kehidupan sehari-hari. Bahkan, kehadiran komunitas kelompok Pandawara dinilai merupakan suatu hal yang baik oleh sebagian pelajar yang tergolong generasi muda. Tentu saja hal ini juga menjadi tampanan bagi generasi muda yang tidak menjaga kebersihan lingkungannya.

Berbicara soal pelajar, di tempat penulis meneliti yaitu Universitas Bhayangkara Jakarta raya (Ubhara Jaya) masih ditemukan pemandangan yang kurang mencerminkan sikap generasi muda yang cinta akan lingkungannya. Padahal, mahasiswa yang berkuliah di kampus ini merupakan bagian dari generasi muda yang erat dengan teknologi informasi dan kemudahan akses ilmu pengetahuan dari berbagai sumber, seperti media sosial, berita, buku dan para dosennya. Masih tidak jarang kita bisa menemui sampah-sampah yang berserakan tidak pada tempat seharusnya seperti gambar berikut.



Gambar 3. Sampah sembarangan di lingkungan kampus Ubhara Jaya

Teknik Komunikasi persuasif Pandawara

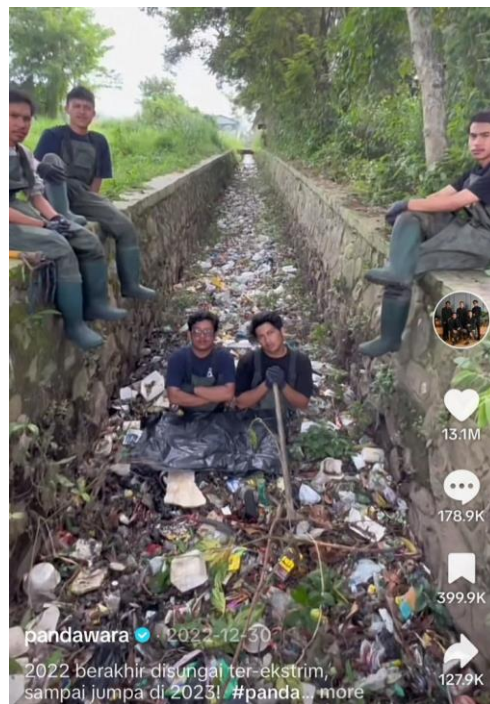
Persuasi yang dilakukan oleh Pandawara sebagai upaya menyadarkan masyarakat mengenai *issue* lingkungan merupakan bagian dari tujuan mengubah sikap dan tingkah laku orang secara lisan. Persuasi dari konten-konten yang diunggah di akun TikTok Pandawara merupakan usaha mereka dalam hal pengubahan sikap individu lain dengan memasukkan ide, pikiran, pendapat dan fakta baru lewat pesan-pesan yang komunikatif.

Menurut Sumirat dan Suryana dalam proses komunikasi persuasif terdapat unsur-unsur pembentuknya (Faiqoh, 2019), yaitu:

1. Persuader, individu atau kelompok orang yang menyampaikan pesan persuasi kepada khalayak (persuadee) untuk mempengaruhi pendapat, perilaku, sikap yang dilakukan secara verbal maupun nonverbal.
2. Persuadee, yaitu individu atau kelompok orang yang menerima pesan persuasif dari persuader.
3. Pesan persuasi, adalah usaha sadar untuk mengubah pikiran dan tindakan dengan memanipulasi ke arah tujuan yang telah ditetapkan.
4. Saluran persuasi adalah perantara atau alat yang digunakan persuader menyampaikan pesan kepada persuadee.
5. Umpan balik dan efek, Sastropoetra menjelaskan umpan balik adalah respon aktif yang ditimbulkan persuadee dari pesan persuasi yang disampaikan persuader. Sedangkan efek adalah perubahan yang ditimbulkan persuadee dari pesan persuasi yang disampaikan persuader sebagai akibat dari diterimanya pesan melalui proses komunikasi.

