

Pengaruh Komentar Positif Terhadap Berkembangnya Konsistensi Konten Kreator Tiktok Pandawara Group Dalam Konten Menjaga Lingkungan

Abdurrahman Zavier Saleh Baladraf^{1,*}, Taqiy Nuril Ammar²,
Tirta Rizki Ramadhan³, Nani Nurani Muksin⁴

^{1,2,3,4} Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Jl. K.H. Ahmad Dahlan, Cirendeui, Kec. Ciputat Timur Kota Tangerang Selatan, Banten, Kode Pos 15419

*E-mail abdurahmansaleh80@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini Menggunakan Desain Kuantitatif Dengan Fokus Pada Penelitian Tentang Dampak Komentar Positif Yang Menjadi Alasan Berkembangnya Konten Kreator Media Sosial Tiktok Pandawara Group Dalam Konsistensi Membuat Konten Edukasi dan Positif Terkait Kepedulian Terhadap Lingkungan, Penelitian ini Bertujuan Untuk Mengukur Dampak Dari Konten edukasi peduli lingkungan Pandawara Group dan Penelitian ini juga Bertujuan untuk Memperlihatkan Dampak dari Komentar Positif yang diterima Pandawara Group Sebagai Pemicu untuk Meningkatkan Konsistensi Dalam Membuat Konten Edukasi & Positif, Pengambilan Data ini diambil dari beberapa jurnal terdahulu dan diambil menggunakan spps. Pandawara Group adalah kelompok pemuda penggerak permasalahan sampah dan Kebersihan lingkungan. Pandawara beranggotakan 5 orang yang berasal dari bandung Yaitu Ikhsan Destian, Gilang Rahma, Muhammad Rifky, Rafly Pasya, dan Agung Permana. Kelompok ini terbentuk karena Pengalaman Terkena Banjir di Kampung Halaman, Pembahasan ini Menggunakan Metode Pendekatan Kuantitatif dengan Metode spps. Kesimpulannya adalah bahwa Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif ini yang telah didukung dengan adanya hasil olahan data lebih berdasarkan data luaran SPSS Crosstabs – Correlation Spearman variabel kategori usia dengan konten Tiktok (new media), dengan tujuan memperdalam makna penelitian ini. Hasil olahan data menyatakan hubungan antara usia dan partisipasi sampel penelitian ini berkorelasi sangat kuat, bersifat searah dan positif, dengan kata lain penelitian ini menyatakan semakin bertambah dewasa seseorang akan meningkatkan angka partisipasi dalam produksi media, penyebaran media, dan penggunaan media. Pandawara Group mendapatkan pencapaian yang lebih tinggi dibandingkan dengan konten kreator lingkungan lainnya.

Kata kunci: Pandawara, Tiktok, Kometar, Positif, Lingkungan

ABSTRACT

This research uses a quantitative design with a focus on research regarding the impact of positive comments which are the reason for the development of Pandawara Group Tiktok social media content creators. Consistently creating educational and positive content related to caring for the environment. This research aims to measure the impact of Pandawara Group's environmentally caring educational content and This research also aims to show the impact of positive comments received by the Pandawara Group as a trigger to increase consistency in creating educational & positive content, Retrieval of this data was taken from several previous journals and taken using spps. Pandawara Group is a youth group driving waste and environmental cleanliness issues. Pandawara consists of 5 people from Bandung, namely Ikhsan Destian, Gilang Rahma, Muhammad Rifky, Rafly Pasha, and Agung Permana. This group was formed because of the experience of being affected by flooding in their hometown. This discussion uses a quantitative approach using the spps method. The conclusion is that this research uses a quantitative approach method which has been supported by the results of data processing based more on SPSS Crosstabs output data - Spearman Correlation of age category variables with Tiktok (new media) content. with the aim of deepening the meaning of this research. The results of the data processing state that the relationship between age and participation in this research sample is very strongly correlated, unidirectional and positive, in other

words, this research states that as a person gets older, participation rates in media production, media distribution and media use increase. Pandawara Group achieved higher achievements compared to other environmental content creators.

Keywords: Pandawara, Tiktok, Comment, Positive, Environment

1. PENDAHULUAN

Saat ini tidak banyak dari tayangan media Konten Kreator Tiktok berfokus Terhadap Anak bangsa, kebanyakan tayangan yang diberikan oleh Konten Kreator Tiktok itu menghibur dan mempengaruhi komentar terhadap konten tersebut. Hal ini adalah sebuah kesempatan untuk para Konten Kreator Tiktok menghasilkan sebuah komentar positif.

