

**PENGARUH TERPAAN INFORMASI PEDULI LINGKUNGAN
#ONEDAYONETRASHBAG PADA UNGGAHAN AKUN TIKTOK
@PANDAWARA GROUP TERHADAP SIKAP PENGIKUTNYA**

**Amira Isnaini Muslihah, Rona Rizkhy Bunga Chasana
Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi Dan Informatika,
Universitas Muhammadiyah Surakarta**

Abstrak

Melalui media sosial, salah satu akun TikTok yaitu @pandawaragroup memanfaatkan media sosial sebagai akun untuk mempengaruhi individu maupun kelompok atas kesadaran dalam peduli lingkungan. Rumusan masalah dari penelitian ini yaitu, bagaimana pengaruh terpaan informasi peduli lingkungan #onedayonetrashbag pada unggahan TikTok @pandawaragroup terhadap sikap pengikutnya. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori S-O-R. Bentuk penelitian menggunakan metode penelitian kuantitatif yang bersifat eksplanatif. Pengumpulan data kuesioner menggunakan skala likert, yang akan diberikan secara online melalui *direct message* kepada 100 pengikut tiktok @pandawaragroup. Berdasarkan hasil analisis uji t didapatkan bahwa nilai H_a diterima, yang menunjukkan adanya pengaruh pada terpaan informasi Pandawara Group di media sosial untuk mendorong peduli lingkungan pengikutnya. Terdapat hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen yang menunjukkan pengaruh sebesar 39,9% artinya terdapat pengaruh antara terpaan informasi peduli lingkungan #onedayonetrashbag pada unggahan akun TikTok @pandawaragroup terhadap sikap pengikutnya. Rekomendasi selanjutnya adalah membandingkan pengaruh unggahan konten Pandawara Group di media sosial TikTok, dengan unggahan konten Pandawara Group di platform lain seperti Instagram. Hal ini dapat dilakukan untuk membantu mengidentifikasi platform mana yang lebih efektif dalam menyebarkan informasi peduli lingkungan.

Kata Kunci: Terpaan Informasi, Sikap, Media Sosial, Peduli Lingkungan

Abstract

Through social media, one TikTok account, @pandawaragroup, utilises social media as an account to influence individuals and groups on awareness in caring for the environment. The formulation of the problem of this study is, how the influence of exposure to information on environmental awareness #onedayonetrashbag on TikTok @pandawaragroup uploads on the attitudes of its followers. The theory used in this research is the S-O-R theory. The form of research uses quantitative research methods that are explanatory in nature. Questionnaire data collection using a Likert scale, which will be given online via direct message to 100 followers of TikTok @pandawaragroup. Based on the results of the t test analysis, it is found that the H_a value is accepted, which shows that there is an influence on the exposure of Pandawara Group information on social media to encourage followers' environmental care intentions. There is a relationship between the independent variable and the dependent variable which shows an influence of 39.9%, meaning that there is an influence between the exposure of environmental information #onedayonetrashbag on TikTok @pandawaragroup account uploads on the attitudes of its followers. The next recommendation is to compare the influence of Pandawara Group's content uploads on TikTok social media, with Pandawara Group's content uploads on other platforms such as Instagram. This can be done to help identify which platform is more effective in disseminating environmental awareness information.

Keywords: Information Exposure, Attitude, Social Media, Pro-Environmental

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK), melalui Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional (SIPSN) mendata bahwa Indonesia menghasilkan 31,1% juta ton sampah pada tahun 2023. Dari data tersebut masih terdapat 36,33% sampah atau 13,47 juta ton sampah belum diolah dengan baik setiap tahunnya. Permasalahan yang signifikan mengenai sampah banyak dirasakan di negara Indonesia maupun luar negeri (Adharsyah, 2019). Masalah sampah yang menumpuk semakin menjadi masalah yang serius, terutama karena dampaknya yang serius terhadap lingkungan (Mutaqin, 2018). Total sampah plastik di dunia diperkirakan menjangkau 1,3 miliar ton tahun 2040 jika tidak ada perubahan signifikan dalam pengelolaan dan daur ulang sampah (Widyaningrum, 2020). Pertumbuhan penduduk yang terus meningkat mengakibatkan jumlah sampah meningkat pula, saat ini pemerintah sedang menangani masalah ini (Marpaung et al., 2022). Permasalahan sampah juga dialami oleh masyarakat bantaran sungai Damar Weleri Kabupaten Kendal. Sungai Damar Weleri terdapat banyak sampah yang menyebabkan daya tampung air yang kurang sehingga sering terjadi banjir. Namun hal ini masih banyak masyarakat yang kurang peduli mengenai permasalahan tersebut Isthofiyani., et al (2016). Dengan adanya permasalahan sampah tersebut diperlukan terpaan informasi melalui media sosial untuk mempengaruhi khalayak atas kesadaran peduli lingkungan.

Media sosial merupakan tempat yang dikelola menggunakan akses internet sehingga dapat digunakan oleh penggunanya sebagai alat mempresentasikan diri sendiri, melakukan kerja sama, saling berbagi, maupun berkomunikasi guna menjalin pertemanan secara virtual (Siregar, 2022). Media sosial yang semakin berkembang menghasilkan komunikasi tidak hanya dilangsungkan melalui satu arah saja. Artinya, penikmat media sosial mampu ikut untuk mengisi konten di media sosial tersebut (Watie, 2016). Media sosial sering dianggap memberikan dampak buruk bagi penggunanya (Cotten et al., 2023). Namun nyatanya, media sosial memiliki banyak dampak positif serta manfaat yang akan didapatkan oleh penggunanya (Amriwijaya & Sunggoro, 2024). Media sosial kini banyak dimanfaatkan sebagai media informasi, artinya masyarakat tidak harus bergantung pada media TV (Özkent, 2022). Hal ini karena informasi dapat diakses melalui jejaring sosial setiap harinya tanpa ada batas ruang dan waktu Akram & Kumar, (2017). Media sosial dapat dikatakan sebagai media komunikasi persuasif, karena dalam hal ini media sosial banyak mempengaruhi individu maupun kelompok

secara verbal maupun nonverbal (Tyas et al., 2024). Melalui media sosial, salah satu konten kreator @pandawaragroup memanfaatkan media sosial sebagai akun untuk mempengaruhi individu maupun kelompok atas kesadaran dalam peduli lingkungan.

Media sosial memiliki banyak jenisnya salah satu contohnya adalah media sosial TikTok/Aplikasi TikTok. Aplikasi TikTok adalah perangkat lunak gambaran dari *new media* yang berisi dukungan dari beberapa fitur edit seperti lagu dan efek untuk wajah dalam pembuatan video pendek kreatif (Tang, 2019). Media sosial TikTok memiliki arti penting bagi pengguna termasuk hiburan, kenyamanan, sosialisasi, mencari atau menyebarkan informasi (Falgoust et al., 2022). Melalui video di media sosial TikTok, dapat memperluas cakupan mengenai informasi-informasi isu lingkungan (Pereira & Ha, 2024). Dalam konteks TikTok, pandangan ritual komunikasi menunjukkan bahwa pengguna berpartisipasi di platform terutama untuk berinteraksi, berbagi, dan bersosialisasi daripada secara pasif menerima informasi dan konten (Yang & Zilberg, 2020). TikTok merupakan salah satu media digital di Indonesia yang sedang menjamur. Terdapat 800 juta pengguna aktif TikTok setiap bulannya, sehingga mendorong potensi keberagaman (Khosravian, 2021).