Dalam penelitian ini, unsur Persuader adalah Pandawara Group sebagai komunitas yang berusaha memberikan kesadaran lingkungan, sedangkan unsur Persuadee adalah Mahasiswa Ubhara Jaya khususnya mahasiswa di Fakultas Ilmu Pendidikan yang mengetahui tentang keberadaan Komunitas Pandawara, lalu unsur Persuasi berbentuk konten-konten Pandawara yang berbentuk ajakan untuk menggerakkan masyarakat melakukan aksi kesadaran lingkungan, kemudian unsur saluran persuasi adalah melalui media sosial TikTok, dan unsur umpan balik yang ingin penulis temui adalah bagaimana implikasi dan persepsi mahasiswa terhadap pesan ekoliterasi yang Pandawara sampaikan dapat diaplikasikan bagi dirinya.

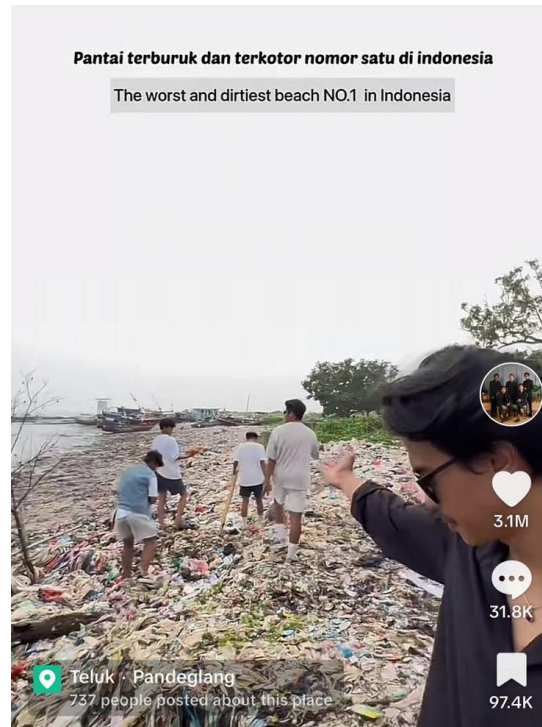
Teknik persuasi Pandawara yang menjadikannya menarik dan berbeda dari pesan-pesan persuasif yang telah ada sebelumnya adalah dengan 2 (dua), yaitu: *pertama*, tidak sungkan secara langsung membersihkan sungai yang sangat tercemar sampah. Pemandangan ini memberikan kesan yang memang pahit di mata yang melihatnya, bahkan bisa menimbulkan rasa ‘jijik’ bagi yang orang-orang yang jauh dari pemandangan seperti itu. Namun, secara ironi, hal seperti inilah yang dapat memberikan ‘tamparan’ keras bagi semua pihak yang berkepentingan; masyarakat yang membuang sampah sembarangan, pemerintah daerah yang seharusnya membuat regulasi ketat, serta pelajar setempat yang seharusnya menjadi agen perubahan.



Gambar 4. Teknik Persuasi Pandawara melalui aksi bersih-bersih sungai
Sumber: Akun TikTok Pandawara

