

Jurnal JTik (Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi)

DOI: <https://doi.org/10.35870/jtik.v10i2.5833>

Analisis Isi *Sustainable Development Goals* tentang *Climate Action* pada Konten Tiktok @pandawaragroup

Adi Wibisono^{1*}, Heidy Arviani²

^{1,2} Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur, Kota Surabaya, Provinsi Jawa Timur, Indonesia.

article info

Article history:

Received 3 October 2025

Received in revised form

20 November 2025

Accepted 10 December 2025

Available online April 2026.

Keywords:

Sustainable Development

Goals; Climate Action;

@pandawaragroup.

Kata Kunci:

Tujuan Pembangunan

Berkelanjutan; Aksi Iklim;

@pandawaragroup.

abstract

Environmental issues such as pollution, waste, and climate change demand collective awareness. The Sustainable Development Goals (SDGs), particularly Goal 13 (Climate Action), emphasize adaptation, mitigation, and climate literacy. In the digital era, TikTok has proven effective in disseminating sustainability messages. This study analyzes the representation of climate action on the @pandawaragroup account using a descriptive qualitative approach and a case study method. Fifteen videos were purposively selected based on high engagement and relevance to Climate Action indicators. Content analysis was conducted through stages of selection, analysis, interpretation, and conclusion, combined with interactive analysis to understand meaning and social context. The results show that @pandawaragroup's content aligns with the targets of Climate Action, particularly by depicting environmental crises such as floods caused by waste accumulation, educating the public on waste management, and encouraging community participation in clean-up activities. The representation of climate action is also reflected through collaborations with communities and government institutions in mitigation efforts and environmental preservation campaigns. The use of simple and emotional communication effectively raises awareness among younger generations, expands sustainable public advocacy, and encourages community participation in local environmental actions.

abstract

Permasalahan lingkungan seperti polusi, sampah, dan perubahan iklim menuntut kesadaran kolektif. SDGs, khususnya Tujuan 13 (Climate Action), menekankan adaptasi, mitigasi, dan literasi iklim. Di era digital, TikTok efektif menyebarkan pesan keberlanjutan. Studi ini menganalisis representasi aksi iklim pada akun @pandawaragroup melalui pendekatan kualitatif deskriptif dan studi kasus. Lima belas video dipilih secara purposif berdasarkan keterlibatan tinggi dan relevansi dengan indikator Climate Action. Analisis isi dilakukan melalui tahap memilih, menganalisis, menginterpretasikan, dan menyimpulkan, dipadukan dengan analisis interaktif untuk memahami makna dan konteks sosial. Hasil menunjukkan konten @pandawaragroup selaras dengan target Climate Action, terutama dalam menampilkan krisis lingkungan seperti banjir akibat penumpukan sampah, mengedukasi publik tentang pengelolaan limbah, serta mengajak masyarakat berpartisipasi dalam aksi bersih-bersih. Representasi aksi iklim juga tampak melalui kolaborasi dengan komunitas dan lembaga pemerintah dalam kegiatan mitigasi serta kampanye pelestarian lingkungan. Gaya komunikasi sederhana dan emosional efektif membangkitkan kepedulian generasi muda, memperluas advokasi publik berkelanjutan, dan mendorong partisipasi komunitas dalam aksi lokal.

Corresponding Author. Email: adiwibisono2003@gmail.com ^{1}.



Copyright 2026 by the authors of this article. Published by Lembaga Otonom Lembaga Informasi dan Riset Indonesia (KITA INFO dan Riset). This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

1. Pendahuluan

Penelitian ini akan mendeskripsikan tentang analisis isi Sustainable Development Goals tentang Climate Action pada akun TikTok @pandawaragroup. Di era globalisasi ini, masalah-masalah lingkungan yang semakin kompleks tidak terlepas dari dampak aktivitas manusia yang terus berkembang pesat. Proses industrialisasi, urbanisasi, dan peningkatan konsumsi sumber daya alam oleh manusia telah menyebabkan kerusakan yang signifikan terhadap ekosistem seperti banyaknya polusi, produksi sampah yang terlalu tinggi, serta perubahan iklim. Aktivitas manusia yang semakin berkembang ini memperburuk kondisi lingkungan, menciptakan tantangan besar dalam upaya menjaga keberlanjutan alam dan kualitas hidup di masa depan (Harahap & Tarigan, 2024). Isu lingkungan hidup menjadi salah satu permasalahan di negara Indonesia maupun global yang semakin mendesak untuk mendapatkan perhatian serius. Perubahan iklim, kerusakan alam dan lingkungan, serta polusi udara, tanah, dan air adalah beberapa contoh nyata dari tantangan yang dihadapi bumi saat ini. Selama 20 tahun belakangan ini, isu tentang lingkungan menjadi sesuatu yang paling sering diperbincangkan (Syaribulan & Akhir, 2015).

Untuk mengatasi masalah tersebut, kesadaran dan aksi kolektif dari masyarakat sangat diperlukan. Salah satu upaya yang dilakukan oleh berbagai kalangan adalah melalui gerakan sosial yang berfokus pada pelestarian lingkungan hidup. Kerusakan lingkungan alam tidak bisa dilepaskan dari perilaku manusia. Terbukti, bahwa sebagian besar bencana yang terjadi bukanlah karena faktor alam semata, tetapi karena ulah dan perilaku manusia sendiri (Chodijah & Ratnasari, 2020). Salah satu masalah lingkungan yang paling mencolok di daerah perkotaan adalah masalah sampah. Sampah merupakan material sisa baik dari manusia, tumbuhan maupun hewan yang tidak digunakan lagi dan dilepaskan ke alam dalam bentuk cair, padat maupun gas yang selalu ada dalam kehidupan sehari-hari (Karim, Lubis, & Dewi, 2022). Seiring dengan perkembangan zaman, jumlah sampah bukan semakin berkurang, tetapi justru semakin meningkat. Hal ini berkaitan dengan perubahan gaya hidup manusia yang semakin modern, yang cenderung meninggalkan kebiasaan

tradisional. Gaya hidup modern ini sering kali diidentikkan dengan produksi dan konsumsi barang-barang yang sulit terurai, yang akhirnya menjadi sampah (Nugroho, 2017). Semakin berkembangnya aktivitas manusia, sangat penting untuk memahami dan menghargai peran besar kebersihan lingkungan. Salah satu alasan utama mengapa kebersihan lingkungan sangat krusial adalah dampaknya terhadap kesehatan manusia. Lingkungan yang bersih dapat mengurangi risiko penyebaran penyakit menular yang disebabkan oleh kuman dan bakteri yang tersebar melalui air atau udara yang tercemar. Sampah yang bertebaran dapat menjadi tempat berkembang biaknya penyakit. Dengan menjaga kebersihan lingkungan, dapat melindungi diri, keluarga, dan orang-orang sekitar dari ancaman berbagai jenis bakteri, kuman, virus, dan penyakit serius (Sulasih, Fasa, & Suharto, 2022). Menurut data yang dilansir oleh databoks pada tahun 2020, Negara Indonesia menduduki peringkat kelima penghasil sampah terbanyak di dunia sebanyak 65,2 juta ton setelah Tiongkok, Amerika Serikat, India, dan Brasil.