Melalui media sosial TikTok salah satu konten kreator @pandawaragroup memanfaatkan media sosial sebagai tempat untuk mempengaruhi individu maupun kelompok atas kesadaran peduli lingkungan. Peneliti memilih akun TikTok @pandawaragroup dengan #onedayonetrashbag sebagai tempat penelitian karena, akun tersebut konsisten menggunakan #onedayonetrashbag disetiap unggahannya sehingga mengundang banyak perhatian dari masyarakat. Tercatat hingga tanggal 1 April 2024 mempunyai 12.000.000 pengikut pada akun TikToknya. Pandawara group juga mendapatkan beberapa penghargaan seperti *Green Award 2023* dari Lembaga CSR La Tofi *School of Social Responsibility* (Bagaskara, 2023), *Rising Star of the Year*, *Change Maker of the Year* dan *Creator of the Year* dari TikTok Awards 2023 (Kartika, 2023).

Pada unggahan *channel* youtube “Curhat Bang Denny Sumargo” pada 14 Januari 2023 Pandawara Group menjelaskan bahwa mereka merupakan pemuda asal Bandung selatan yang terdiri dari lima orang yakni Agung, Ikhsan, Gilang, Rafly, dan Rifki. Nama Pandawara Group terinspirasi dari kisah pewayangan Pandhawa Lima, sementara itu kata Wara berasal dari Bahasa Sunda yang artinya kabar baik. Pandawara Group memiliki maksud lima pemuda pembawa kabar baik. Pandawara Group memanfaatkan media sosial TikTok sebagai sarana

untuk mempengaruhi individu maupun kelompok mengenai peduli lingkungan melalui #onedayonetrashbag yang diunggah pada media sosial TikTok @pandawaragroup. Pandawara Group juga menyampaikan awal mula alasan mereka melakukan aksi bersih-bersih sungai karena tempat tinggal mereka sering kali mengalami banjir. Maka dari itu, Pandawara Group melakukan penelusuran penyebab banjir yang sering terjadi di lingkungan tempat tinggal mereka (Sumargo, 2023).

Saat diundang pada acara “*Tonight Show Premiere*” pada 21 Januari 2023, Pandawara Group menjelaskan bahwa awal mulanya mereka hanya terjuan ke beberapa titik di sekitar Bandung. Dimulai dari sekitar lingkungan sungai terdekat dari tempat tinggal mereka. Kemudian mereka menggunggah aksi tersebut ke TikTok yang menjadikan Pandawara Group mengundang banyak perhatian warga media sosial. Pandawara Group menyampaikan tujuan dari membuat konten aksi bersih-bersih sungai di akun TikTok @pandawaragroup adalah diharapkan unggahan konten tersebut dapat menginspirasi masyarakat luas dan melakukan hal serupa di wilayah tempat tinggalnya masing-masing. Hal ini juga sebagai *awareness* agar masyarakat memiliki kesadaran penuh terhadap kebersihan lingkungan sekitar (Estefina, 2023).

Penelitian sebelumnya terkait menelaah dampak media sosial terhadap sikap pengguna dalam pengelolaan sampah, yang menunjukkan bahwa paparan dan penyajian informasi berpengaruh signifikan terhadap sikap pengguna. Selain itu, penyajian informasi dalam penelitian ini menunjukkan peran valensi dan bobot informasi (Alifia et al., 2023). Penelitian sebelumnya juga terkait peran media sosial pada kesadaran lingkungan Mahasiswa Sarjana di Universitas Sulaimani Irak yang menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa mengaku memiliki kesadaran lingkungan yang meningkat setelah menggunakan media sosial. Sebagian besar siswa kadang-kadang berniat ke pos peduli lingkungan (Rahim & Jalaladeen, 2016).

Dengan adanya permasalahan sampah yang sedang dihadapi masyarakat Indonesia, penelitian ini perlu untuk dilakukan karena terpaan informasi melalui *platform* media sosial TikTok memunculkan suatu dinamika di mana ide dan nilai-nilai baru yang muncul dari platform ini dapat dengan cepat mempengaruhi pandangan dan pola pikir masyarakat secara lebih luas (Bonita, 2021). Penelitian ini dapat memberikan pandangan baru hingga pengetahuan mengenai bagaimana suatu informasi yang disuguhkan melalui media sosial Tiktok dapat mempengaruhi perubahan suatu sikap, kesadaran hingga tindakan pengguna dalam konteks peduli lingkungan. Melalui penelitian ini, dapat membantu untuk menunjang identifikasi

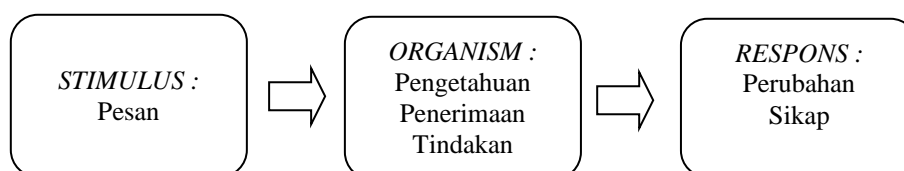
potensi pengaruh atau tidaknya informasi media sosial TikTok atas implementasi peduli lingkungan yang erat kaitannya dengan ilmu komunikasi.

Ilmu komunikasi mengkaji bagaimana suatu informasi dapat disampaikan, diterima dan dipahami oleh komunikan (Sauerland, 2022). Sehingga melalui ilmu komunikasi, penelitian ini memberikan pemahaman terhadap dinamika komunikasi di dunia digital dan bagaimana pesan-pesan yang disampaikan melalui unggahan akun TikTok @pandawaragroup berhasil disampaikan, diterima hingga dipahami oleh komunikan seutuhnya atau tidak dan bagaimana pengguna dapat terpengaruh dan bereaksi atas isu-isu lingkungan dalam konteks Ilmu Komunikasi.

Studi sebelumnya berfokus pada penggunaan media sosial sebagai upaya peduli lingkungan, sehingga masih terdapat penelitian yang belum melakukan eksplorasi mengenai bagaimana terpaan informasi dari akun TikTok tertentu, seperti akun TikTok @pandawaragroup dengan #onedayonetrashbag secara positif mempengaruhi sikap dikalangan pengguna. Tujuan penelitian ini yakni guna mengetahui pengaruh terpaan informasi peduli lingkungan #onedayonetrashbag pada unggahan akun Tiktok @pandawaragroup terhadap sikap pengikutnya. Maka rumusan masalahnya adalah “Bagaimana pengaruh terpaan informasi peduli lingkungan #onedayonetrashbag pada unggahan akun TikTok @pandawaragroup terhadap sikap pengikutnya?”.

1.2 Teori *Stimulus-Organism-Respons* (S-O-R)

Teori *Stimulus-organism-respons* (S-O-R) dimulai sekitar tahun 1930-an, yang terbentuk dari model klasik komunikasi yang mendapatkan pengaruh melalui teori psikologi sehingga berubah menjadi ilmu komunikasi (Rahmat abidin & Abidin, 2021). Manusia adalah objek dari psikologi dan komunikasi, yang memiliki berbagai komponen seperti sikap, opini, kognisi (sikap terkait dengan pengetahuan atau pemahaman), afeksi (sikap terkait dengan perasaan), dan konasi (sikap terkait dengan kecenderungan untuk bertindak (Ohorella et al., 2022). Teori ini menguraikan bahwa proses komunikasi dapat terjadi dari pengirim atau komunikator melalui media menuju audiens. (Unde & Seniwati, 2019).



Gambar 1. Model S-O-R

Teori S-O-R mengartikan bahwa sikap audiens dapat berubah karena *stimulus* tergantung pada individunya. Pada umumnya, ketika sebuah *stimulus* atau perangsang berupa suatu pesan yang disediakan kepada pengguna, maka pengguna tersebut akan memberikan suatu respon yang berbeda kepada *stimulus* tersebut. Menurut Fu., et al (2021) Organisme didefinisikan atas "tahap internal sekaligus efek dari rangsangan, yang umumnya menjadi perantara dalam relevansi antara rangsangan dan respons". Hal ini diperkuat oleh penelitian Gamage & Ashill (2023) terkait orientasi komersial konten tentang pengaruh yang dibuat oleh *influencer* terhadap keinginan pengikut untuk mencari informasi. Pada penelitian tersebut menunjukkan bahwa orientasi komersial dari konten yang dibuat oleh *influencer* mengurangi kepercayaan sehingga berdampak negatif terhadap perhatian serta minat pengikut untuk mencari informasi.

