

ABSTRAK

Kota Bandung menjadi sejarah awal bagi sekumpulan anak muda yang diberi nama Padawara Group yang saat ini tengah viral dalam melakukan aksinya membersihkan lingkungan. kelompok terdiri dari lima anak muda yakni Gilang, Rifqi, Agung, Ikhsan, dan Raflyi. Aksi mereka adalah membersihkan sampah yang menumpuk di sungai serta pesisir pantai di wilayah Indonesia. Video kegiatan bersih- bersih sungai mereka unggah di media sosial seperti TikTok. Aksi lima anak muda dari Bandung yang diunggah ke sosial media ini pun tuai sorotan masyarakat. Banyak masyarakat yang memberikan komentar positif dan memberikan semangat atas aksi yang mereka lakukan. Bahkan banyak publik figur ikut merespon dengan adanya fenomena ini. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Fenomena Konten Tiktok Pandawara Group Mengenai Kampanye Kebersihan Lingkungan yang diunggah disosial media Tiktok @pandaragroup. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Hasil penelitian menunjukkan motif, tindakan dan makna serta analisis masalah pada fenomena konten Tiktok Pandawara tentang kebersihan lingkungan melalui media sosial Tiktok. Pandawara melihat keresahan yang terjadi lingkungan sekitar, karena menumpuknya sampah disungai, menyebabkan sering terjadinya banjir. Identifikasi Segementasi Sasaran yang dilakukan Pandawara ditujukan untuk seluruh elemen masyarakat untuk peduli terhadap kebersihan lingkungan. Pandawara memiliki tujuan dalam aksi kampanyenya yaitu ingin target sasaran mereka anak muda milenial serta seluruh masyarakat yang melihat aksi kegiatan mereka, mengikuti aksi yang mereka lakukan tanpa disuruh kembali. Pandawara dalam penentuan pesan menghindari pesan kampanye kebersihan lingkungan yang sudah biasa, diawal mulanya kampanye ini bergerak yang terinspirasi dari *tag line* salah satu brand olahraga yaitu Red Bull mengatakan bahwa "*Boys don't talk*", yang menurut mereka laki-laki tidak usah bicara tapi bertindak.

Kata Kunci : Fenomena, Tiktok, Kampanye, Kebersihan.

ABSTARCT

Bandung City has become the starting point in history for a group of young people known as the Padawara Group, which is currently going viral for their actions in cleaning up the environment. The group consists of five young people: Gilang, Rifqi, Agung, Ikhsan, and Rafly. Their action is to clean up the trash that has accumulated in the rivers and along the beaches in Indonesia. The video of their river cleaning activities was uploaded on social media platforms like TikTok. The actions of five young people from Bandung, shared on social media, have garnered public attention. Many people are giving positive comments and encouragement for the actions they are taking. Even many public figures have responded to this phenomenon. The aim of this research is to understand how the TikTok content phenomenon of the Pandawara Group regarding environmental cleanliness campaigns is presented on the social media platform TikTok @pandawaragroup. The method used in this research is a qualitative research method with a case study approach. The results of the study indicate the motives, actions, and meanings, as well as the analysis of issues related to the phenomenon of the Pandawara TikTok content about environmental cleanliness through the TikTok social media platform. Pandawara observes the unrest occurring in the surrounding environment due to the accumulation of waste in the river, which often leads to flooding. The target segmentation identified by Pandawara is aimed at all elements of society to raise awareness about environmental cleanliness. Pandawara has a goal in its campaign actions, which is to target millennials and the entire community that observes their activities, encouraging them to participate in their actions voluntarily. Pandawara, in determining the message, aims to avoid the usual environmental cleanliness campaign messages. At the beginning of this campaign, it was inspired by the tagline of a sports brand, Red Bull, which states, "Boys don't talk." They believe that men should not just talk but take action.

Keywords: Phenomenon, TikTok, Campaign, Cleanliness.

RINGKESAN

Kota Bandung mangrupa awal sajarah pikeun grup nonoman anu disebut Grup Padawara anu ayeuna keur viral dina ngalaksanakeun lampah bersih lingkungan. Rombongan ieu diwangun ku lima nonoman, nyaéta Gilang, Rifqi, Agung, Ikhsan, jeung Raflyi. Aksi maranéhanana nyaéta pikeun ngabersihkeun runtah anu numpuk di walungan jeung basisir di Indonésia. Aranjeunna unggah pidéo kagiatan beberesih walungan dina média sosial sapertos TikTok. Kalakuan lima pamuda Bandung anu diunggah ka média sosial ogé matak narik perhatian masarakat. Seueur jalma masihan koméntar anu positif sareng masihan dorongan pikeun tindakan anu aranjeunna lakukeun. Malah loba inohong publik geus ngabales fenomena ieu. Tujuan tina ieu panalungtikan nyaéta pikeun mikanyaho fenomena eusi Tiktok Grup Pandawara ngeunaan Kampanye Kabersihan Lingkungan anu diunggah dina média sosial Tiktok @pandawaragroup. Méthode anu digunakeun dina ieu panalungtikan nyaéta méthode panalungtikan kualitatif kalawan pendekatan studi kasus. Hasil panalungtikan nembongkeun motif, tindakan jeung ma'na ogé analisis masalah dina fénoména eusi Tiktok Pandawara ngeunaan kabersihan lingkungan ngaliwatan média sosial Tiktok. Pandawara ningali karusuhan di lingkungan sabudeureun, alatan akumulasi runtah di walungan, ngabalukarkeun sering caah. Idéntifikasi Sasaran Segmentasi anu dilaksanakeun ku Pandawara ditujukeun ka sakumna unsur masarakat pikeun miara kabersihan lingkungan. Pandawara miboga udagan dina kampanyena, nya éta sasaran panongtonna nyaéta nonoman milenial jeung sakumna masarakat anu ningali kagiatanana, pikeun nuturkeun lampah anu dilaksanakeun tanpa dipénta mulang. Pandawara, dina nangtukeun pesen, ngajauhan seratan kampanye kabersihan lingkungan dina awal kampanye ieu diilhami ku tag line salah sahiji merek olahraga, nya éta Red Bull, nyebutkeun yén "Boys don't talk", nu nurutkeun. ka maranehna, lalaki teu kudu ngomong tapi meta.

Kata Kunci: Fenomena, TikTok, Kampanye, Kabersihan.