Gambar 1. Data Penghasil Sampah Terbesar di Dunia

Menurut Yuniantari *et al.* (2022), masalah sampah sangat terkait dengan perilaku masyarakat dalam pengelolaan limbah, karena masyarakat merupakan pihak yang paling berperan dalam menghasilkan sampah itu sendiri. Setiap aktivitas manusia, baik itu di rumah, di tempat kerja, atau di ruang publik, menghasilkan sampah yang jika tidak dikelola dengan baik, akan menjadi beban bagi lingkungan. Kurangnya kesadaran dan kebiasaan yang tidak ramah lingkungan, seperti membuang sampah sembarangan atau tidak memilah sampah, semakin memperburuk

situasi ini. Oleh karena itu, perubahan perilaku masyarakat dalam hal pengelolaan sampah sangat penting untuk mengurangi dampak negatif sampah terhadap lingkungan dan menciptakan ekosistem yang lebih sehat dan berkelanjutan. Salah satu upaya global dalam menanggulangi perubahan iklim ialah dengan melakukan *SDGs* (Salim, 2020). Emil Salim (dalam Irmayanti *et al.*, 2020) mendefinisikan pembangunan berkelanjutan atau *sustainable development* sebagai suatu proses pembangunan yang mengoptimalkan manfaat dari sumber daya alam dan manusia. Pengoptimalan tersebut dengan menyerasikan sumber alam dengan manusia dalam pembangunan. Sedangkan Ignas Kleden (2020) menyatakan bahwa pembangunan berkelanjutan adalah jenis pembangunan yang mengacu pada pemanfaatan sumber-sumber alam maupun sumber daya manusia secara optimal. Di lain pihak, serta pada saat yang sama, memelihara keseimbangan optimal di antara berbagai tuntutan yang saling bertentangan terhadap sumber daya tersebut. Dan Sofyan Effendi (2020) mengartikan pembangunan berkelanjutan sebagai suatu proses pembangunan yang memanfaatkan sumber daya, arah investasinya, orientasi pengembangan teknologi, dan perubahan kelembagaan dilakukan secara harmonis dan memperhatikan potensi saat ini dan masa depan.

Kemampuan generasi masa depan untuk melanjutkan pembangunan sangat bergantung pada sumber daya alam yang tersedia. Sehingga dalam melaksanakan pembangunan ekonomi saat ini, tidak boleh merusak atau mengurangi kualitas lingkungan hidup. Menurut Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB, 2015), Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (*Sustainable Development Goals* atau *SDGs*) merupakan sebuah rencana dan visi kolektif global yang bertujuan untuk mengakhiri kemiskinan ekstrem, mengurangi kesenjangan, sekaligus melindungi dan menjaga kelestarian planet Bumi demi kepentingan generasi mendatang. *Sustainable Development Goals* bukan hanya sebuah daftar tujuan, melainkan bagian penting dan tak terpisahkan dari Agenda 2030. Pembangunan berkelanjutan merupakan sebuah kerangka kerja yang telah disepakati secara internasional demi mewujudkan masa depan yang lebih adil, manusiawi, dan ramah terhadap lingkungan. Agenda 2030 ini disusun sebagai langkah strategis untuk mengatasi masalah-masalah

mendesak secara global, seperti kemiskinan, kesenjangan, perubahan iklim, kerusakan ekosistem, dan masalah keadilan, sehingga dapat tercipta dunia yang lebih sejahtera, harmonis, dan lestari bagi seluruh umat manusia. Asal usul dan evolusi *Sustainable Development Goals* berasal dari kebutuhan untuk mengatasi tantangan global dan mempromosikan pembangunan berkelanjutan di seluruh dunia. Sejarah *Sustainable Development Goals* dapat ditelusuri kembali ke pembentukan Tujuan Pembangunan Milenium (*Millennium Development Goals* atau *MDGs*) oleh Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) pada tahun 2000. Sebagai respons terhadap evaluasi *Millennium Development Goals*, PBB meluncurkan proses perundingan yang melibatkan berbagai pihak, termasuk negara-negara anggota, organisasi internasional, dan masyarakat sipil. Proses ini mencapai puncaknya pada tahun 2015 dengan adopsi Agenda 2030 untuk Pembangunan Berkelanjutan, yang mencakup 17 *SDGs* dan 169 target yang lebih komprehensif dan ambisius. *Millennium Development Goals* awalnya terdiri dari delapan tujuan yang bertujuan untuk mengatasi berbagai masalah global, seperti kemiskinan ekstrem, kelaparan, penyakit, dan ketidaksetaraan gender.

Meskipun *Millennium Development Goals* berhasil mencapai beberapa kemajuan, namun terdapat kritik terhadap ketidakmemadaiannya dalam mengatasi sejumlah isu kritis dan kurangnya inklusivitas (Yudawisastra, 2020). *Sustainable Development Goals* (*SDGs*) berasal dari kesepakatan internasional yang dihasilkan dari Konferensi PBB tentang Pembangunan Berkelanjutan yang diadakan di Rio de Janeiro, Brasil, pada tahun 2012, yang dikenal sebagai *Rio+20*. Pada pertemuan tersebut, para pemimpin dunia menyadari perlunya menciptakan tujuan pembangunan yang lebih inklusif dan berkelanjutan untuk menggantikan Tujuan Pembangunan Milenium (*Millennium Development Goals* (*MDGs*)) yang berakhir pada tahun 2015. Perubahan *SDGs* merefleksikan pergeseran paradigma dari fokus pembangunan yang sekadar mengurangi kemiskinan menjadi upaya untuk mencapai pembangunan yang menyeluruh, seimbang, dan berkelanjutan secara ekonomi, sosial, dan lingkungan. *SDGs* mencakup berbagai aspek pembangunan, termasuk kesehatan, pendidikan, ketahanan pangan, kesetaraan gender, dan perlindungan lingkungan.