Apabila *stimulus* dalam penelitian ini terdapat perhatian serta minat dari *organism* pembuat informasi, maka pengikut akun TikTok @pandawaragroup yang menggunakan #onedayonetrashbag akan mempunyai tanggapan atas kesadaran untuk ikut serta dalam peduli lingkungan. Sementara, apabila pengikut akun TikTok @pandawaragroup memandang media sosial TikTok tidak menarik untuk digunakan dalam mempengaruhi terpaan informasi melalui #onedayonetrashbag ini, maka tidak terwujud kehendak atas ikut serta dalam peduli lingkungan. Perubahan sikap terjadi melalui adanya proses *stimulus* dan *organism* dari terpaan informasi peduli lingkungan secara positif dari unggahan TikTok @pandawaragroup.

1.3 Terpaan Informasi

Terpaan informasi menunjukkan dimana kondisi audiens menerima suatu informasi melalui media yang secara potensial dapat dijangkau oleh masyarakat lebih luas menggunakan jaringan internet (Faisal et al., 2023). Menurut Khotimah & Hidayat (2024) dalam komunikasi media, terpaan informasi atau *exposure* media tidak hanya mengukur apakah masyarakat telah terpapar oleh media, tetapi juga mempertimbangkan apakah masyarakat mampu menerima dan mengolah informasi yang disampaikan oleh media tersebut. Apabila seseorang menerima informasi atau pesan melalui membaca, menonton, atau mendengarkan, hal ini berpotensi menimbulkan dampak baik dengan segera maupun secara bertahap, yang kemudian berkontribusi pada terbentuknya persepsi tertentu dalam diri individu tersebut terhadap informasi yang diterimanya (Umniyati et al., 2017). Menurut Elvinaro & Erdinaya (2004) terpaan informasi dapat dilihat dari indikator yakni :

- a. Frekuensi, dapat diukur berdasarkan seberapa sering komunikasi melihat, membaca, dan mendengarkan media.
- b. Atensi, perhatian seseorang dalam memperhatikan pesan-pesan di media.
- c. Durasi, yaitu berapa lama media tersebut dilihat, didengar, dan dibaca oleh khalayak.

Penelitian sebelumnya terkait terpaan informasi yang dilakukan oleh Liu & Li, (2021) menunjukkan bahwa paparan informasi melalui media sosial memainkan peran penting, dikarenakan media sosial menyediakan ruang komunikasi interpersonal bagi orang-orang untuk membahas isu-isu lingkungan. Kepedulian lingkungan menunjukkan dampak tidak langsung pada pro-lingkungan yakni melalui tanggung jawab pribadi yang dipersepsikan.

Pada konsep penelitian ini, terpaan informasi mempengaruhi individu maupun kelompok untuk ikut serta dalam mendengar, melihat dan memahami pesan-pesan media ataupun memiliki minat peduli lingkungan melalui #onedayonetrashbag pada unggahan akun TikTok @pandawaragroup.

1.4 Sikap

Menurut Laoli., et al (2022), sikap adalah manifestasi dari perasaan seseorang yang mencerminkan evaluasi, keyakinan, dan kecenderungan tindakan terhadap objek tertentu. Sikap berkaitan dengan respons, yang merupakan perwujudan dari perasaan seseorang, baik dalam bentuk dukungan maupun penolakan terhadap sebuah objek (Ramdani et al., 2019). Dari beberapa pengertian diatas, sikap memiliki beberapa indikator menurut Omarova & Jo, (2022) yaitu :

- a. Kognitif (*cognitive*), yaitu pengetahuan yang didapatkan secara langsung mengenai objek sikap.
- b. Afektif (*affective*), merupakan suatu faktor kepedulian seseorang terhadap suatu objek.
- c. Konatif (*conative*), merupakan kecenderungan sikap seseorang untuk melakukan niat tertentu terhadap objek sikap.

Penelitian sebelumnya terkait perubahan sikap oleh Liao., et al (2016) yang menunjukkan bahwa sikap terhadap pro-lingkungan serta norma-norma subjektif dan deskriptif, secara bersamaan melibatkan pengaruh tidak langsung dari pesan-pesan media yang pro-lingkungan terhadap niat masyarakat untuk pro-lingkungan.

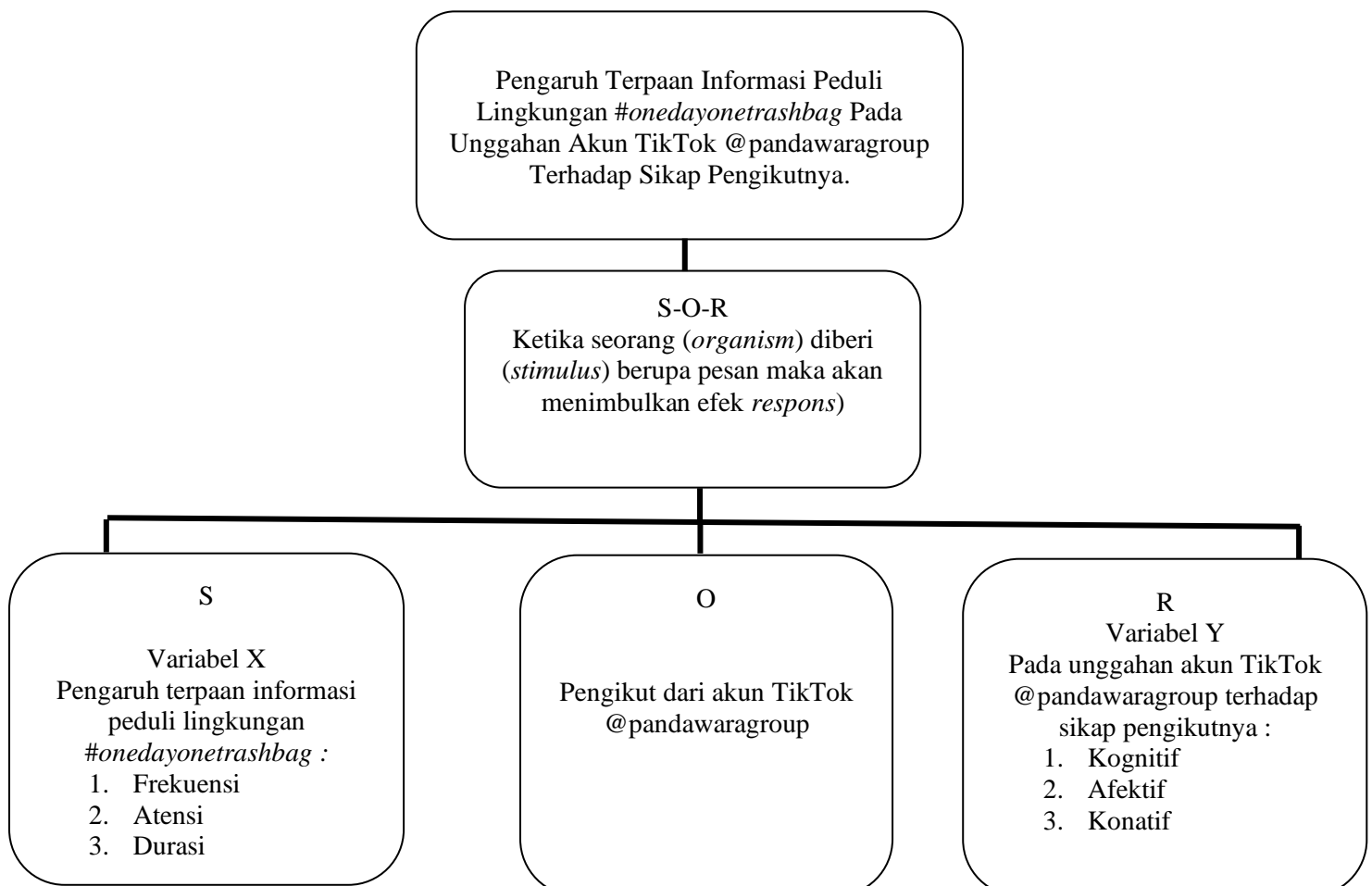
Pada konsep penelitian ini, diharapkan #onedayonetrashbag yang secara konsisten dituliskan pada setiap unggahan akun TikTok @pandawaragroup dapat memberikan perubahan sikap pada individu maupun kelompok yang melihat konten tersebut.