Meskipun banyaknya konten Kreator Tiktok Membuat Konten di media Sosial Tiktok, tidak memungkinkan hal tersebut Menjadi Penyebab Para Konten Kreator Tiktok mendapatkan komentar positif, Hal mengedukasi dan juga berkualitas.

Dengan adanya fitur-fitur yang ada di Tiktok untuk menyampaikan pesan dan komentar sangat membantu untuk mengkritik dan memperingati konten kreator , lalu konten kreator membuat perubahan konten edukasi yang konsisten agar hasil komentar menjadi positif (Maryam, 2024)

Pada beberapa tahun terakhir kondisi lingkungan sekitar sangat memprihatinkan , dikarenakan kurangnya kepedulian sosial terhadap kebersihan lingkungan sekitar, padahal dampak dari ketidak pedulian lingkungan tersebut dapat menyebabkan wabah atau musibah di lingkungan yang tidak dipedulikan kebersihan nya.

Seperti yang di Ketahui Sampah atau Limbah Rumah Tangga adalah Jenis Sampah yang di Hasilkan Dari Kegiatan Sehari hari di rumah tangga, seperti sisa makanan, kemasan plastik, kertas beras dan botol serta bahan kimia rumah tangga yang sudah tidak terpakai, hal hal tersebut di sebabkan oleh ketidak pedulian lingkungan sekitar.

ini tentunya diluar dari perkiraan, penayangan dalam Media Sosial Tiktok tidak bisa di Kontrol .

Minimnya Konten Kreator yang menghasilkan video yang berkualitas dan mengedukasi di Karenakan hanya ingin mendapatkan views dan tidak memikirkan dampak dari video tersebut, banyak komentar negative terhadap Konten Kreator yang membuat konten yang tidak layak seperti konten yang tidak mengedukasi dan tidak berkualitas (widuhung, 2024)

Jadi sangat dibutuhkan untuk Konten Kreator membuat konten yang

Menurut Utami, Pane & Hasibuan (2023)

Hasil dari kurangnya kepedulian lingkungan sekitar banyak menghasilkan korban, dari wabah sampah yang menjadi penyakit menular, banjir bandang yang di hasilkan dari pembuangan sampah ke limbah, dan wabah – wabah lain yang di hasilkan dari kurangnya kepedulian lingkungan sekitar.

Di era digital seperti sekarang pemicu untuk memulai sesuatu seperti peduli terhadap lingkungan harus dimulai dari media sosial seperti tiktok di karenakan tiktok adalah salah satu media sosial yang ramai di sorot, dengan memberi contoh peduli terhadap lingkungan di media sosial tiktok sangat berpengaruh terutama di zaman sekarang, dengan menonton konten mengedukasi seperti peduli terhadap lingkungan pasti akan di contoh dan di jadikan perilaku yang harus di terapkan oleh masyarakat

Dengan datangnya Konten Kreator Pandawara Group di media sosial Tiktok, membawa dampak positif terhadap lingkungan sekitar dengan cara membuat

Konten tentang kepedulian terhadap lingkungan seperti membersihkan limbah, membersihkan sampah di Pantai, dan membuat Konten tentang kepedulian lingkungan.

Pembuatan Konten Peduli Terhadap Lingkungan di Media Sosial Tiktok Juga Sangat Membantu Menyadarkan Masyarakat yang Masih Menganggap Remeh Tentang Pencemaran lingkungan.

Dengan Gaya Ciri Khas yang di Bawakan Pandawara Group (Gaya Kekinian) Membuat Kalangan yang Dominan Tidak Peduli Terhadap Lingkungan Menjadi Tertarik Untuk Melakukan apa yang di Lakukan Oleh Konten Kreator Media Sosial Tiktok Pandawara Group.