Agenda 2030 dengan *SDGs* menjadi panduan global bagi negara-negara, sektor swasta, dan masyarakat sipil untuk bekerja sama dalam mencapai tujuan pembangunan yang lebih inklusif dan berkelanjutan (Robert *et al.*, 2005). Pembangunan berkelanjutan atau *Sustainable Development Goals (SDGs)* merupakan agenda global yang disepakati oleh seluruh negara anggota Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) pada tahun 2015. *Sustainable Development Goals* terdiri dari 17 tujuan dan 169 target yang dirancang sebagai panduan untuk menciptakan dunia yang lebih adil, sejahtera, dan lestari hingga tahun 2030. Pentingnya *Sustainable Development Goals* ialah untuk mengatasi berbagai tantangan utama manusia, mulai dari kemiskinan, kelaparan, kesenjangan sosial, hingga perubahan iklim dan kerusakan lingkungan. *Sustainable Development Goals* menegaskan bahwa pembangunan tidak hanya berfokus pada aspek ekonomi, tetapi juga harus mempertimbangkan dimensi sosial dan kelestarian lingkungan. Dengan kata lain, pembangunan masa kini harus dilakukan tanpa mengorbankan kemampuan generasi mendatang untuk memenuhi kebutuhan mereka. *Sustainable Development Goals* sendiri mendorong kerja sama lintas negara, lintas sektor, dan lintas generasi.

Tujuan ini menekankan pentingnya tanggung jawab bersama dalam menjaga bumi, memperkuat perdamaian, serta membangun masyarakat yang inklusif dan berdaya tahan. Tanpa komitmen pada prinsip pembangunan berkelanjutan, dunia akan semakin dihadapkan pada krisis multidimensi yang dapat mengancam kualitas hidup dan kelangsungan peradaban manusia. Keterlibatan semua pihak seperti pemerintah, sektor swasta, akademisi, organisasi masyarakat sipil, dan individu sangat penting dalam mewujudkan target *Sustainable Development Goals*. Implementasi *Sustainable Development Goals* bukan hanya agenda global, tetapi juga menjadi tugas lokal di setiap negara dan komunitas, termasuk di tingkat individu sebagai bagian dari warga dunia (Aji & Kartono, 2022). Sebagai penghuni bumi, khalayak harus peduli terhadap *Sustainable Development Goals* karena masalah seperti kemiskinan, kesenjangan, dan kerusakan lingkungan bukan masalah satu orang atau satu bangsa saja, tetapi masalah khalayak, yang terjadi di tengah masyarakat, melintas batas negara, dan turut mempengaruhi kualitas hidup manusia di seluruh dunia. *Sustainable Development Goals* menjadi

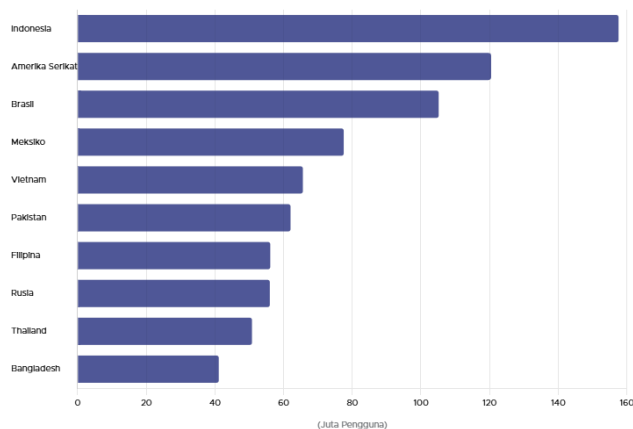
pedoman penting demi mewujudkan masa depan yang lebih adil, sejahtera, dan lestari, di mana setiap orang, tanpa kecuali, dapat hidup secara bermartabat, mendapatkan akses yang merata terhadap kebutuhan dasar, dan menikmati sumber daya secara bijaksana. Dengan mendukung *Sustainable Development Goals*, khalayak turut menjaga kualitas hidup saat ini dan demi generasi mendatang, sehingga nantinya anak dan cucu di masa depan masih dapat hidup di sebuah dunia yang nyaman, sehat, dan harmonis. Dengan peduli *Sustainable Development Goals* berarti banyak orang peduli akan masa depan. Salah satu dari 17 poin *Sustainable Development Goals* yang penulis teliti ialah *Climate Action* (Tampubolon *et al.*, 2023). Perubahan iklim atau *Climate Action* merupakan salah satu dampak signifikan yang terjadi akibat permasalahan lingkungan. Hal ini tidak hanya menjadi masalah tunggal, tapi juga dapat memberikan pengaruh luas terhadap aspek-aspek lain yang tercantum di dalam tujuan *Sustainable Development Goals*. Dengan kata lain, masalah iklim dapat menjadi hambatan dalam mencapai sasaran-sasaran pembangunan berkelanjutan yang tengah diupayakan, mulai dari pengentasan kemiskinan, kesehatan, ketahanan pangan, hingga pelestarian ekosistem (Sachs, 2020).

Pada poin *Sustainable Development Goals* ke-13 juga menjelaskan bahwa limbah atau sampah yang tidak dikelola dengan benar menghasilkan lebih banyak metana dan CO₂, yang tentu saja akan berdampak pada perubahan iklim yang sedang berlangsung (Hartati Mardiyanti & Hariyono Eko, 2020). Tujuan *Climate Action* sendiri memiliki pengertian besar yang membahas terkait pengambilan tindakan untuk melawan perubahan iklim dan dampaknya. Pada tujuan *Climate Action* ini juga memiliki tiga poin turunan yaitu; Pertama, memperkuat kapasitas ketahanan dan adaptasi terhadap bahaya terkait iklim dan bencana alam di semua negara, kedua, mengintegrasikan tindakan antisipasi perubahan iklim ke dalam kebijakan, strategi, dan perencanaan nasional, ketiga, meningkatkan pendidikan, penumbuhan kesadaran, serta kapasitas manusia dan kelembagaan terkait mitigasi, adaptasi, pengurangan dampak, dan peringatan dini perubahan iklim. Hal tersebut sejalan dengan pendapat Sachs dalam Jurnal Hartati Mardiyanti & Hariyono Eko, yang menyebut bahwa Indonesia menempati peringkat 102 dari 162 negara yang masih menghadapi tantangan signifikan,

khususnya pada tujuan *Climate Action*, yaitu aksi iklim. Dengan kata lain, Indonesia masih perlu kerja keras dan langkah konkret demi mencapai visi pembangunan yang berkelanjutan. Oleh karena itu, upaya mewujudkan seluruh tujuan *Sustainable Development Goals* dapat dimulai dari hal paling mendasar, yaitu menumbuhkembangkan sikap peduli terhadap lingkungan. Dengan membangun kesadaran dan kepedulian sejak dini, diharapkan masyarakat dapat turut aktif menjaga bumi, mengurangi dampak negatif, dan mendukung tercapainya tujuan *Sustainable Development Goals* secara luas (Tampubolon *et al.*, 2023). Pada dasarnya, *Sustainable Development Goals* merupakan ukuran atau tolak ukur keberhasilan suatu negara dalam mencapai pembangunan yang berkelanjutan. Nilai dan tujuan keberlanjutan ini memberikan manfaat yang luas dan saling berkaitan, terutama dari aspek sosial. Dalam pembahasan kali ini, fokus akan diarahkan pada tujuan nomor 13, yaitu aksi iklim. Aksi iklim menjadi aspek penting dan landasan demi tercapainya seluruh tujuan *Sustainable Development Goals*, karena upaya menjaga iklim turut mendukung terwujudnya aspek-aspek lain dari pembangunan yang berkelanjutan.