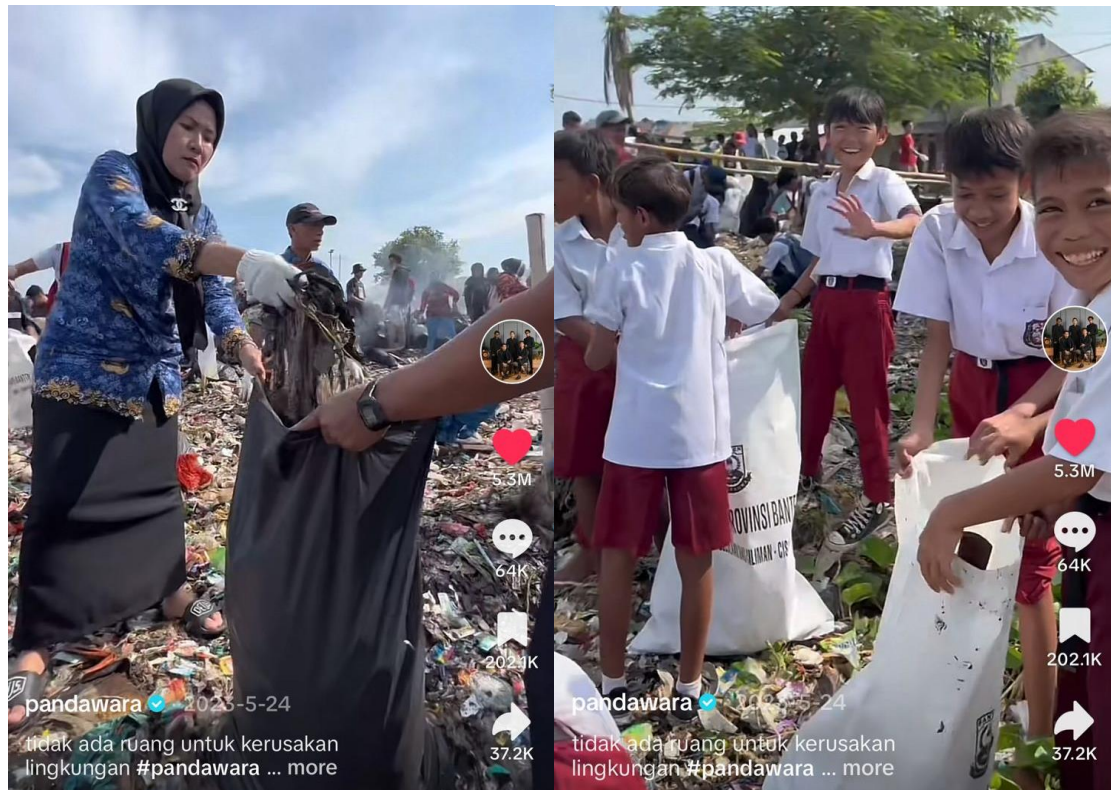
Pada contoh salah satu konten Pandawara tersebut, Pandawara menggunakan caption pada video yaitu “*This is our Year End Party*”, karena video ini diunggah pada akhir tahun 2022. Video ini viral bahkan sampai menarik perhatian dan dibanjiri komentar dukungan dan apresiasi dari orang-orang dari berbagai Negara. Video tersebut mendapat 178,9 ribu komentar, 13,1 juta likes (suka), dibagikan sebanyak 127,9 ribu kali, dan mencapai 121, 3 juta views.

Cara persuasi *kedua*, yakni memberikan kritik/penilaian gamblang bagi daerah yang memiliki kondisi buruk dalam hal mengelola sampah di pantai. Tagline ikonik Pandawara adalah dengan memberikan label “Pantai Terkotor Ke-(sekian) di Indonesia”. Hal ini menjadi *trigger* bagi masyarakat yang tinggal di daerah tersebut untuk ikut melakukan aksi bersih-bersih pantai Bersama Pandawara. Hal ini pertama kali dilakukan Pandawara pada tanggal 21 Mei 2023 dengan memberikan label “Pantai terburuk dan terkotor nomor 1 di Indonesia, yaitu di Pantai Labuan, Desa Teluk, Kecamatan Labuan, Kabupaten Pandeglang Provinsi Banten. Video yang diunggah mendapat 36,2 juta tayangan dan mendapat respon sebanyak 31,8 ribu komentar.



Gambar 5. Teknik Persuasi Pandawara

Pada akhirnya kombinasi dari kedua Teknik persuasi Pandawara tersebut sukses menarik perhatian masyarakat sekita untuk turut andil dalam upaya membersihkan lingkungan Pantai yang diberikan label “*Pantai Terburuk dan Terkotor No.1 di Indonesia*”. Hal itu terbukti pada video Pandawara yang diunggah berikutnya menggambarkan sinergitas masyarakat dari berbagi kalangan di Kawasan pantai Labuan dalam aksi memberikan sampah sampai pantai tersebut Kembali bersih.



Gambar 6. Masyarakat di wilayah Pantai labuan ikut membersihkan sampah Bersama Pandawara

Kegiatan ini terus dilakukan oleh Pandawara, dengan mengunggah konten-konten membersihkan sungai maupun pantai dengan mengajak masyarakat, walau harus terlebih dahulu menggunakan labelling “Pantai Terkotor di Indonesia”, namun hal inilah yang efektif menggerakkan hati masyarakat untuk melakukan perubahan di wilayahnya.

