

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul **“TikTok Sebagai Media Kampanye Edukasi Kebersihan Lingkungan (Studi Fenomenologi Penggunaan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Kampanye Edukasi Kebersihan Lingkungan Pada Akun @pandawaragroup di Kalangan Generasi Z)”**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui motif, tindakan, dan makna dari *followers* TikTok @pandawaragroup sebagai media kampanye edukasi kebersihan lingkungan di kalangan generasi Z. Metode dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan fenomenologi. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *Computer Mediated Communication (CMC)* oleh Joseph Walther dan teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan studi kepustakaan, observasi lapangan dan wawancara dengan informan penelitian.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan motif *followers* TikTok @pandawaragroup menggunakan TikTok sebagai media kampanye edukasi kebersihan lingkungan di kalangan generasi Z adalah karena ketertarikan terhadap konten menarik dan edukatif, inspirasi dan harapan untuk menginspirasi konten kreator lain, keprihatinan terhadap lingkungan dan gaya konten menarik, serta tujuan untuk mendapatkan hiburan dan mengisi waktu luang. Tindakan *followers* TikTok @pandawaragroup menggunakan TikTok sebagai media kampanye edukasi kebersihan lingkungan di kalangan generasi Z adalah karena informan telah mengambil tindakan nyata dalam menjaga kebersihan lingkungan. Tindakan tersebut meliputi perubahan kebiasaan sehari-hari dan partisipasi dalam aksi nyata untuk membersihkan lingkungan. Melalui kampanye edukasi yang disampaikan oleh @pandawaragroup, informan merasa terinspirasi dan didorong untuk berkontribusi dalam menjaga kebersihan lingkungan secara aktif. Makna *followers* TikTok @pandawaragroup menggunakan TikTok sebagai media kampanye edukasi kebersihan lingkungan di kalangan generasi Z adalah karena mendapatkan berbagai makna penting tentang kebersihan lingkungan, termasuk inspirasi, motivasi, pemahaman yang lebih menyenangkan, tanggung jawab bersama, dan praktik-praktik ramah lingkungan. Akun tersebut berhasil membangun kesadaran, antusiasme, dan partisipasi pengikutnya dalam menjaga kebersihan lingkungan secara aktif.

Saran yang peneliti ingin sampaikan setelah melakukan penelitian ini adalah TikTok memiliki berbagai fitur interaktif yang bisa dimanfaatkan untuk mendorong keterlibatan lebih aktif dari pengikut. Akun @pandawaragroup dapat mengambil keuntungan dari fitur-fitur ini, seperti tantangan atau ajakan bagi pengikut untuk membuat konten terkait kebersihan lingkungan. Langkah ini akan membangun komunitas yang lebih solid dan berkontribusi dalam menyebarkan pesan kampanye.

Kata Kunci: TikTok, Kebersihan Lingkungan, Generasi Z, Computer Mediated Communication (CMC), Motif, Tindakan, makna, Fenomenologi

ABSTRACT

This research is entitled "TikTok as a Media Campaign for Environmental Hygiene Education (Phenomenological Study of the Use of the TikTok Application as a Media Campaign for Environmental Hygiene Education on the @pandawaragroup Account among Generation Z)".

The purpose of this study is to determine the motives, actions, and meanings of TikTok followers @pandawaragroup as a medium for environmental hygiene education campaigns among generation Z. The method of this research is qualitative research with a phenomenological study of the use of the TikTok application as a media for environmental hygiene education campaigns. The method in this research is qualitative research using a phenomenological approach. The theory used in this research is the theory of Computer Mediated Communication (CMC) by Joseph Walther and the data collection techniques used in this research are library studies, field observations and interviews with research informants.

The results of this study show that the motives of TikTok @pandawaragroup followers using TikTok as a medium for environmental hygiene education campaigns among generation Z are due to interest in interesting and educational content, inspiration and hope to inspire other content creators, concern for the environment and interesting content styles, and the aim of getting entertainment and filling leisure time. The action of TikTok @pandawaragroup followers using TikTok as a medium for environmental hygiene education campaigns among generation Z is because informants have taken concrete actions in maintaining environmental cleanliness. These actions include changes in daily habits and participation in concrete actions to clean the environment. Through the educational campaign delivered by @pandawaragroup, informants feel inspired and encouraged to contribute to maintaining environmental cleanliness actively. The meaning of TikTok followers @pandawaragroup using TikTok as a medium for environmental hygiene education campaigns among generation Z is because they get various important meanings about environmental cleanliness, including inspiration, motivation, a more pleasant understanding, shared responsibility, and environmentally friendly practices. The account succeeded in building awareness, enthusiasm, and participation of its followers in actively maintaining environmental cleanliness.