Penelitian ini akan berfokus pada tujuan *Sustainable Development Goals* ke-13 poin 3 yang berfokus pada peningkatan pendidikan, penumbuhan kesadaran, serta kapasitas manusia dan kelembagaan terkait mitigasi, adaptasi, pengurangan dampak, dan peringatan dini perubahan iklim. Di era digital saat ini, media sosial, khususnya TikTok, telah menjadi platform yang sangat efektif dalam memperbincangkan *Sustainable Development Goals* (SDG). Fenomena ini diperkuat dengan banyaknya artis dan *content creator* yang aktif membahas berbagai isu terkait *Sustainable Development Goals*, mulai dari kesadaran lingkungan, pentingnya pendidikan, hingga aksi iklim. Interaksi di kolom komentar menunjukkan bahwa pesan-pesan mengenai *Sustainable Development Goals* sudah banyak dipahami dan mulai diterima oleh khalayak luas. Hal ini mengindikasikan bahwa media sosial memiliki peran signifikan dalam meningkatkan literasi publik tentang isu-isu keberlanjutan. Dengan demikian, kehadiran platform digital di masa kini memang sangat mempermudah proses publikasi dan edukasi mengenai *Sustainable Development Goals*, menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam dibandingkan

metode konvensional. Ini membuka peluang besar untuk mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam upaya mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan. Menurut Sinaga & Mailin, TikTok merupakan aplikasi media sosial berbasis video musik yang berasal dari Tiongkok, yang diluncurkan pada September 2016 oleh Zhang Yiming. TikTok telah berkembang pesat menjadi salah satu platform media sosial terpopuler di dunia, yang tidak hanya memfasilitasi kreativitas penggunanya, tetapi juga memungkinkan penyampaian pesan kepada audiens yang sangat luas dan beragam (Sinaga & Mailin, 2023). Dengan format video pendek yang mudah diproduksi dan dikonsumsi, TikTok memberikan ruang bagi individu maupun kelompok untuk mengekspresikan ide, kreativitas, dan nilai-nilai mereka dengan cara yang menarik dan menghibur. Konten-konten yang beragam, mulai dari hiburan, edukasi, hingga isu-isu sosial, dapat dijangkau oleh berbagai kalangan tanpa batasan geografis atau sosial. Keunikan TikTok terletak pada kemampuannya menggabungkan hiburan dengan penyampaian pesan yang kuat, menjadikannya platform yang sangat efektif dalam menyampaikan ide atau kampanye kepada audiens yang luas, dari berbagai latar belakang budaya, usia, dan minat (Sinaga & Mailin, 2023).



Gambar 2. Data 10 Negara Pengguna TikTok Terbesar di Dunia

Data di atas yang telah dilansir oleh Data Reportal menunjukkan bahwa Indonesia merupakan negara dengan pengguna aplikasi TikTok paling banyak di dunia. Hal tersebut menunjukkan bahwa Indonesia memiliki potensi luar biasa untuk menjadi sarana komunikasi yang efektif, baik dalam aspek hiburan, promosi, maupun kampanye sosial yang dapat

menjangkau khalayak yang luas. Salah satu akun yang cukup dikenal dalam menyebarkan pesan kepedulian terhadap lingkungan adalah @pandawaragroup. Akun ini tidak hanya menyajikan hiburan, tetapi juga mengedukasi pengikutnya tentang pentingnya menjaga kelestarian alam dan mengajak masyarakat untuk terlibat dalam berbagai aksi peduli lingkungan.



Gambar 3. Profil TikTok @pandawaragroup

Pada bulan Juni 2023 terhitung Pandawara Group memiliki 12,3 juta pengikut di akunnya dan sudah terverifikasi oleh TikTok, kelompok tersebut sudah sangat populer di kalangan pengguna TikTok berkat kontennya yang menarik. Menurut Shabrina, Nuraini, *et al.* (2023), Pandawara Group adalah kelompok pemuda asal Bandung yang terkenal dengan aksi membersihkan sampah di sungai dan pantai. Menurut *Liputan6.com* dan *Kompasiana.com*, Pandawara Group merupakan sebuah kelompok yang berperan sebagai penggerak sekaligus pemengaruh dalam isu-isu lingkungan, khususnya yang berkaitan dengan pengelolaan sampah dan kebersihan lingkungan hidup. Lima pemuda laki-laki yang terdiri dari Gilang, Ikhsan, Rifqi, Rafly, dan Agung berteman sejak masih menempuh pendidikan SMA. Menurut Ummah Ulfatul, nama Pandawara diambil dari kata "Pandawa" yang merujuk pada lima tokoh dalam cerita wayang *Mahabharata*. Kelompok ini terbentuk akibat kekhawatiran terhadap kondisi lingkungan sekitar mereka, yang sering terendam banjir karena tumpukan sampah. Ketidaknyamanan masyarakat akibat kondisi tersebut mendorong mereka untuk membuat konten yang berfokus pada kegiatan memungut sampah sebagai bentuk kepedulian terhadap lingkungan. Maka dari itu, peneliti mengkaji bagaimana isu-isu lingkungan di Indonesia direpresentasikan melalui konten aksi peduli lingkungan yang terbentuk dari sebuah kelompok bernama Pandawara Group melalui platform *TikTok*.

2. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus untuk memahami representasi *Climate Action* (SDGs 13) dalam konten *TikTok* @pandawaragroup. Fokusnya pada penelusuran makna, pesan, dan konteks sosial yang melatarbelakangi video pendek, sehingga penjelasan simbolik dan naratif dapat dieksplorasi tanpa bergantung pada perhitungan statistik. Pilihan pendekatan ini bersifat eksploratif–interpretatif guna menangkap bagaimana pesan kepedulian lingkungan dikonstruksi dan disebarluaskan. Secara konseptual, studi membatasi diri pada SDGs poin ke-13 yang mencakup adaptasi, mitigasi, penguatan kapasitas, dan integrasi isu iklim dalam kebijakan serta perencanaan. *TikTok* dipahami sebagai platform video pendek yang memfasilitasi produksi dan distribusi pesan keberlanjutan; akun @pandawaragroup dipilih karena konsistensi konten aksi bersih sungai dan ruang publik. Objek penelitian berupa teks media (visual, audio, narasi) dari 15 video terpilih dalam periode tertentu agar analisis terarah pada indikator *Climate Action*. Pengumpulan data dilakukan melalui pengarsipan dan penelaahan 15 konten yang dipilih secara purposif berdasarkan keterlibatan tinggi dan relevansi dengan indikator *Climate Action*. Analisis data memadukan analisis isi dan analisis interaktif mengikuti kerangka Parker, Saundage, dan Lee: memilih konten, mengurai elemen visual–naratif untuk menemukan tema, menafsirkan dalam konteks sosial dan peran media, lalu menyusun simpulan yang dapat dipertanggungjawabkan dengan dukungan kutipan konten serta dokumentasi visual. Pendekatan ini memastikan temuan terhubung secara sistematis dengan landasan teori dan tujuan penelitian.

3. Hasil dan Pembahasan

Hasil

Aksi Bersih-Bersih Sungai Bagian Dari Studi Komunikasi Lingkungan

Hasil penelitian pada poin pertama menunjukkan bahwa aksi bersih-bersih sungai yang dilakukan oleh Pandawara Group tidak hanya berfungsi sebagai kegiatan lingkungan semata, tetapi juga sebagai strategi komunikasi yang membangun sebuah identitas kelompok. Melalui kontennya yang

menampilkan temuan limbah medis, limbah industri, hingga pembersihan sungai besar menggunakan alat berat, Pandawara Group berhasil menampilkan realitas lingkungan yang mengkhawatirkan sekaligus menghadirkan solusi nyata. Visualisasi kondisi sungai sebelum dan sesudah dibersihkan memperkuat pesan yang mereka sampaikan, sehingga audiens tidak hanya menyaksikan aksi, tetapi juga terdorong untuk merefleksikan tanggung jawab kolektif terhadap lingkungan. Jika dikaitkan dengan teori komunikasi lingkungan milik (Cox, 2020), konten Pandawara Group dapat dipahami melalui beberapa area studi. Pertama, *retorika* dan *wacana* lingkungan, di mana narasi mereka mengandung kritik sosial, seruan moral, serta ajakan untuk bertanggung jawab dalam mengelola limbah. Kedua, konten ini juga terkait dengan *media* dan *jurnalisme* lingkungan, sebab *TikTok* menjadi medium alternatif yang memvisualisasikan isu pencemaran sungai dengan gaya dokumentatif dan edukatif layaknya liputan *jurnalistik*. Ketiga, aspek edukasi publik dan kampanye advokasi tampak melalui pesan moral yang menekankan pentingnya kesadaran masyarakat, pengusaha, maupun tenaga medis untuk tidak membuang limbah sembarangan. Dengan demikian, konten Pandawara Group secara langsung mempraktikkan strategi komunikasi lingkungan dalam beberapa ranah sekaligus. Konten Pandawara Group dapat dikategorikan sebagai bentuk *retorika* dan *wacana* lingkungan karena narasi yang mereka bangun tidak sekadar mendeskripsikan kondisi sungai yang kotor, tetapi juga mengandung kritik sosial, seruan moral, dan ajakan untuk bertindak. Misalnya, ketika menemukan limbah medis, narator tidak hanya menunjukkan bahaya benda tersebut, tetapi juga menegaskan bahwa pembuangan limbah medis ke sungai adalah tindakan tidak bertanggung jawab dan berpotensi mengancam nyawa orang lain. Pernyataan seperti ini mengandung dimensi *retorik*, di mana bahasa digunakan untuk menggugah kesadaran dan mendorong perubahan perilaku. *Retorika* Pandawara Group bersifat emosional dan langsung, sehingga mampu membangun kedekatan dengan audiens yang menyaksikan konten. Hal ini sesuai dengan pandangan Cox, bahwa *retorika* lingkungan memainkan peran penting dalam menyuarakan kepedulian sekaligus membentuk persepsi publik terhadap isu lingkungan (Cox, 2020). Selain *retorika*, konten Pandawara Group juga

berhubungan erat dengan *media* dan *jurnalisme* lingkungan. Dalam praktiknya, mereka memanfaatkan *TikTok* sebagai medium digital yang memvisualisasikan isu lingkungan dengan pendekatan dokumentatif. Cara mereka menampilkan proses pembersihan sungai, memperlihatkan temuan limbah berbahaya, hingga menyajikan kondisi sebelum dan sesudah pembersihan menyerupai gaya pelaporan *jurnalistik*. Perbedaannya terletak pada format dan gaya penyampaian yang lebih santai, lugas, dan sesuai dengan karakteristik platform *media sosial*. Dengan demikian, Pandawara Group berperan seperti *jurnalis warga* yang mengisi kekosongan liputan *media arus utama* terkait isu lingkungan di tingkat lokal. Mereka tidak hanya menginformasikan fakta, tetapi juga membingkai masalah dengan perspektif kritis misalnya dengan menyoroti sikap pengusaha yang hanya berorientasi pada keuntungan tanpa peduli pada dampak lingkungan. Hal ini sejalan dengan teori komunikasi lingkungan milik Cox, yang menekankan bahwa *media* memiliki peran dalam *agenda-setting* dan *framing* isu lingkungan di mata publik. Aspek yang paling dominan dari konten Pandawara Group adalah edukasi publik dan kampanye advokasi. Konten mereka secara konsisten menyisipkan pesan moral yang ditujukan kepada masyarakat luas agar tidak membuang sampah sembarangan, kepada pengusaha agar lebih bertanggung jawab dalam mengelola limbah industri, serta kepada pihak medis agar tidak membuang limbah berbahaya ke sungai. Pesan-pesan tersebut disampaikan dengan gaya komunikasi persuasif yang sederhana, emosional, dan mudah dipahami, sehingga efektif dalam menjangkau audiens yang lebih luas. Dengan memanfaatkan popularitas *TikTok*, Pandawara Group menjalankan strategi komunikasi yang serupa dengan prinsip *social marketing*, yaitu upaya mengubah perilaku masyarakat menuju tujuan sosial dan lingkungan yang lebih baik. Hal ini terlihat dari bagaimana mereka tidak hanya memberikan informasi, tetapi juga berusaha menginternalisasi nilai kepedulian lingkungan melalui contoh nyata aksi bersih-bersih yang dapat ditiru oleh komunitas lain. Sejalan dengan Cox, pendekatan ini memperlihatkan bahwa komunikasi lingkungan dapat menjadi sarana untuk menggerakkan perubahan perilaku kolektif yang berorientasi pada keberlanjutan. Strategi komunikasi Pandawara Group melalui aksi bersih-bersih sungai memiliki daya tarik kuat karena menggabungkan aksi nyata, visual dramatis, dan narasi

persuasif. Kritik sosial yang disampaikan narator tidak bersifat normatif, tetapi juga dibangun melalui pengalaman langsung yang terjadi di lapangan, misalnya ketika hampir tertusuk jarum suntik. Hal ini menjadikan pesan yang disampaikan lebih memiliki ciri khas dan kredibel. Selain itu, penggunaan *media sosial* seperti *TikTok* memungkinkan pesan lingkungan menjangkau audiens yang lebih luas, terutama generasi muda yang aktif menggunakan platform tersebut.