Edukasi Ekoliterasi Konten Pandawara

Secara sadar dan tidak sadar, Pandawara telah memberikan edukasi ekoliterasi melalui konten-konten yang mereka unggah. Ekoliterasi Pandaawara merupakan gerakan dengan tujuan untuk menumbuhkan kecerdasan sosial emosional penonton kontennya untuk menciptakan pendidikan, sosial, dan kesejahteraan lingkungan dengan mengurangi kerusakan lingkungan dan menjaga kelestarian alam.

Misal, dalam video yang diunggah pada ajakan Pandawara untuk membersihkan sungai di Bandung berikut ini:



Gambar 7. Ekoliterasi oleh Pandawara di konten TikTok

“Bukan sungai terkotor, bukan juga tempat kotor, tapi ini bisa mencoreng nama baik Bandung Raya. Dalam memperingati hari sungai nasional, kita mengajak warga sekitar dan seluruh warga Kota Bandung untuk membantu kita mengurangi sampah yang ada di sini. Di hari clean up nanti kita buktikan Kepada seluruh masyarakat Indonesia bahwa masyarakat Bandung Raya ikut serta dan Ikut andil dalam memperingati hari Sungai nasional! Jadi bendungan itu pernah kita bersihkan sebanyak 2 kali saat kita memperingati hari sampah nasional pada tanggal 21 Februari tahun 2023 bersama volunteer dan beginilah kondisi bendungan Sekarang, bisa dilihat sekarang sudah tidak ada air dan kita mendapatkan informasi bahwa sampah yang menumpuk di bendungan ini adalah kiriman dari daerah lain maka dari itu setelah kondisi bendungan ini membaik kita akan mencoba menelusuri hulu sungai ini dan mencari tahu mengapa sampah selalu bermuara di bendungan ini. Kelihatannya akan dilaksanakan pada hari Rabu tanggal 26 Juli 2023 pada pukul 09.00 pagi ada di jalan Sukarame Rancabango cimekar Kecamatan Cileunyi kabupaten Bandung, Ditunggu kehadirannya” (Pandawara, 2023)

Video tersebut memberikan pemahaman kepada masyarakat di sekitar Bandung bahwa bendungan sungai yang pernah mereka bersihkan Kembali dalam kondisi tercemar karena adanya kiriman sampah dari daerah lain. Pandawara memanfaatkan momen hari Sungai Nasional sebagai waktu untuk mengajak Kembali masyarakat untuk membersihkan sungai tersebut dan menelusuri sebab sungai selalu Kembali tercemar. Hal ini tentunya dapat menjadi acuan bagi masyarakat dan pemerintah kota setempat untuk lebih baik lagi dalam menangani pengelolaan sampah dan memahami pentingnya sungai bersih bagi kehidupan warga.

Banyak video unggahan Pandawara lainnya yang juga mengajak sekaligus memberikan edukasi serta tawaran solusi terhadap pentingnya menjaga kesadaran lingkungan bagi masa depan yang berkelanjutan.

Adaptasi Ekoliterasi Konten Pandawara oleh Mahasiswa Ubhara Jaya

Sebagai generasi muda yang erat dengan pemakaian media sosial, mahasiswa di Fakultas Ilmu Pendidikan Program Studi Pendidikan Guru Sekolah Dasar Ubhara Jaya turut mengetahui Pandawara group karena sering muncul di tab “*For Your Page*” akun TikTiknya. *For Your Page* (FYP) merupakan fitur *bubble* pendeteksi *algorithm* di TikTok yang memungkinkan sebuah video dapat *trending* dan menjangkau audiens secara luas. Hal ini lah yang membuat konten Pandawara seringkali memperoleh ratusan juta *viewers* dalam waktu yang relative cepat.

Selain itu, konten Pandawara juga memberikan implikasi pada mahasiswa dalam kehidupan sehari-hari, khususnya bagi kesadaran lingkungan yakni dengan menjaga kebersihan lingkungan terutama dari lingkungan sekitar tempat tinggal serta meminimalisir penggunaan sampah plastik, karena sampah plastik susah untuk hancur dan didaur ulang. Dengan adanya Konten Pandawara, mahasiswa berharap metode yang perlu dilakukan oleh dosen di Ubhara Jaya dalam memberikan ilmu kesadaran lingkungan bagi mahasiswa dapat melalui penyuluhan terkait pentingnya menjaga lingkungan agar tetap bersih, kemudian dengan inovasi kreatif pengolahan sampah plastik menjadi barang yang lebih bermanfaat seperti untuk pembuatan kursi, karpet, tempat pensil dan sebagainya.