The advice that the researcher would like to convey after conducting this research is that TikTok has various interactive features that can be utilised to encourage more active involvement from followers. The @pandawaragroup account can take advantage of these features, such as challenges or invitations for followers to create content related to environmental hygiene. This will build a more solid community and contribute to spreading the campaign message.

Keywords: TikTok, Environmental Hygiene, Generation Z, Computer Mediated Communication (CMC), Motives, Actions, meaning, Phenomenology

RINGKESAN

Panalungtikan ieu dijudulan “TikTok salaku Média Kampanye Pendidikan Kabersihan Lingkungan (Studi Fenoméologis Pamakéan Aplikasi Tiktok salaku Média Kampanye Pendidikan Kabersihan Lingkungan dina Akun @pandawaragroup diantara Generasi Z)”

Tujuan tina ieu panalungtikan nya éta pikeun mikanyaho motif, tindakan, jeung ma'na pengikut TikTok @pandawaragroup salaku média kampanye atikan kabersihan lingkungan di kalangan generasi Z. Méthode dina ieu panalungtikan nya éta panalungtikan kualitatif ngagunakeun pamarekan fénoméologis. Tiori anu digunakeun dina ieu panalungtikan nya éta tiori Computer Mediated Communication (CMC) karya Joseph Walther jeung téhnik ngumpulkeun data anu digunakeun dina ieu panalungtikan nya éta studi pustaka, observasi lapangan jeung wawancara jeung informan panalungtikan.

Hasil tina ulikan ieu nunjukkeun yén motif pengikut @pandawaragroup TikTok ngagunakeun TikTok salaku média pikeun kampanye pendidikan kabersihan lingkungan di kalangan generasi Z nyaéta kusabab minat kana eusi anu pikaresepeun sareng atikan, inspirasi sareng harepan pikeun mere ilham panyipta kontén sanés, prihatin kana éta. lingkungan sareng gaya eusi anu pikaresepeun, sareng tujuan, pikeun hiburan sareng waktos luang. Kalakuan para pengikut TikTok @pandawaragroup ngagunakeun TikTok minangka media kampanye pendidikan kabersihan lingkungan di kalangan generasi Z lantaran para informan geus ngalakukeun tindakan nyata dina ngajaga kabersihan lingkungan. Tindakan-tindakan ieu kalebet ngarobih kabiasaan sapopoe sareng ngiringan tindakan konkrit pikeun ngabersihan lingkungan. Ngaliwatan kampanye edukasi anu ditepikeun ku @pandawaragroup, para informan ngarasa kadeukeut jeung kajurung pikeun aktif berkontribusi dina ngajaga kabersihan lingkungan. Harti pengikut TikTok @pandawaragroup ngagunakeun TikTok salaku média kampanye atikan kabersihan lingkungan di kalangan generasi Z nyaéta alatan maranéhna meunang rupa-rupa harti penting ngeunaan kabersihan lingkungan, diantarana inspirasi, motivasi, pamahaman anu leuwih pikaresepeun, tanggung jawab babarengan, jeung prakték ramah lingkungan. Akun éta parantos suksés ngawangun kasadaran, sumanget, sareng partisipasi pengikutna dina aktip ngajaga kabersihan lingkungan.

Saran anu hayang ditepikeun ku panalungtik sanggeus ngalaksanakeun ieu panalungtikan nya éta TikTok miboga rupa-rupa fitur interaktif anu bisa dimangpaatkeun pikeun ngadorong partisipasi leuwih aktif ti para pengikut. Akun @pandawaragroup tiasa ngamanfaatkeun fitur-fitur ieu, sapertos tanggungan atanapi uleman pikeun pengikut pikeun nyiptakeun konten anu aya hubunganana sareng kabersihan lingkungan. Léngkah ieu bakal ngawangun komunitas anu langkung solid sareng nyumbang kana nyebarkeun pesen kampanye.

Kata Kunci: TikTok, Kabersihan Lingkungan, Generasi Z, Computer Mediated Communication (CMC), Motif, Aksi, harti, Fenomenologi