Agenda dengan Dinas Hingga Komunitas Lokal Bagian Dari Studi Komunikasi Lingkungan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kolaborasi Pandawara Group dengan instansi pemerintah, aparat keamanan, komunitas lokal, hingga masyarakat umum menjadi salah satu kekuatan utama dalam menggerakkan aksi peduli lingkungan. Konten-konten yang menampilkan ucapan terima kasih kepada berbagai pihak, pembersihan pantai dengan dukungan lintas kalangan, hingga peringatan Hari Sampah Nasional bersama TNI, Polri, influencer, pelajar, dan warga memperlihatkan bahwa upaya lingkungan tidak mungkin dilakukan secara parsial. Kolaborasi lintas sektor yang terjalin tidak hanya memperkuat legitimasi gerakan Pandawara Group, tetapi juga menunjukkan adanya sinergi nyata antara komunitas sipil dengan lembaga resmi. Jika dikaitkan dengan teori komunikasi lingkungan dari Cox, kolaborasi lintas aktor ini paling relevan dengan area studi kolaborasi lingkungan dan resolusi konflik. Dalam teori tersebut, Cox menekankan bahwa kerja sama bisa jadi alternatif untuk mengatasi ketidakpuasan publik terhadap cara formal dan kebijakan yang terlalu keras. Pandawara Group berhasil mengundang para pemangku kepentingan untuk terlibat dalam aksi nyata di lapangan, bukan sekadar perdebatan wacana. Hal ini juga terkait dengan partisipasi publik dalam pengambilan keputusan, karena kehadiran berbagai aktor memperlihatkan bahwa isu sampah tidak hanya menjadi urusan komunitas ataupun satu pihak saja, tetapi juga agenda bersama yang menuntut keterlibatan semua pihak, termasuk masyarakat atau banyak orang. Kolaborasi yang ditunjukkan Pandawara Group bersama dinas lingkungan hidup, TNI, Polri, hingga komunitas lokal memperlihatkan pentingnya membangun sinergi lintas kalangan dalam menangani isu lingkungan. Kolaborasi ini bukan

hanya sekadar kerja sama teknis membersihkan sungai atau pantai, melainkan juga berfungsi sebagai bentuk resolusi konflik ekologis yang sering muncul akibat perbedaan kepentingan antara masyarakat sipil, pemerintah, dan pelaku usaha. Dengan menghadirkan semua pihak dalam satu ruang aksi, Pandawara Group mampu meredam potensi gesekan sosial sekaligus menumbuhkan rasa kepemilikan bersama terhadap lingkungan. Menurut Cox, komunikasi lingkungan memiliki peran utama dalam mengintegrasikan perspektif beragam kalangan agar dapat tercapai solusi yang lebih adil dan berkelanjutan. Dalam hal ini, kolaborasi Pandawara Group dapat dipahami sebagai praktik komunikasi yang memediasi konflik ekologis sekaligus memperkuat fondasi gerakan lingkungan di mata publik (Cox, 2020).

Keterlibatan pelajar, komunitas lokal, perangkat desa, aparat keamanan, hingga pejabat pemerintah daerah dalam aksi bersih-bersih yang digagas Pandawara Group menunjukkan praktik nyata dari partisipasi publik. Partisipasi ini tidak hanya dalam bentuk kehadiran fisik saat aksi, tetapi juga dalam ranah simbolik, yakni melalui pengakuan bahwa masalah sampah merupakan tanggung jawab kolektif yang membutuhkan kontribusi semua lapisan masyarakat. Sejalan dengan pandangan Cox, partisipasi publik merupakan salah satu fondasi utama dalam komunikasi lingkungan karena mampu meningkatkan rasa keterhubungan, kesadaran kritis, dan kapasitas kolektif masyarakat dalam menghadapi persoalan ekologi. Kehadiran lintas kalangan dalam aksi Pandawara Group menegaskan bahwa isu lingkungan tidak bisa diputuskan secara sepihak oleh pemerintah atau aktivis, melainkan harus melalui mekanisme kolaboratif yang memberi ruang bagi masyarakat luas untuk turut serta dalam menentukan arah perubahan. Dengan demikian, partisipasi publik yang ditunjukkan dalam aksi ini dapat dipandang sebagai strategi efektif untuk memperkuat isu-isu lingkungan dan memastikan keberlanjutan gerakan lingkungan di masa depan. Pendekatan kolaboratif yang dilakukan Pandawara Group merupakan strategi komunikasi yang efektif. Kolaborasi dengan TNI, Polri, pemerintah daerah, hingga komunitas lokal memperlihatkan bahwa gerakan ini tidak hanya sekadar aksi anak muda, tetapi telah diakui dan mendapat dukungan formal dari berbagai kalangan.

Hal ini memperkuat kredibilitas Pandawara Group sebagai penggerak sosial, sekaligus menunjukkan kemampuan mereka membangun jejaring sosial yang luas. Namun, di sisi lain, munculnya kritik atau keraguan publik terhadap gerakan mereka juga mencerminkan bahwa setiap aksi sosial akan selalu berhadapan dengan dinamika persepsi masyarakat.