Terakhir yang tidak kalah penting adalah sebagai mahasiswa Fakultas Ilmu Pendidikan Prodi Pendidikan Guru Sekolah Dasar yg cenderung dan berpeluang besar akan menjadi seorang Guru SD, konten Pandawara dirasakan akan berpengaruh pada gaya mahasiswa mengajarkan kesadaran lingkungan terhadap siswanya nanti Ketika sudah menjadi seorang guru.

“Iya, karna konten pandawara merupakan contoh yang baik untuk ditiru. karena menanamkan sikap menjaga lingkungan” (Narasumber Mahasiswa)

Sebagai pengajar, dosen yang tergolong dalam generasi muda di Fakultas dan Prodi yang sama, juga mengetahui tentang Pandawara. Dosen merasa sangat terinspirasi dengan Konten Pandawara. Dilihat dari nama Pandawara yang berasal dari kata ‘Pandawa’, sebuah kisah pewayangan yang tokohnya terdiri atas 5 orang, sesuai dengan Pandawara group yang juga beranggotakan 5 orang, lalu “Wara” yang berasal dari bahasa Sunda berarti Kabar baik. Jadi Pandawara sesuai arti dari namanya, dinilai bisa meneruskan kabar baik kepada masyarakat terkait bagaimana meningkatkan kesadaran peduli terhadap lingkungan.

Mahasiswa di Ubhara Jaya ada yang sudah memahami konsep ekoliterasi, namun sebagian besar juga belum memahami hal tersebut. Hal ini bisa direpresentasikan dengan masih adanya dosen yang sering sekali menegur mahasiswa yang merokok di sembarang tempat sementara sudah disediakan *smoking area*. Jadi konteks peduli terhadap lingkungan itu luas, tidak sederhana ketika kita menterjemahkan mahasiswa terbiasa untuk membuang sampah pada tempatnya, itu hanyalah Sebagian kecil dari konsep peduli terhadap lingkungan.

“Berbicara mengenai kepedulian terhadap lingkungan itu, kalau saya menterjemahkannya ke dalam tiga kategori ya sesuai dengan prinsip Green behavior. Terkait bagaimana respect to the earth. Bentuk respect terhadap bumi dapat dicontohkan melalui hal membuang sampah pada tempatnya, memilah sampah, menanam pohon serta memanfaatkan listrik dengan sebijak mungkin. Lalu yang kedua, Care for Life, tentang bagaimana kita itu membiasakan untuk memilih makanan-makanan yang sehat,

menggunakan masker, menegur teman yang mungkin tidak peduli terhadap lingkungan serta membiasakan menghindari produk makanan yang mengandung pengawet. Yang ketiga yaitu pattern of production, consumption, and reproduction. Kalau ini lebih ke misalnya menghindari penggunaan sampah plastik, mengkonsumsi barang yang ramah lingkungan, menggunakan Tumblr dan juga misalnya mendaur ulang.” (Narasumber Dosen)

Komponen-komponen yang disebutkan di atas bisa dijadikan indikator ketika kita ingin mengeatakan apakah mahasiswa di Ubhara Jaya sudah menerapkan konsep ekoliterasi. Berkaca pada kondisi bahwa masih banyaknya ditemukan sampah berserakan dan puntung rokok berbahaya bagi alam dan sekitar, hal ini menjadi acuan bagi setiap *stakeholder* yang ada di lingkungan Ubhara Jaya untuk saling berkontribusi dalam menggalakkan konsep ekoliterasi, baik itu mahasiswa, dosen, bahkan tenaga kependidikan. Karena Ketika kita berbicara mengenai ekoliterasi, bukan hal yang sifatnya hanya konseptual tapi pembiasaan yang harus biasa dilakukan secara terus menerus sampai dapat menjadi sebuah kebudayaan baru.