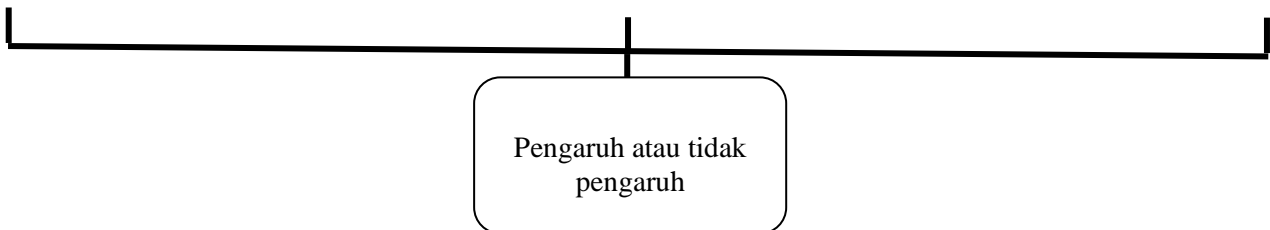
Tabel 1. Variabel Sikap

Indikator	Deskripsi Indikator	Kata Kunci
Kognitif (Pemikiran)	Pengetahuan umum peduli lingkungan pengikut akun TikTok @pandawaragroup terhadap terpaan informasi.	Kondisi yang mengacu pada pengetahuan umum seseorang terhadap suatu objek sikap.
Afektif (Perasaan)	Perasaan pengikut akun TikTok @pandawaragroup yang muncul setelah mendapatkan terpaan informasi.	Kondisi yang mengacu pada perasaan seseorang terhadap suatu objek sikap.
Konatif (Keinginan)	Niatan pengikut akun TikTok @pandawaragroup yang dilakukan setelah mendapatkan terpaan informasi.	Kondisi yang mengacu pada minat seseorang terhadap suatu objek sikap.

(Sumber : Technium Social Sciences Journal, 2021)

1.5 Kerangka Pikir





Gambar 2. Kerangka berfikir

2. METODE

Bentuk penelitian menggunakan metode kuantitatif yang bersifat eksplanatif. Menurut (Sugiyono, 2007) metode penelitian kuantitatif eksplanatif yaitu tidak begitu mengutamakan kesungguhan data, karena yang krusial dibutuhkan mampu mencatat data sebanyak populasi yang luas. Eksplanatif ingin meneliti ada atau tidaknya pengaruh antara 2 variabel atau lebih guna mengukur hipotesis penelitian Lestiyanti & Purworini, (2022). Metode ini dimanfaatkan guna mengetahui bagaimana pengaruh terpaan informasi peduli lingkungan #*onedayonetrashbag* pada unggahan akun TikTok @pandawaragroup terhadap sikap pengikutnya.

Ho : tidak adanya pengaruh terpaan informasi peduli lingkungan #*onedayonetrashbag* pada unggahan akun TikTok @pandawaragroup terhadap sikap pengikutnya.

Ha : adanya pengaruh terpaan informasi peduli lingkungan #*onedayonetrashbag* pada unggahan akun TikTok @pandawaragroup terhadap sikap pengikutnya.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengikut akun TikTok @pandawaragroup. Teknik pengambilan sampel menggunakan sampel *nonprobabilitas* dengan teknik *purposive sampling*. Jumlah sampel mengaplikasikan dari rumus *slovin* adalah :

$$n = \frac{n}{1+Ne^2} \quad \dots(1)$$

$$n = \frac{12.000.00}{1+12.000.000 (0,1)^2}$$

$$n = 99,9$$

$$n = 100$$

Keterangan :

- n : Skala sampel
- N : Skala populasi
- e : Batas toleransi kesalahan

Kriteria responden :

1. Masyarakat yang memiliki akun TikTok sekaligus merupakan pengikut dari akun @pandawaragroup.
2. Rentang usia 17-35 tahun karena tingkat konsumtifitas pengguna media TikTok di usia tersebut lebih tinggi,
3. Gender yang dipilih adalah laki-laki dan Perempuan, hal ini karena memasukkan kedua gender dalam penelitian dapat menghasilkan hasil yang lebih bervariasi.

Pengumpulan data kuesioner menggunakan metode skala *likert*, yang akan diberikan secara *online* kepada 100 pengikut TikTok @pandawaragroup. Penyebaran kuesioner menggunakan media *direct message*. Responden menjawab setiap instrumen yang telah disediakan pada skala *likert*, yaitu:

Tabel 2. Skala Likert

Pilihan Jawaban	Singkatan	Skor
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Netral	N	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Analisa data statistik yakni prosedur penyusunan data dengan melalui tahap penelaahan, penyaringan dan membuat model data. Dengan maksud agar menjumpai informasi yang berfaedah menjadi fondasi pengambilan keputusan.

Uji validitas dan uji reliabilitas menggunakan Korelasi *Pearson* guna mengambil data dengan melakukan uji dari dua pihak X dan Y melalui rumus :

$$r = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n\sum x^2 - (\sum x)^2\}\{n\sum y^2 - (\sum y)^2\}}} \dots(2)$$

Keterangan :

- r : Koefisien korelasi nilai butir dengan nilai total
- N : Kuantitas subjek
- $\sum x$: Kuantitas nilai butir (x)
- $\sum x^2$: Kuantitas nilai butir kuadrat (x)
- $\sum y$: Kuantitas nilai total (y)
- $\sum x^2$: Kuantitas nilai total kuadrat (y)
- $\sum xy$: Kuantitas perkalian nilai butir dengan nilai total

Uji reliabilitas digunakan untuk menimbang tingkat selaras melakukan uji penelitian. Nilai dikatakan *reliabel* asalkan nilai *Cronbach's alpha* lebih besar sama dengan 0.70. Namun nilai disebut tidak *reliabel* ketika nilai *Cronbach's alpha* kurang dari nilai 0.70. Oleh sebab itu, guna mencari nilai reliabilitas memakai rumus *Cronbach's alpha* pada aplikasi SPSS *Statistic 22 for windows* melalui rumus :

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right) \quad \dots(3)$$

Keterangan :

- ri : Reliabilitas instrumen
- k : Total pertanyaan
- $\sum \sigma_b^2$: Total varians butir
- σ_t^2 : Varians total

Uji asumsi klasik yakni menelaah dengan tujuan ditemukan masalah mengenai asumsi klasik pada model Ordinary Least Square (OLS). Penelitian ini terdapat uji linearitas dan uji normalitas. Uji Linearitas memerlukan metode *Deviation from Linearity* yang mana tujuan uji ini yakni guna mendapati hubungan antara dua variabel yang linier atau tidak secara relevan dan guna mengetahui variabel (X) mempengaruhi variabel (Y) atau tidak, dengan nilai lebih besar dari $> 0,05$. Uji Normalitas memerlukan metode Kolmogorov Smirnov, yang mana tujuan dari uji ini adalah guna mendapati bahwa data berdistribusi normal atau tidak dengan nilai Sig lebih besar dari $> 0,05$.