Kegiatan Lingkungan Selain Bersih-Bersih Sungai Bagian Dari Studi Komunikasi Lingkungan

Hasil penelitian pada bagian ini memperlihatkan bahwa Pandawara Group tidak hanya fokus pada aksi nyata membersihkan sungai dan pantai, tetapi juga menempatkan edukasi lingkungan sebagai pilar penting dalam strategi komunikasi mereka. Melalui program seperti *Ajaraksa* di sekolah, konten edukasi tentang bahaya erosi, hingga pengenalan teknologi pengelolaan sampah modern di Denmark, Pandawara Group berusaha menanamkan kesadaran lingkungan secara berkelanjutan. Pendekatan ini memperlihatkan bahwa gerakan lingkungan tidak cukup hanya dengan tindakan sesaat, melainkan harus dilengkapi dengan pengetahuan, kesadaran kritis, dan inspirasi agar perubahan perilaku dapat tertanam dalam kehidupan sehari-hari masyarakat. Dalam kerangka teori komunikasi lingkungan yang dikemukakan Cox, konten edukatif Pandawara Group dapat dipahami sebagai bagian dari upaya *public education*, yaitu strategi komunikasi yang bertujuan memperluas pengetahuan publik, meningkatkan kepedulian, serta mengubah perilaku melalui pesan-pesan persuasif. Edukasi mengenai daur ulang di sekolah, bahaya erosi dan longsor, hingga teknologi pengelolaan sampah modern, merupakan bentuk praktik komunikasi yang mencoba menghubungkan sains, budaya, dan tindakan sosial. Hal ini sejalan dengan gagasan Cox, bahwa komunikasi lingkungan tidak hanya mengangkat isu, tetapi juga menyediakan ruang pembelajaran bagi masyarakat untuk memahami permasalahan secara lebih luas dan solutif (Cox, 2020). Hasil di atas dapat dikategorikan ke dalam area studi *Environmental Education and Advocacy* atau edukasi dan advokasi lingkungan. Menurut *Hungerford & Volk*, pendidikan lingkungan berperan penting dalam membentuk kesadaran ekologis, pengetahuan kritis, serta keterampilan pengelolaan lingkungan yang berkelanjutan. Program *Ajaraksa* misalnya, menjadi

bentuk nyata pendidikan berbasis sekolah yang menanamkan nilai kreativitas sekaligus tanggung jawab ekologis. Sementara konten mengenai erosi dan teknologi pengelolaan sampah global termasuk dalam kategori advokasi, karena bertujuan membangkitkan kesadaran publik sekaligus menekan pemerintah atau masyarakat luas untuk mengambil langkah nyata (Hungerford & Volk, 1990). Dari hasil tersebut, dapat dikatakan bahwa strategi Pandawara Group cukup inovatif karena mampu memadukan aksi nyata dengan edukasi kreatif melalui *media sosial*. Banyak gerakan lingkungan yang berhenti pada aksi bersih-bersih simbolis, sementara Pandawara Group melangkah lebih jauh dengan menghadirkan konten yang mengedukasi masyarakat melalui narasi yang sederhana, visual yang kuat, dan contoh nyata. Hal ini menjadikan pesan mereka lebih mudah diterima oleh publik luas, terutama generasi muda. Namun, tantangan yang muncul adalah bagaimana menjaga konsistensi agar edukasi ini tidak hanya berhenti di level kesadaran, tetapi juga mendorong tindakan nyata masyarakat dalam jangka panjang.

Melakukan Kerjasama dengan Pihak Luar Bagian Dari Studi Komunikasi Lingkungan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pandawara Group tidak hanya menginisiasi aksi lingkungan di tingkat lokal maupun nasional, tetapi juga memperluas jangkauan kolaborasinya ke ranah global. Hal ini terlihat dari kerjasama dengan lembaga internasional seperti *Klimatorium* di Denmark, keterlibatan tokoh nasional dan *media* dalam kampanye berorientasi lingkungan, hingga partisipasi dalam gerakan lintas negara di kawasan ASEAN. Temuan ini memperlihatkan bahwa isu lingkungan yang diangkat Pandawara Group telah melampaui batas geografis Indonesia dan semakin menguatkan posisinya sebagai aktor non-negara yang mampu membangun diplomasi lingkungan melalui *media sosial*. Menurut Cox, komunikasi lingkungan menekankan pentingnya *public participation* dalam upaya menyelesaikan persoalan ekologi yang bersifat kompleks. Aksi Pandawara Group yang melibatkan berbagai pihak baik pemerintah, komunitas lokal, tokoh publik, hingga lembaga internasional menjadi wujud nyata dari konsep tersebut. Dengan kata lain, Pandawara bukan hanya bertindak sebagai komunikator lingkungan, tetapi juga sebagai *bridge builder* yang mempertemukan berbagai aktor untuk mewujudkan solusi bersama.

Kolaborasi lintas batas ini membuktikan bahwa sebuah gerakan lingkungan tidak hanya diperoleh dari sebuah narasi, melainkan juga dari keterlibatan aktif oleh banyak pihak (Cox, 2020). Komunikasi lingkungan global merupakan perspektif yang melihat bagaimana isu-isu ekologi dikonstruksi, dimaknai, dan disebarluaskan melampaui batas geografis melalui *media*, baik konvensional maupun digital. Cox, menjelaskan bahwa komunikasi lingkungan global berperan dalam membentuk wacana publik, memobilisasi opini internasional, serta menghubungkan komunitas yang berbeda dalam memahami isu yang sama, yakni krisis lingkungan. Dalam konteks Pandawara Group, penggunaan *TikTok* sebagai salah satu *media* untuk menyalurkan pesan-pesan lingkungan mereka yang mudah menjangkau audiens internasional. Konten kolaborasi dengan *Klimatorium Denmark* maupun interaksi dengan komunitas di Vietnam dan negara ASEAN lain, menunjukkan bahwa isu lokal seperti sampah plastik atau kebersihan sungai dapat diposisikan dalam kerangka wacana global mengenai perubahan iklim.

Hal ini menegaskan bahwa komunikasi lingkungan global tidak hanya bertumpu pada negara atau lembaga internasional, tetapi juga pada aktor-aktor sipil yang mampu mengemas pesan secara kreatif dan menarik perhatian khalayak lintas negara. Sementara itu, diplomasi masyarakat sipil atau *environmental diplomacy* menekankan peran aktor non-negara dalam menjembatani kepentingan lintas batas terkait isu lingkungan. Betsill & Corell menegaskan bahwa masyarakat sipil memiliki kemampuan untuk memengaruhi agenda internasional, baik melalui aksi advokasi, partisipasi dalam forum global, maupun kolaborasi lintas komunitas. Pandawara Group menjadi contoh konkret bagaimana kelompok sipil yang awalnya berangkat dari inisiatif lokal dapat masuk ke ranah diplomasi transnasional. Melalui program *Contribution* di Vietnam, mereka berhasil memotivasi lahirnya komunitas baru seperti *Sai Gon Xanh*, yang memperlihatkan efek replika gerakan di luar negeri. Hal ini memperkuat pemahaman bahwa diplomasi lingkungan tidak lagi hanya dipermainkan oleh negara, tetapi juga oleh komunitas sipil yang mampu menghadirkan gagasan, aksi, dan jejaring kolaborasi lintas bangsa. Dengan begitu, kolaborasi Pandawara dengan *Klimatorium* maupun komunitas

ASEAN menandai transformasi gerakan lokal menjadi bagian dari diplomasi masyarakat sipil global yang berkontribusi pada agenda keberlanjutan planet. Keterlibatan Pandawara Group dalam agenda global merupakan langkah strategis yang tidak hanya memperkuat kredibilitas mereka, tetapi juga memberi inspirasi bagi komunitas lain di Indonesia untuk melihat isu lingkungan dalam perspektif transnasional. Aksi kolaboratif ini membuktikan bahwa perubahan dapat dimulai dari inisiatif lokal yang sederhana, namun melalui komunikasi kreatif dan konsistensi, mampu menjangkau audiens dan mitra internasional. Pandawara berhasil menjadikan dirinya sebagai role model gerakan sosial yang memadukan kekuatan *digital activism* dengan aksi nyata di lapangan (Betsill & Corell, 2017).