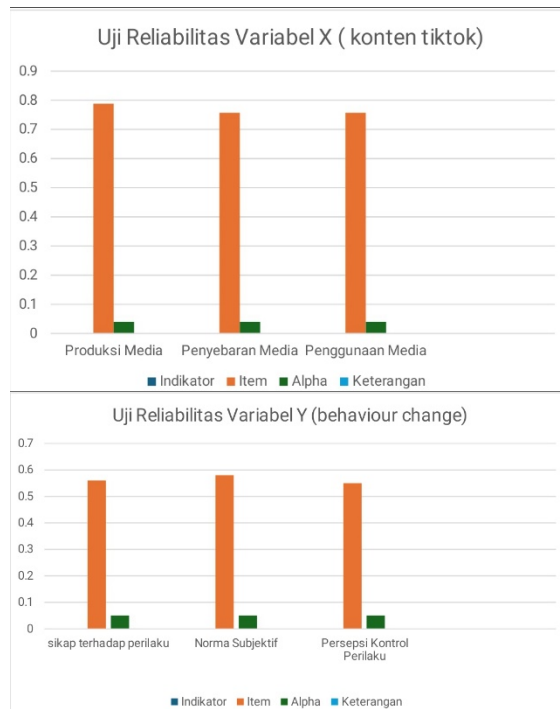
2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini Menggunakan Desain Kuantitatif Dengan Fokus Pada Penelitian Tentang Dampak Komentar Positif Yang Menjadi Alasan Berkembangnya Konten Kreator Media Sosial Tiktok Pandawara Group Dalam Konsistensi Membuat Konten Edukasi dan Positif Terkait Kepedulian Terhadap Lingkungan, Penelitian ini Bertujuan Untuk Mengukur Dampak Dari Konten edukasi peduli lingkungan Pandawara Group dan Penelitian ini juga Bertujuan untuk Memperlihatkan Dampak dari Komentar Positif yang diterima Pandawara Group Sebagai Pemicu untuk Meningkatkan Konsistensi Dalam Membuat Konten Edukasi & Positif, Pengambilan Data ini diambil dari beberapa jurnal terdahulu dan diambil menggunakan spps. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif. menggunakan penelitian kuantitatif deskriptif, menurut Sudjana dan Ibrahim mengemukakan bahwa penelitian ini memiliki upaya dalam mendeskripsikan suatu peristiwa yang sedang terjadi (Novianty & Sari, 2023). Alasan peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dalam penelitian ini bertujuan untuk berfokus menemukan korelasi antara konten Tik Tok Pandawara Group dengan behaviour change dalam menjaga kebersihan. Tujuan Penelitian ini untuk Mengukur Jumlah Masyarakat yang Peduli Terhadap Lingkungan, Followers

Pandawara Group Juga Menjadi Ukuran Support dan Dukungan Untuk Pandawara Group. Jumlah data populasi pada penelitian ini memiliki jumlah yang sangat besar, maka peneliti menggunakan metode simple random sampling dengan rumus Cochran untuk mengetahui jumlah sampel minimum dalam penelitian ini dengan tujuan target pembagian kuesioner (Salomon et al., 2015). Hasil sampel yang didapatkan dalam penelitian ini sebesar 120 responden. Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang dijawab oleh responden dengan alternatif jawaban skala 1-5 kepada masyarakat dengan kriteria yang mengikuti atau sebagai followers tiktok pandawara group.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pandawara Group adalah kelompok pemuda penggerak permasalahan sampah dan Kebersihan lingkungan. Pandawara beranggotakan 5 orang yang berasal dari Bandung yaitu Ikhsan Destian, Gilang Rahma, Muhammad Rifky, Rafly Pasya, dan Agung Permana. Kelompok ini terbentuk karena Pengalaman Terkena Banjir di Kampung Halaman, Pandawara Group Memulai Konten Peduli Lingkungan di Tahun 2022 Pada Saat Itu Lingkungan Baru Saja Terbebas Dari Pandemi, dan Terbukti Bahwa Terdapat 2-3 Konten ditemukan Dalam Waktu 1 Minggu yang Memiliki Arti Bahwa Viralnya Konten Peduli Lingkungan yang Dibuat Oleh Pandawara Group Banyak Mendapat Komentar Positif dan membangun. Pembahasan ini Menggunakan Metode Pendekatan Kuantitatif dengan Metode spps



Dikarenakan Mendapatkan Komentar Positif Pandawara Group Memaksimalkan dan Mengoptimalkan Konten Peduli Terhadap Lingkungan, Konten TikTok Pandawara Group dalam penelitian ini terdiri dari tiga dimensi yaitu produksi media, penyebaran media, dan penggunaan media. Tiga dimensi tersebut merupakan dasar pengamatan konten TikTok Pandawara Group dalam implementasi unsur dan teknik komunikasi persuasif sebagai syarat terjadinya proses komunikasi persuasif untuk mendapatkan hasil perubahan sikap. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan mengetahui behaviour change atau pengambilan sikap pengikut (followers) berdasarkan konten Pandawara Group melalui platform TikTok. Dimensi produksi media dalam penelitian ini diartikan sebagai proses pembuatan konten TikTok Pandawara Group. Implementasi komunikasi persuasif penelitian ini terjadi pada indikator proses editing konten TikTok yang dianggap telah mencapai keselarasan berdasarkan hasil olah data peneliti, dan pemanfaatan media sosial TikTok terbukti dianggap efektif sebagai wadah Pandawara Group melakukan aksi gerakan One Day One Trashbag. Ditemukannya implementasi komunikasi persuasif pada dimensi ini berupa unsur sumber, penerima, persepsi, media