Sebagai mahasiswa di Prodi Pendidikan Guru Sekolah Dasar yang cenderung dan berpeluang besar menjadi seorang guru masa depan, kepedulian terhadap lingkungan dapat dituangkan ke dalam aktivitas pembelajaran nantinya. Melalui berbagai bentuk interferensi pembelajaran, contohnya adalah bagaimana guru bisa meng-*insert* nilai-nilai terhadap kepedulian lingkungan dalam bahan ajar. Misalnya guru secara kreatif bisa membuat buku non-tekst yang memang berkaitan dengan kepedulian terhadap lingkungan atau dengan mengembangkan bahan ajar multimodal, bisa juga berupa video kepedulian terhadap lingkungan, serta dalam bentuk infografis ekoliterasi.

“Dalam konteks intrakurikuler itu pembelajaran di kelas benar-benar menggambarkan kepedulian terhadap lingkungan. Bisa saja misalnya guru itu menciptakan kelas lingkungan kaya ekoliterasi, jadi dari ketika siswa datang ke sekolah khususnya ke kelas-kelas itu udah menggambarkan konten-konten terhadap lingkungan, dari mulai duduk, dari apa yang dia lihat di dinding di kelas pun itu berkaitan dengan kepedulian terhadap lingkungan. Kalau ko-kurikuler kaitannya bagaimana bentuk follow up penugasan yang bisa jadi kalau dalam pembelajaran terhadap kepedulian lingkungan, bukan hanya jadi ‘learning to know’, bukan hanya sekedar mengetahui tapi bagaimana mungkin nanti diarahkan Project base siswa penugasan langsung berkomunikasi dan berinteraksi dengan masyarakat kalau perlu dia yang menganalisis keadaan situasional yang ada di masyarakat kalau memang ternyata ada lingkungan di masyarakat yang ternyata tidak peduli lingkungan.” (Narasumber Dosen)

Sudah saatnya guru ataupun dosen dapat meng-*create* kaitan antara konteks pembelajaran Project based learning yang yang memungkinkan secara kokurikuler mahasiswa atau siswa mendapatkan pengalaman langsung tidak hanya di kelas. Mahasiswa atau siswa perlu mendapatkan pengalaman langsung di masyarakat dan hal ini memang membutuhkan kreativitas dari para guru dan dosen membuat pembelajaran kokurikuler tersebut.

Selanjutnya pada bentuk ekstrakurikuler, lebih ke pembelajaran di luar intrakurikuler, seperti bagaimana mungkin sebuah komunitas di lingkungan kampus dan sekolah menumbuhkan kecintaan terhadap lingkungan, misal dalam konteks Ubhara Jaya ada organisasi ekstrakurikuler “Kapal Baja”. Unit kegiatan mahasiswa yang lebih *concern* terhadap lingkungan bisa dieksplisitkan dalam praktiknya diarahkan pada program-program yang menyangkut akan kepedulian lingkungan. Dalam konteks di sekolah pun demikian, guru dapat

mendorong siswa untuk membentuk komunitas yang peduli terhadap lingkungan atau ekoliterasi.

Pembahasan

Sebagai generasi muda yang berupaya memberikan dampak positif bagi masyarakat dalam hal kesadaran lingkungan dengan memanfaatkan media sosial, Pandawara Group telah menjadi Persuader yang mempersuasi penonton kontennya dengan berbagai cara kreatif dan menarik. Teknik komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Pandawara adalah melalui 2 (dua) cara, yaitu:

- 1) Secara gamblang (tanpa sensor) mengunggah konten kegiatan mereka membersihkan sungai tercemar sampah, yang mungkin bagi Sebagian besar orang tidak sanggup untuk melakukannya. Pemandangan yang memberikan kesan ‘ekstrem’ atau ‘jijik’ tersebut secara efektif memberikan teguran bagi seluruh stakeholder, baik itu masyarakat maupun pemerintah setempat.
- 2) Memberikan label negative kepada wilayah tertentu dengan sebutan “*pantai terkotor ke-(nomor) di Indonesia*” Ketika akan mengajar masyarakat membersihkan pantai di wilayah yang sangat tercemar pantainya. Sebutan tersebut dapat menjadi ‘trigger’ bagi penduduk dan pamarintah di daerah untuk berbenah diri serta turut berkontribusi hadir dalam ajakan Pandawara membersihkan sampah di Pantai.