Analisis data dengan bentuk regresi, yakni menggunakan metode yang diperlukan guna mengetahui suatu pengaruh dengan rumus yakni :

$$Y = a + Bx \quad \dots(4)$$

Keterangan :

Y : Sikap pengikut akun TikTok @pandawaragroup

a : Koefisien Regresi

X : Pengaruh terpaan konten

Uji t adalah uji statistik dimanfaatkan sebagai uji keaslian atau ketidakeaslian hipotesis nol. Penelitian ini untuk melihat apakah unggahan informasi peduli lingkungan pada akun @pandawaragroup berpengaruh terhadap sikap pengikutnya dengan rumus yakni :

$$t = \frac{x - \mu}{\frac{s}{\sqrt{n}}} \quad \dots(5)$$

Keterangan :

t : Koefisien t

x : Mean sampel

μ : Mean populasi

S : Patokan deviasi sampel

n : Banyaknya sampel

Uji f menurut Suharyadi dan Purwanto (2009:225) difungsikan sebagai alat mengamati kemampuan keseluruhan variabel bebas (X1, X2, X3....Xk) yang dapat menunjukkan tingkah laku variabel terikat (Y).

$$F \text{ hitung} = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)/(n - k - 1)} \quad \dots(6)$$

Keterangan :

R^2 : Koefisien Determinasi

n : Jumlah data dan kasus

k : Jumlah variabel independen

Dalam penelitian ini digunakan sebagai penentu dan prakiraan suatu keterlibatan dampak oleh variabel independen bersamaan atas variabel dependen menggunakan teknik koefisien determinasi dengan rumus :

$$R^2 = 1 - \frac{RSS}{TSS} \quad \dots(7)$$

Keterangan :

- R^2 : Koefisien determinasi
 RSS : Kuantitas kuadrat residual
 TSS : Kuantitas kuadrat total

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil Penelitian

Penelitian telah dilaksanakan melalui survei sesuai pada sampel yang diputuskan, maka hasil penelitian yang telah ditemukan peneliti menyatakan terdapat pengaruh peduli lingkungan pada unggahan akun TikTok @pandawaragroup terhadap sikap pengikutnya. Responden dengan rentang usia 17-35 tahun menunjukkan persentase sebagai berikut :

Tabel 3. Rentang Usia Responden

17 tahun	2 orang	(2%)
20 tahun	3 orang	(3%)
21 tahun	5 orang	(5%)
22 tahun	2 orang	(2%)
23 tahun	5 orang	(5%)
24 tahun	13 orang	(13%)
25 tahun	23 orang	(23%)
26 tahun	14 orang	(14%)
27 tahun	12 orang	(12%)
28 tahun	6 orang	(6%)
29 tahun	3 orang	(3%)
30 tahun	6 orang	(6%)
31 tahun	3 orang	(3%)
32 tahun	3 orang	(3%)
34 tahun	3 orang	(3%)
35 tahun	1 orang	(1%)
Jumlah	100 orang	(100%)

Selanjutnya, jenis kelamin responden kebanyakan adalah perempuan dengan rasio 67,0%. Sedangkan, untuk responden laki-laki memiliki rasio 33,0%.

Tabel 4. Jenis Kelamin Responden

Perempuan	67 orang	67%
-----------	----------	-----

Laki-laki	33 orang	33%
Jumlah	100 orang	100%

Kedua tabel tersebut, menyatakan bahwa responden kebanyakan usia 25 tahun dengan rasio 23,0% setara dengan 23 orang. Sementara itu, untuk jenis kelamin responden kebanyakan yakni perempuan dengan rasio 67,0% setara dengan 67 orang.

3.1.1 Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan menggunakan program SPSS Window Versi 23.0. Pengambilan keputusan sesuai dari nilai r-hitung (*Corrected Item Total Correlation*) > r-tabel sebesar 0,361. Untuk $df = 30 - 2 = 28$; $\alpha = 0,05$ pada aplikasi SPSS. Sebanyak 30 butir pertanyaan telah disebarkan kepada 30 responden dengan tujuan untuk mengetahui pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner ini valid atau tidak. Adapun untuk hasil uji validitas setiap item penilaian sebagai berikut :

Tabel 5. Hasil Uji Validitas

No Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
X1	0,715	0,3061	Valid
X2	0,586	0,3061	Valid
X3	0,580	0,3061	Valid
X4	0,771	0,3061	Valid
X5	0,663	0,3061	Valid
X6	0,736	0,3061	Valid
X7	0,504	0,3061	Valid
X8	0,665	0,3061	Valid
X9	0,422	0,3061	Valid
X10	0,734	0,3061	Valid
X11	0,759	0,3061	Valid
X12	0,744	0,3061	Valid
X13	0,766	0,3061	Valid
X14	0,808	0,3061	Valid
X15	0,755	0,3061	Valid
Y1	0,651	0,3061	Valid
Y2	0,736	0,3061	Valid
Y3	0,744	0,3061	Valid
Y4	0,743	0,3061	Valid

Y5	0,456	0,3061	Valid
Y6	0,621	0,3061	Valid
Y7	0,734	0,3061	Valid
Y8	0,628	0,3061	Valid
Y9	0,840	0,3061	Valid
Y10	0,790	0,3061	Valid
Y11	0,748	0,3061	Valid
Y12	0,830	0,3061	Valid
Y13	0,475	0,3061	Valid
Y14	0,821	0,3061	Valid
Y15	0,783	0,3061	Valid

(Sumber : Hasil Pengolahan SPSS 23)

Mendapati suatu kuesioner dinyatakan valid atau tidak, wajib mencari r-tabel dahulu. Dengan rumus r-tabel yaitu $df=N-2$ sehingga $30-2=28$, diperoleh r-tabel adalah 3,61. Dengan hasil tersebut bahwa r-hitung $>$ r-tabel maka 30 kuesioner ditetapkan valid.

3.1.2 Uji Reliabilitas

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X dan Y

Cronbach's Alpha	N of Items	Cronbach's Alpha	N of Items
.873	15	.888	15

(Sumber : Hasil Pengolahan SPSS 23)

Suatu variabel dapat dinyatakan reliabel jika *cronbach's alpha* berada di nilai 0,70. Sedangkan hasil pengujian mendapatkan nilai 0.873 pada kuesioner (X) dan 0,888 pada kuesioner (Y). Oleh karena itu pertanyaan kuesioner (X dan Y) ditetapkan reliabel.

3.1.3 Uji Asumsi Klasik

3.1.3.1 Normalitas (Kolmogorov Sminorv)

Uji ini dimanfaatkan agar mengetahui perbandingan distribusi data empiris peneliti dengan distribusi teoritis yang diharapkan dalam distribusi normal. Dalam uji ini, perlu membandingkan data yang diuji normalitasnya melalui data normal baku. Data dapat dikatakan normal jika nilai signifikansi (*p-value*) diatas 0,05.

Tabel 7. Hasil Uji Normalitas (Kolmogorov Sminorv)
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Unstandardized Residual

N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.31933001
Most Extreme Differences	Absolute	.056
	Positive	.040
	Negative	-.056
Test Statistic		.056
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

(Sumber : Hasil Pengolahan SPSS 23)

Sesuai hasil pengujian tersebut menyatakan nilai Asymp. Sig (2-tailed) didapatkan sebesar $0,200 > 0,05$ yang mengandung arti data penelitian yang digunakan dinyatakan normal.