persuasif, dan umpan balik dengan teknik asosiasi. Dimensi penyebaran media penelitian ini menggunakan indikator penilaian terhadap seberapa sering konten TikTok Pandawara Group ditemukan pada halaman For You Page (FYP) pengguna platform sebagai alat implementasi distribution studies. Indikator kedua yang digunakan ialah fitur share pada platform TikTok sebagai proses penyebaran media yang dilakukan secara langsung, pada penelitian ini terbukti bahwa fitur share kerap kali digunakan untuk membagikan kepada orang terdekat pengikut Pandawara Group. Ditemukannya implementasi komunikasi persuasif pada dimensi ini berupa keenam unsur dengan teknik asosiasi, dan icing device. Dimensi penggunaan media pada penelitian ini menggunakan indikator sejauh mana satu konten Pandawara Group membawa pengikut kepada konten lainnya sebagai acuan identifikasi pola konsumsi yang terjadi pada konten TikTok Pandawara Group, terbukti bahwa pola konsumsi konten terjadi dengan hasil olahan data yang mengatakan bahwa satu konten telah membawa kepada konten lainnya. Indikator kedua yaitu penggunaan kolom komentar oleh pengikut TikTok Pandawara Group yang menjadi sebuah pola konsumsi, dan terbukti bahwa penggunaan kolom komentar kerap kali digunakan untuk menyampaikan pendapat dan pikiran pengikut TikTok Pandawara Group. Ditemukannya implementasi komunikasi persuasif pada dimensi ini berupa keenam unsur dengan teknik asosiasi, dan icing device. Proses komunikasi persuasif akan memberikan hasil dengan perubahan sikap, pada penelitian ini hasil yang dituju merupakan perubahan sikap menjaga kebersihan dari pengikut TikTok Pandawara Group dengan klasifikasi terinci melalui teori perilaku terencana (sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku) dengan syarat telah terjadinya proses komunikasi persuasif didalamnya. Identifikasi dimensi sikap terhadap perilaku penelitian ini dilakukan dengan indikator sejauh mana konten TikTok Pandawara Group berhasil membuat penerima pesan mengambil sikap menjaga

kebersihan (respon positif), dapat dikatakan pengemasan konten yang dilakukan dapat membuat pengikut TikTok Pandawara Group mengambil sikap menjaga kebersihan dalam kehidupan sehari-hari. Identifikasi kedua dilakukan dengan penilaian indikator pernyataan bahwa konten Pandawara Group terkesan memaksa audiens untuk mengambil sikap menjaga kebersihan (respon negatif), dapat dikatakan bahwa penerima pesan tidak mendapatkan respon perasaan terpaksa dalam pengambilan sikap menjaga kebersihan setelah melihat konten Pandawara Group. Identifikasi dimensi norma subjektif penelitian ini menggunakan indikator penilaian dasar pengaruh orang terdekat pengikut TikTok Pandawara Group dalam pengambilan keputusan untuk berperilaku, terbukti dengan hasil olahan data peneliti bahwa pengambilan sikap pengikut TikTok Pandawara Group tidak dipengaruhi orang lain. Identifikasi kedua dilakukan secara lebih spesifik sesuai tujuan penelitian dengan indikator sejauh mana validasi orang terdekat pengikut TikTok Pandawara Group mempengaruhi pengambilan sikap dalam menjaga kebersihan, dapat dikatakan bahwa validasi orang terdekat tidak memiliki pengaruh dalam mengambil sikap menjaga kebersihan pengikut TikTok Pandawara Group. Identifikasi dimensi persepsi kontrol perilaku penelitian ini menggunakan indikator penilaian tingkat kesulitan pengambilan sikap menjaga kebersihan pengikut menggunakan konten TikTok Pandawara Group sebagai sumber, dapat dikatakan bahwa hanya dengan melihat konten TikTok Pandawara Group sebagai sumber informasi dapat membuat pengikutnya mengambil sikap menjaga kebersihan. Identifikasi kedua dilakukan menggunakan indikator penilaian pentingnya sikap menjaga kebersihan dan peduli lingkungan bagi pengikut TikTok Pandawara Group, berdasarkan hasil olahan data peneliti penilaian sikap menjaga kebersihan dan peduli lingkungan sangatlah penting bagi pengikut TikTok Pandawara Group. Menurut Yanti & Fajarwati Keberlangsungan Hidup Manusia Berkesinambungan dengan Lingkungan, dan yang Harus Menjaga