Secara langsung maupun tidak langsung, hal yang telah dilakukan Pandawara merupakan bagian dari upaya menumbuhkan ekoliterasi masyarakat. Masyarakat jadi memahami sebab-akibat dari perilaku yang mereka terapkan dalam kehidupan sehari-hari. Pandawara menjadi inspirasi bagi masyarakat untuk melakukan perubahan.

Dalam konteks mahasiswa sebagai bagian dari generasi muda, roda penggerak perubahan, di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya ada mahasiswa yang sudah terinspirasi dari konten Pandawara untuk mengadaptasikannya dalam kehidupan sehari-hari. Namun, masih banyak juga yang belum memahami atau menerapkan konsep ekoliterasi di lingkungan kampus. Mahasiswa belum semuanya menerapkan prinsip “*Green Behavior*”, yakni: 1) *respect to the earth*, 2) *care for life* dan 3) *pattern of production, consumption, and reproduction*.

Masih ditemukan pemandangan sampah berserakan di sudut-sudut tertentu di wilayah kampus, puntung rokok yang dibuang tidak pada tempatnya, mahasiswa yang merokok di sembarang tempat serta penggunaan plastik yang masih mendominasi gaya konsumsi warga kampus. Hal ini dapat menjadi titik awal bagi setiap *stakeholder* yang ada di lingkungan Ubhara Jaya untuk saling berkontribusi dalam menggalakkan konsep ekoliterasi, baik itu mahasiswa, dosen, bahkan tenaga kependidikan. Karena Ketika kita berbicara mengenai ekoliterasi, bukan hal yang sifatnya hanya konseptual tapi pembiasaan yang harus biasa dilakukan secara terus menerus sampai dapat menjadi sebuah kebudayaan baru.

Sebagai mahasiswa yang berada di Prodi Pendidikan Guru Sekolah Dasar, konsep ekoliterasi yang telah diinspirasi dari Pandawara dapat dituangkan ke dalam aktivitas pembelajaran melalui berbagai bentuk intervensi pembelajaran nantinya, yakni melalui Intrakurikuler, ko-kurikuler dan ekstra kurikuler.

- 1) Intrakurikuler, adalah bagaimana seorang guru mampu meng-*insert* kesadaran lingkungan di dalam kelas, mulai dari mahasiswa tiba di sekolah, masuk dan duduk di bangku kelas dan dalam materi pembelajaran.
- 2) Ko-Kurikuler, adalah bagaimana guru mampu secara kreatif memberikan penugasan kepada siswa bersifat *project based learning*. Misal langsung terjun ke masyarakat, lokasi daur ulang sampah, membuat video-video bertema lingkungan.

- 3) Ekstra-kurikuler, adalah bagaimana guru bisa mendorong dan menginspirasi siswa untuk membentuk komunitas-komunitas yang berorientasi pada konsep ekoliterasi dan cinta lingkungan.

Pada akhirnya, seluruh pemahaman dan upaya pembelajaran yang hendak diterapkan berbasis ekoliterasi ini diharapkan dapat menjadi indikator bahwa guru masa depan akan mewujudkan apa yang telah dicanangkan PBB sejak Tahun 1992, yaitu Education for Sustainable Development (ESD) atau Pendidikan untuk Pembangunan Berkelanjutan dengan penekanan system Pendidikan yang berorientasi pada lingkungan hidup.

KESIMPULAN

Pandawara Group, melalui penggunaan media sosial, berhasil menjadi agen persuasi yang efektif dalam membangkitkan kesadaran lingkungan di masyarakat. Mereka menggunakan teknik komunikasi persuasif seperti mengunggah konten langsung tentang kegiatan membersihkan sungai yang tercemar sampah secara gamblang, serta memberikan label negatif pada wilayah tertentu untuk memicu tindakan bersih-bersih.

Pandawara Group tidak hanya menyasar masyarakat umum, tetapi juga memengaruhi generasi muda, termasuk mahasiswa di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, untuk mengadopsi prinsip ekoliterasi dalam kehidupan sehari-hari mereka. Meskipun ada upaya yang terlihat, masih banyak mahasiswa yang perlu lebih memahami dan menerapkan prinsip "Green Behavior" di lingkungan kampus.