3.1.3.2 Uji Linearitas

Uji linearitas dimanfaatkan guna menemukan apakah terdapat hubungan yang linear antara variabel independen dengan variabel dependen. Asas pengambilan suatu keputusan berhasil dilakukan berdasarkan *Deviation Form Linear* $> 0,05$ maka ditemukan hubungan yang linear antara dua variabel.

Tabel 8. Hasil Uji Linearitas

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Sikap * Terpaan	(Combined)	1033.833	22	46.992	4.637	0.000
	Between Groups					
	Linearity	723.463	1	723.463	71.382	0.000
	Deviation from Linearity	310.37	21	14.78	1.458	0.119
	Within Groups	780.407	77	10.135		
	Total	1814.24	99			

(Sumber : Hasil Pengolahan SPSS 23)

Sesuai dengan hasil tersebut, dapat ditemukan bahwa nilai Sig. pada *Deviation From Linearity* sebesar 0,119 atau $> 0,05$. Dapat dirangkum bahwa terdapat hubungan yang linear antara variabel independen dengan variabel dependen.

3.1.3.3 Persamaan Regresi Linear Sederhana

3.1.3.3.1 Analisis Persamaan Regresi

Uji ini dimanfaatkan guna memperhitungkan jumlah nilai variabel dependen yang dipengaruhi oleh variabel independen.

Tabel 9. Hasil Uji Persamaan Regresi

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	35.757	3.549
	Terpaan	.462	.057

a. Dependent Variable: Sikap

(Sumber : Hasil Pengolahan SPSS 23)

Perhitungan data menggunakan SPSS for Window Versi 23.0, diperoleh hasil analisis sebagai berikut :

$$Y = a + bX \quad \dots(8)$$

$$Y = 35,757 + 0,462X$$

Interpretasi dari hasil diatas yaitu :

- 35,757 artinya jika pengaruh terpaan informasi peduli lingkungan #onedayonetrashbag pada unggahan akun TikTok @pandawaragroup terhadap sikap pengikutnya adalah positif, sejumlah 35,757.
- 0,462 yang berarti pengaruh variabel terpaan informasi peduli lingkungan #onedayonetrashbag pada unggahan akun TikTok @pandawaragroup terhadap sikap pengikutnya positif, yang artinya apabila terpaan informasi peduli lingkungan #onedayonetrashbag pada unggahan akun TikTok @pandawaragroup meningkatkan sikap peduli lingkungan pengikutnya.

Berdasarkan hasil uji tersebut menunjukkan bahwa terpaan informasi peduli lingkungan #onedayonetrashbag pada unggahan akun TikTok @pandawaragroup berpengaruh terhadap sikap peduli lingkungan pengikutnya.

3.1.4 Uji T

Untuk mengetahui pengaruh terpaan informasi peduli lingkungan #onedayonetrashbag pada unggahan akun TikTok @pandawaragroup terhadap sikap pengikutnya dilakukan uji t. Didapatkan analisis seperti berikut :

Tabel 10. Hasil Uji T
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	35.757	3.549		10.076	.000
	Terpaan	.462	.057	.631	8.062	.000

a. Dependent Variable: Sikap

(Sumber : Hasil Pengolahan SPSS 23)

Dari hasil uji diatas diperoleh t_{hitung} sebesar 8,062 dengan $p-value$ sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak sehingga terdapat pengaruh positif dan signifikansi pada terpaan informasi Pandawara Group di media sosial memiliki potensi untuk mendorong perubahan sikap peduli lingkungan.

3.1.5 Uji F

Tabel 11. Hasil Uji F

ANOVA^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	723.463	1	723.463	64.999	.000 ^b
	Residual	1090.777	98	11.130		
	Total	1814.240	99			

a. Dependent Variable: Sikap

b. Predictors: (Constant), Terpaan

(Sumber : Hasil Pengolahan SPSS 23)

Hasil analisis uji F diperoleh hasil F_{hitung} sebesar 64,999 dengan besar $p-value$ $0,000 < 0,05$ yang artinya H_0 ditolak sehingga terdapat pengaruh yang positif dan signifikansi pada terpaan informasi Pandawara Group di media sosial untuk mendorong perubahan sikap pengikutnya.

3.1.6 Koefisien Determinasi

Nilai koefisien determinasi rentang antara 0 hingga 1. Semakin mendekati nilai R^2 ke angka 1, semakin baik pula performa model regresi linear tersebut. Nilai R^2 menyatakan keseimbangan varians dalam variabel dependen yang dapat diuraikan oleh variabel independen dalam model regresi. Diperoleh hasil analisis sebagai berikut :

Tabel 12. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.631 ^a	.399	.393	3.33622

a. Predictors: (Constant), Terpaan Informasi

(Sumber : Hasil Pengolahan SPSS 23)

Dari hasil tersebut diperoleh bahwa nilai dari *r square* (R^2) sebesar 0.399 atau 39,9% yang artinya terdapat pengaruh antara terpaan informasi peduli lingkungan #*onedayonetrashbag* pada unggahan akun TikTok @*pandawaragroup* terhadap sikap pengikutnya sebesar 39,9% sedangkan 60,1% dari sisanya diindikasikan oleh variabel eksternal lainnya.

3.2. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh terpaan informasi peduli lingkungan #*onedayonetrashbag* pada unggahan akun TikTok @*pandawaragroup* terhadap sikap pengikutnya. Berdasarkan hasil analisis uji t didapatkan bahwa nilai H_a diterima, yang menunjukkan adanya pengaruh pada terpaan informasi Pandawara Group di media sosial untuk mendorong niat peduli lingkungan pengikutnya. Terdapat hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen menunjukkan pengaruh sebesar 39,9% sedangkan 60,1% diindikasikan oleh variabel eksternal lain yang tidak diteliti.

Penelitian Li & Noor, (2022) menunjukkan bahwa media sosial dan sikap pro-lingkungan memiliki hubungan yang positif. Media sosial merupakan media yang patut untuk digunakan dalam penyebaran informasi pro-lingkungan, meningkatkan kesadaran, serta memberikan pengaruh terhadap sikap pada lingkungan. Pada akhirnya hal ini berorientasi pada tindakan pro-lingkungan Li & Noor, (2022). Penelitian ini juga menunjukkan hal serupa bahwa, media sosial mampu mempengaruhi sikap pengikutnya, meskipun pengaruhnya hanya sebesar 39,9%. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun ada hubungan antara variabel-variabel yang diteliti, terdapat elemen lain yang berkontribusi terhadap hasil akhir.

Sebanyak 54% responden penelitian menyatakan setuju bahwa akun TikTok @*pandawaragroup* yang menggunakan #*onedayonetrashbag*, merupakan akun yang kredibel dalam menyuguhkan konten tentang peduli lingkungan. Hal ini sejalan dengan penelitian Hajli, (2018) bahwa komunitas online, termasuk platform media sosial dapat menjadi sumber kredibel untuk menyampaikan informasi pro-lingkungan yang menunjukkan perubahan pengetahuan (kognitif) pengikutnya.

Secara signifikan sebanyak 53% responden setuju bahwa mereka merasa cocok dengan setiap konten @pandawaragroup yang menggunakan #onedayonedayonetrashbag. Temuan ini sejalan dengan Thanya & Suganthan, (2023) yang menunjukkan bahwa, masyarakat merasa media sosial memainkan peran aktif dalam memberikan informasi pro lingkungan sehingga memberikan kesenangan (afektif) bagi penerimanya. Melalui penyampaian informasi media sosial TikTok dapat memperkuat perubahan sederhana dalam memitigasi dampak pengurangan sampah (Estrellado, 2023).

Terakhir sebanyak 51% responden menyatakan setuju bahwa, mereka akan menjadi lebih berkomitmen untuk memperhatikan lingkungan sekitar setelah melihat konten @pandawaragroup yang menggunakan #onedayonetrashbag. Penelitian ini sejalan dengan Meng et al., (2023), efek tidak langsung menunjukkan bahwa paparan informasi lingkungan di media sosial menjadi perantara niat (konatif) untuk berpartisipasi dalam pro lingkungan.