Lingkungan adalah Warga Sekitar yang Tinggal di Lingkungan Tersebut, Pandawara bisa Mempengaruhi dalam Gerakan Menjaga Lingkungan, dikarenakan Zaman Sekarang yang dilihat dan dicontoh adalah Sesuatu yang Ramai di Media Sosial Terutama Tiktok, dengan Membuat Konten yang Berpengaruh di Platform Tiktok Pandawara Banyak Mendapatkan Komentar Positif dan Menjadi Panutan untuk Menjaga Lingkungan. Fenomena yang Terjadi Saat ini adalah Jumlah Sampah Pengelolaan Serta Pengurangan Sampah Tidak Seimbang, Kolektif dan Keterlibatan Masyarakat Baik Mengelola Maupun Mengelola Sampah Merupakan Salah Satu Bentuk Pengelolaan Budaya Kebersihan dan Budaya Peduli Lingkungan, Hal – hal Tersebut adalah Faktor yang Menggerakkan Pandawara Group untuk Membuat konten Peduli Terhadap Lingkungan. (Bernadeth & Junaidi, 2024).

4. KESIMPULAN

Kesimpulannya adalah bahwa Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif ini yang telah didukung dengan adanya hasil olahan data lebih berdasarkan data luaran SPSS Crosstabs – Correlation Spearman variabel kategori usia dengan konten TikTok (new media), dengan tujuan memperdalam makna penelitian ini. Hasil olahan data menyatakan hubungan antara usia dan partisipasi sampel penelitian ini berkorelasi sangat kuat, bersifat searah dan positif, dengan kata lain penelitian ini menyatakan semakin bertambah dewasa seseorang akan meningkatkan angka partisipasi dalam produksi media, penyebaran media, dan penggunaan media. Pandawara Group mendapatkan pencapaian yang lebih tinggi dibandingkan dengan konten kreator lingkungan lainnya. karena pandawara group bisa membawa self branding yang baik kepada khalayak terhadap kelompoknya, hingga banyak masyarakat tertarik dan menyukai kontennya yaitu konten lingkungan, dengan hal ini masyarakat semakin tertarik dan mengimplementasikan kebersihan lingkungan. Hasil olahan datanya yaitu dapat disimpulkan bahwa hubungan

antara usia dan pengambilan sikap menjaga kebersihan sampel penelitian ini berkorelasi kuat, bersifat searah dan positif, Hasil penelitian berdasarkan dimensi produksi media, penyebaran media, dan penggunaan media terhadap dimensi sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku memiliki korelasi yang cukup kuat, dan bersifat searah yang dapat dilihat dari uji spps yang sudah dilakukan

Pengikut Pandawara Group. *Koneksi*, 8(1), 187-196.

ISO 690

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada Universitas Muhammadiyah Jakarta terutama Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik, Prodi Ilmu Komunikasi, terutama kepada Dosen mata kuliah Kuantitatif Ibu Dr. Nani Nurani Muksin S.Sos M.Si

Daftar Pustaka

Widuhung, S. M. (2024). Analisa Komentar Pornoteks Pada Akun Tiktok Kinderflix. *Idn. Komunikata* 57, 5(1), 65-73.

Maryam, M., & Ramli, M. R. (2024). Pengelolaan Media Sosial Instagram@Mardanialisera Dalam Meningkatkan Komentar Positif Netizen Pada Pemilihan Legislatif Tahun 2024. *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam*, 7(2), 85-108.

Utami, A. P., Pane, N. N. A., & Hasibuan, A. (2023). Analisis Dampak Limbah/Sampah Rumah Tangga Terhadap Pencemaran Lingkungan Hidup. *Cross-Border*, 6(2), 1107-1112.

Yanti, D., Lestari, D. M., & Fajarwati, N. K. (2024). Efektivitas Konten Media Sosial Tiktok@ Pandawaragroup Sebagai Media Kampanye Membersihkan Lingkungan. *Filosofi: Publikasi Ilmu Komunikasi, Desain, Seni Budaya*, 1(2), 67-77.

Bernadeth, G. Y., & Junaidi, A. (2024). Pengaruh Konten Tiktok terhadap Perubahan Perilaku Menjaga Kebersihan