Di lingkungan akademik, konsep ekoliterasi diharapkan dapat diintegrasikan dalam bentuk interfensi pembelajaran seperti intrakurikuler, ko-kurikuler, dan ekstra-kurikuler. Hal ini bertujuan untuk menciptakan budaya baru di mana kesadaran lingkungan tidak hanya menjadi konsep tetapi juga menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari dan sistem pendidikan yang berkelanjutan. Pendekatan ini juga sejalan dengan visi PBB tentang Pendidikan untuk Pembangunan Berkelanjutan/*Education for Sustainable Development* (ESD), yang menekankan pentingnya orientasi pendidikan terhadap lingkungan hidup sebagai bagian integral dari pembangunan yang berkelanjutan.

Daftar Pustaka

- Azwar, S. (2002). *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bryman, A. (2012). *Social Research Methods. 4th Edition*. Oxford: Oxford University Press.
- Creswell, J. W. (1998). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Tradition*. London: SAGE Publications.
- Dean, B. (2024, Februari 15). *Blacklinko*. Retrieved from TikTok Statistics You Need to Know: <https://backlinko.com/tiktok-users>
- Hidayat, D. N. (2003). *Paradigma dan Metodologi Penelitian Sosial Empirik Klasik*. Jakarta: Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia.
- Jumantoro, T. (2001). *Psikologi Dakwah dengan Aspek-Aspek Kejiwaan yang Qur'ani*. Yogyakarta: Amzah.
- Kholisoh, N. (2018). Pengaruh Terpaan Informasi Vlog di Media Terhadap sikap Guru dan Dampaknya terhadap Persepsi Siswa. *Jurnal ASPIKOM*, 5.
- Mackenzie, N., & Knipe, S. (2006). Research dilemmas: Paradigms, Methods and Methodology. *Educational Research*, 16(2), 193-205.
- Matondang, A. R., & al, e. (2023). Persepsi Mahasiswa UINSU Terhadap Konten Pandawara Grup Dalam Meningkatkan Kesadaran Peduli Lingkungan. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research Volume 3 No. 6*, 3372-3383.

- Moleong, L. J. (2004). *Metodologi Penelitian Pendidikan Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nida, F. L. (2014). PERSUASI DALAM MEDIA KOMUNIKASI MASSA. *AT-TABSYIR, Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 77-95.
- Octarina, Y., & Abdullah, Y. (2017). *Komunikasi dalam perspektif teori dan praktik*. Yogyakarta: Deepublish.
- Patton, M. Q. (2002). *Qualitative Research and Evaluation Methods. 3rd Edition*. California: Thousand Oaks. Sage Publications.
- Qodriyanti, A., Yarza, H. N., Irdalisa, Elvianasti, M., & Ritonga, R. F. (2022). Analisis Sikap Peduli Lingkungan Siswa di Salah Satu MAN pada Materi Pelestarian Lingkungan. *JEP (Jurnal Eksakta Pendidikan)*, 111-116.
- Rajudin, A. A., & Hadi, S. P. (2024). Pengaruh Konten Tiktok Pandawara Group Terhadap Sikap Peduli Lingkungan Gen Z. *Al - Dyas: Jurnal Inovasi dan Pengabdian Kepada Masyarakat. Volume 3, Nomor 1.*, 123-144.
- Saputro, D., Rintayati, P., & Supeni, S. (2016). Hubungan Pengetahuan Lingkungan Hidup, Tingkat Sosial Ekonomi dan Tingkat Pendidikan Terhadap Sikap Peduli Lingkungan. *Jurnal GeoEco Vol. 2, No. 2*, 128-136.
- Srivastava, J. (2005). Mobile phones & the evolution of Scial Behaviour. *Behaviour and Information Technology*, 111-129.
- Statista. (2024, Februari 1). Retrieved from Statista: <https://www.statista.com/statistics/1299807/number-of-monthly-unique-tiktok-users/>
- tempo.co. (2023, Oktober 3). *Profil Pandawara Group, Kelompok Pemuda Peduli Lingkungan Asal Bandung*. Retrieved from tempo.co: <https://tekno.tempo.co/read/1779160/profil-pandawara-group-kelompok-pemuda-peduli-lingkungan-asal-bandung>