4. PENUTUP

Melalui media sosial, salah satu akun TikTok yaitu @pandawaragroup memanfaatkan media sosial sebagai akun untuk mempengaruhi individu maupun kelompok atas kesadaran dalam peduli lingkungan. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan didapatkan pengaruh sebesar 39,9% untuk mendorong peduli lingkungan pengikutnya melalui setiap unggahan konten yang disajikan. Hal ini membuktikan bahwa akun TikTok @pandawaragroup berhasil memberikan pengaruh bagi pengikutnya.

Melalui penelitian ini dapat membantu untuk memahami bagaimana media sosial dapat mempengaruhi sikap masyarakat serta perubahan sosial yang terjadi. Media sosial mempunyai keunggulan untuk menyebarluaskan informasi sekaligus cepat, membantu meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai persoalan lingkungan dan partisipasi masyarakat dalam upaya peduli lingkungan.

Namun penelitian ini masih memiliki keterbatasan yakni kesulitan dalam mendapatkan data responden dari TikTok terkait. Hal ini dikarenakan, keterbatasan akses dan kebijakan privasi dari platform TikTok. Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai pedoman bagi penelitian lebih lanjut untuk memahami faktor-faktor yang dapat memperkuat pengaruh terpaan informasi peduli lingkungan #onedayonetrashbag pada unggahan akun TikTok @pandawaragroup terhadap sikap pengikutnya. Rekomendasi selanjutnya yakni,

membandingkan pengaruh unggahan konten Pandawara Group di media sosial TikTok, dengan unggahan konten Pandawara Group di platform lain seperti Instagram. Hal ini dapat dilakukan untuk membantu mengidentifikasi platform mana yang lebih efektif dalam penyebaran informasi peduli lingkungan.

PERSANTUNAN

Alhamdulillah rabbil ‘alamin, puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas berkat dan rahmat-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penyusunan publikasi ilmiah ini sebagai syarat menyelesaikan studi strata satu (S1) Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta dengan baik. Publikasi ilmiah ini tidak akan terselesaikan tanpa bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini saya ingin mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya, khususnya kepada Ibu Rona Rizkhy Bunga Chasana, S.I.Kom, M.A selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar membimbing, mengarahkan, dan memberikan masukan yang berharga selama proses penyusunan ini. Terimakasih kepada bapak dan ibu tercinta atas doa serta dukungan yang tiada henti. Tidak lupa kepada teman-teman saya, Alifa, Sekar, Yunita, Melati, Aurel dan teman-teman lainnya yang tidak dapat saya sebutkan satu-persatu telah memberikan dukungan, semangat dan selalu memberikan motivasi selama penyusunan publikasi ilmiah ini. Dan yang terakhir, kepada diri saya sendiri, Amira Isnaini Muslihah terimakasih karena tetap memilih untuk selalu berusaha dan memutuskan untuk tidak menyerah sesulit apapun proses penyusunan publikasi ilmiah ini sehingga dapat menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin. Akhir kata, saya menyadari bahwa publikasi ilmiah ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, saya mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi perbaikan dan kesempurnaan publikasi ilmiah ini di masa yang akan datang. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Aamiin ya rabbal ‘alamin.

DAFTAR PUSTAKA

- Adharsyah, T. (2019). *Sebegini Parah Ternyata Masalah Sampah Plastik di Indonesia*. CNBC Indonesia.
- Akram, W., & Kumar, R. (2017). A Study on Positive and Negative Effects of Social Media on Society. *International Journal of Computer Sciences and Engineering*, 5(10), 351–354. <https://doi.org/10.26438/ijcse/v5i10.351354>

- Alifia, H., Intyaswati, D., Widianingsih, Y., Simanihuruk, H., & Maryam, S. (2023). Examining the Impact of @ waste4change ' s Instagram Campaign on User Attitudes towards Waste Management. *International Journal of Science Education and Cultural Studies*, 61–69.
- Amriwijaya, J., & Sunggoro Trirahardjo. (2024). Analyzing the Influence of Social Media on Pro-Environmental Behavior via the Mediation of Pro-Environmental Knowledge and Attitudes among Middle School Students in Bandung Regency, Indonesia. *Open Access Indonesia Journal of Social Sciences*, 7(2), 1445–1452. <https://doi.org/10.37275/oaijss.v7i2.233>
- Bagaskara, B. (2023). *Rumah Cemara Hingga Pnadawara Group Raih Detikjabar Awards 2023*. Detik News.
- Cotten, S. R., Ghaiummy Anaraky, R., & Schuster, A. M. (2023). Social Media Use May Not Be As Bad As Some Suggest: Implication for Older Adults. *Innovation in Aging*, 7(3), 1–9. <https://doi.org/10.1093/geroni/igad022>
- Elvinaro, A., & Erdinaya, L. K. (2004). *Komunikasi Massa : Suatu Pengantar*. Simbiosis Rekatama Media.
- Estefina, S. (2023). *Fakta Pandawara Group, 5 Pria yang Gemar Bikin Konten Bersih-Bersih Sungai*. Liputan 6.
- Estrellado, C. J. P. (2023). Championing Sustainable Practice of Reusable Face Masks : Framing TikTok Campaign of # Eco- Influencers International Journal of Multidisciplinary Championing Suistainable Practice Of Reusable Face Masks : Framing Tiktok Campaign Of # Eco-. *International Journal of Multidisciplinary Educational Research and Innovation*, 01(02), 40–50. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7944854>
- Faisal, G., Awaludin, A., & Fauzan, R. G. (2023). Terpaanmediasosialtiktokpadaselfawereness Siswakelasxiipssman2Subang. *OMNICOM Jurnal Komunikasi Universitas Subang*, 9(1), 6.
- Falgoust, G., Winterlind, E., Moon, P., Parker, A., Zinzow, H., & Chalil Madathil, K. (2022). Applying the uses and gratifications theory to identify motivational factors behind young adult's participation in viral social media challenges on TikTok. *Human Factors in Healthcare*, 2(December 2021), 100014. <https://doi.org/10.1016/j.hfh.2022.100014>
- Fu, S., Chen, X., & Zheng, H. (2021). Exploring an adverse impact of smartphone overuse on academic performance via health issues: a stimulus-organism-response perspective. *Behaviour and Information Technology*, 40(7), 663–675. <https://doi.org/10.1080/0144929X.2020.1716848>
- Gamage, & Ashill. (2023). # Sponsored-Influencer Marketing: Effects of the Commercial Orientation of Influencer-Created Content on Followers' Willingness to Search for Information. *Journal of Product & Brand Management*.
- Hajli, N. (2018). Ethical Environment in the Online Communities by Information Credibility: A Social Media Perspective. *Journal of Business Ethics*, 149(4), 799–810. <https://doi.org/10.1007/s10551-016-3036-7>
- Isthofiyani, S. E., Prasetyo, A. P. B., & Retno, S. I. (2016). Persepsi dan Pola Perilaku Masyarakat Bantaran Sungai Damar Dalam Membuang Sampah di Sungai. *Journal of*

- Kartika, Z. U. (2023). *selamat-pandawara-group-berhasil-bawa-pulang-tiga-piala-di-tiktok-awards-2023 @ www.jawapos.com. Jawa Pos.* <https://www.jawapos.com/nasional/013077546/selamat-pandawara-group-berhasil-bawa-pulang-tiga-piala-di-tiktok-awards-2023>
- Khotimah, H. H., & Hidayat, O. (2024). Pengaruh Terpaan Informasi Melalui Media Baru Terhadap Tingkat Pengetahuan Mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa Mengenai Energi Berkelanjutan. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi ...*, 6(2). <https://ejurnal.stikpmedan.ac.id/index.php/JIKQ/article/view/321%0Ahttps://ejurnal.stikpmedan.ac.id/index.php/JIKQ/article/download/321/116>
- Lalageh Khosravian. (2021). What Has Changed in the Music Industry: From Traditional To Digitalization of Music and Platform Capitalisation Spotify Vs. Tiktok. *American University of Armenia Yerevan, Armenia*, 32.
- Laoli, J., Lase, D., & Waruwu, S. (2022). Analisis Hubungan Sikap Pribadi Dan Harmonisasi Kerja Pada Kantor Kecamatan Gunungsitoli Alo'Oa Kota Gunungsitoli. *Jurnal Ilmiah Simantek*, 6(4), 145–151.
- Lestiyanti, A. S. N., & Purworini, D. (2022). Pengaruh Berita Lonjakan Kasus Covid-19 Pada Akun Instagram Kemenkes_Ri Terhadap Minat Vaksin Followers Akun Kemenkes_Ri. *Komuniti: Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 14(2), 259–275. <https://doi.org/10.23917/komuniti.v14i2.19193>
- Li, P., & Noor, S. M. (2022). A study on the influence of social media on college students' pro-environmental behavior. *Eurasian Journal of Educational Research*, 2022(102), 108–132. <https://doi.org/10.14689/ejer.2022.102.007>
- Liao, Y., Ho, S. S., & Yang, X. (2016). Motivators of Pro-Environmental Behavior: Examining the Underlying Processes in the Influence of Presumed Media Influence Model. *Science Communication*, 38(1), 51–73. <https://doi.org/10.1177/1075547015616256>
- Liu, Y., & Li, X. (2021). Pro-Environmental Behavior Predicted by Media Exposure, SNS Involvement, and Cognitive and Normative Factors. *Environmental Communication*, 15(7), 954–968. <https://doi.org/10.1080/17524032.2021.1922479>
- Marpaung, D. N., Iriyanti, Y. N., & Prayoga, D. (2022). Analisis Faktor Penyebab Perilaku Buang Sampah Sembarangan Pada Masyarakat Desa Kluncing, Banyuwangi. *Preventif: Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 13(1), 47–57. <https://doi.org/10.22487/preventif.v13i1.240>
- Meng, Y., Chung, D., & Zhang, A. (2023). The effect of social media environmental information exposure on the intention to participate in pro-environmental behavior. *PLoS ONE*, 18(11 November), 1–21. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0294577>
- Mutaqin, A. Z. (2018). GEOAREA, Vol 1.No. 1_Mei 2018. *Geoarea*, 1(1), 32–36.
- Ohorella, N. R., Annisa, & Prihantoro, E. (2022). PENGARUH AKUN INSTAGRAM @SUMBAR_RANCAK TERHADAP MINAT BERKUNJUNG FOLLOWERS KE SUATU DESTINASI. *Jurnal Komunika*, 18(2), 46–54.

- Omarova, L., & Jo, S. J. (2022). Employee Pro-Environmental Behavior: The Impact of Environmental Transformational Leadership and GHRM. *Sustainability (Switzerland)*, 14(4). <https://doi.org/10.3390/su14042046>
- Özkent, Y. (2022). Social media usage to share information in communication journals: An analysis of social media activity and article citations. *PLoS ONE*, 17(2 February), 1–11. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0263725>
- Pereira, B. B., & Ha, S. (2024). Environmental Issues on Tiktok: Topics and Claims of Misleading Information. *Journal of Baltic Science Education*, 23(1), 131–150. <https://doi.org/10.33225/jbse/24.23.131>
- Rahim, M., & Jalal adeen, J. (2016). The Role Of Social Media On Environmental Awareness Of Undergraduate Students In University Of Sulaimani In Iraq. *Journal of Arts, Literature, Humanities and Social Sciences*, 218. <https://doi.org/10.33193/1889-000-010-012>
- Rahmat abidin, A., & Abidin, M. (2021). Urgensi Komunikasi Model Stimulus Organism Response (S-O-R) Dalam Meningkatkan Kualitas Pembelajaran. *Al-Iltizam: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 6(2), 74–90. <https://doi.org/10.33477/alt.v6i2.2525>
- Ramdani, W. R., Valentine, A., Ramanidya, S., Fatma, S., Maulana, B. A., & Puspa, T. (2019). Review Literatur Sikap Dan Kepuasan Pada Trijurnal Online Lembaga Penelitian Universitas Trisakti. *Jurnal Penelitian Dan Karya Ilmiah Lembaga Penelitian Universitas Trisakti*, 4(1), 25–32. <https://doi.org/10.25105/pdk.v4i1.4011>
- Sauerland, M. (2022). Communication Derived From a Systematic Review. *English or German; Peer- Reviewed Empirical Research Published*.
- Siregar, H. (2022). Analisis Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Sosialisasi Pancasila. *Pancasila: Jurnal Keindonesiaan*, 1, 71–82. <https://doi.org/10.52738/pjk.v2i1.102>
- Sugiyono, P. D. (2007). *Buku Metode Penelitian Komunikasi.pdf*.
- Sumargo, D. (2023). Di Serang 20 Orang!? Sampai di Follow Mr. Beast!! (Pandawara Group). In *Youtube Curhat Bang Deny Sumargo*. https://youtu.be/6AepHAZ52ug?si=K_upsGFBuHfVQ6ok
- Tang, D. (2019). The New Situation of Marketing in the Self-Media Era-Taking Tik Tok as an Example. *2nd International Workshop and Advance in Social Scienses (IWASS 2019), December 2018*, 1557–1560. <https://doi.org/10.25236/iwass.2019.281>
- Thanya, R., & Suganthan, C. (2023). Environmental Behaviour and Climate Change Promotion Impact via Social Media Platforms: A Review. *Environment and Ecology Research*, 11(5), 760–767. <https://doi.org/10.13189/eer.2023.110506>
- Tyas, S. P., Azzahra, N., Meilani Ifada, B., & Fajarwati, N. K. (2024). Peran Komunikasi Persuasif Dalam Media Sosial. *SABER: Jurnal Teknik Informatika, Sains Dan Ilmu Komunikasi*, 2(2), 16–22. <https://doi.org/10.59841/saber.v2i2.956>
- Umniyati, N., Hadisiwi, P., & Suminar, J. R. (2017). PENGARUH TERPAAN INFORMASI RISET MELALUI Setya Tumewu, M. C. I., & Kurniasari, N. (2022). Motif Dan Kepuasan Komunitas Acid Pada Media Sosial Discord Sebagai Sarana Pemenuhan Kebutuhan

- Informasi. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 5(1), 25–37. [https://doi.org/10.325. Jurnal Kajian Komunikasi, 5\(1\), 111](https://doi.org/10.325. Jurnal Kajian Komunikasi, 5(1), 111).
- Unde, A. A., & Seniwati. (2019). S-O-R Theory and the issues of environment: The role of online social media in affecting public opinion. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 343(1), 8–11. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/343/1/012102>
- Watie, E. D. S. (2016). Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media). *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69. <https://doi.org/10.26623/themessenger.v3i2.270>
- Widyaningrum, L. (2020). studi-jumlah-sampah-di-bumi-akan-mencapai-13-miliar-ton-pada-2040 @ nationalgeographic.grid.id. *National Geographic Indonesia*. <https://nationalgeographic.grid.id/read/132263813/studi-jumlah-sampah-di-bumi-akan-mencapai-13-miliar-ton-pada-2040>
- Yang & Zilberg, I. E. (2020). Understanding Young Adults' TikTok Usage. *Communication Research*, 2(3), 1–60. https://communication.ucsd.edu/_files/undergrad/yang-yuxin-understanding-young-adults-tiktok-usage.pdf