Sosialisasi Kepada Pelajar dan Instansi Bagian Dari Studi Komunikasi Lingkungan

Temuan penelitian pada bagian ini memperlihatkan bahwa Pandawara Group tidak hanya fokus pada aksi bersih-bersih sungai atau kampanye digital, tetapi juga aktif melakukan sosialisasi secara langsung kepada pelajar, panti asuhan, sekolah terpencil, maupun instansi. Upaya ini memperluas jangkauan pesan mereka agar tidak hanya berhenti pada konsumsi *media daring*, tetapi juga menyentuh pendidikan karakter dan kesadaran lingkungan di level akar rumput. Melalui kegiatan kreatif seperti membuat kerajinan dari sampah plastik, membangun fasilitas sekolah, hingga memberikan edukasi tentang bahaya sampah berbahaya, Pandawara Group menegaskan bahwa transformasi lingkungan membutuhkan pendekatan praktis, edukatif, dan menyeluruh. Hasil di atas dapat dikategorikan dalam kajian edukasi publik dan kampanye advokasi sebagaimana dijelaskan Cox, yakni area studi yang menekankan perubahan perilaku masyarakat untuk mencapai tujuan sosial maupun lingkungan. Sosialisasi yang dilakukan Pandawara, baik melalui kerajinan dari sampah, pembangunan fasilitas pendidikan, maupun kampanye larangan membuang sampah berbahaya, semuanya dirancang untuk membentuk kesadaran sekaligus mendorong tindakan nyata. Dengan kata lain, Pandawara menjalankan fungsi pendidikan lingkungan non-formal yang sejalan dengan pendekatan *environmental communication for behavioral change* (Cox, 2020). Strategi Pandawara ini sangat efektif karena menggabungkan dua dimensi: edukasi dan aksi sosial. Tidak hanya

sekadar mengajak masyarakat untuk sadar lingkungan, tetapi mereka juga memberikan kontribusi langsung berupa fasilitas sekolah dan pengalaman praktis yang relevan dengan kehidupan sehari-hari. Dengan pendekatan ini, pesan lingkungan tidak terasa abstrak, melainkan menyatu dengan kebutuhan nyata masyarakat, khususnya generasi muda. Model ini menunjukkan bahwa gerakan lingkungan bisa menjadi jembatan antara kesadaran ekologis dan solidaritas sosial.

Pembahasan

Pembahasan penelitian ini menunjukkan bahwa representasi aksi iklim melalui konten TikTok @pandawaragroup mencerminkan penerapan nyata prinsip *Sustainable Development Goals* (SDGs) poin ke-13 tentang *Climate Action*. Melalui strategi komunikasi yang terencana, Pandawara Group berhasil mengubah isu lingkungan menjadi narasi sosial yang mudah diakses publik. Aksi bersih-bersih sungai yang mereka lakukan tidak hanya menjadi kegiatan ekologis, tetapi juga sarana komunikasi publik yang kuat. Dengan menampilkan visual kondisi sungai sebelum dan sesudah pembersihan, mereka menghadirkan bukti konkret tentang dampak sampah terhadap ekosistem sekaligus menanamkan pesan moral bahwa menjaga kebersihan lingkungan adalah tanggung jawab bersama. Hal ini sejalan dengan konsep retorika lingkungan yang dikemukakan Cox (2025), yang menegaskan bahwa pesan lingkungan efektif ketika disampaikan melalui bentuk narasi emosional dan moral yang mampu menggugah kesadaran sosial. Selain menampilkan aksi nyata, Pandawara Group mengembangkan kolaborasi dengan berbagai pihak seperti dinas lingkungan hidup, aparat keamanan, komunitas lokal, serta lembaga pendidikan. Kolaborasi ini memperkuat legitimasi gerakan mereka dan menandai adanya sinergi antara masyarakat sipil dan lembaga formal dalam menangani isu ekologis. Dalam perspektif teori komunikasi lingkungan, kolaborasi lintas sektor ini menunjukkan pentingnya partisipasi publik dan kerja sama antaraktor untuk mengatasi konflik ekologis (Cox, 2025). Keterlibatan beragam pihak tidak hanya memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap gerakan ini, tetapi juga mengubah isu lingkungan menjadi agenda kolektif yang bersifat partisipatif. Aspek edukasi juga menjadi pilar utama strategi komunikasi Pandawara Group.

Melalui program *Ajaraksa* dan konten edukatif lain, mereka memperkenalkan konsep pengelolaan sampah, bahaya erosi, dan pentingnya daur ulang kepada pelajar dan masyarakat luas. Pendekatan ini sejalan dengan gagasan *Hungerford* dan *Volk* (1990) yang menyatakan bahwa pendidikan lingkungan mampu membentuk kesadaran ekologis dan mendorong perilaku berkelanjutan. Konten Pandawara tidak sekadar memberikan informasi, tetapi membangun pemahaman yang dapat diterapkan langsung dalam kehidupan sehari-hari. Gaya penyampaian yang sederhana dan visual yang kuat membuat pesan mereka mudah diterima generasi muda, menjadikan TikTok bukan sekadar media hiburan, tetapi sarana literasi lingkungan yang efektif. Kegiatan Pandawara Group tidak berhenti pada level lokal. Mereka memperluas jaringan kolaborasi hingga tingkat internasional, seperti kerja sama dengan *Klimatorium* di Denmark serta keterlibatan dalam gerakan lingkungan di kawasan ASEAN.

Kolaborasi tersebut menunjukkan bahwa isu lokal seperti sampah plastik dapat menjadi bagian dari wacana global tentang perubahan iklim. Hal ini sesuai dengan temuan *Corell* dan *Betsill* (2017) yang menyoroti peran penting masyarakat sipil dalam diplomasi lingkungan internasional. Pandawara Group telah membuktikan bahwa inisiatif lokal dapat bertransformasi menjadi diplomasi lingkungan transnasional melalui penggunaan media sosial sebagai alat komunikasi lintas negara. Selain di ranah digital, Pandawara Group juga aktif melakukan sosialisasi langsung kepada pelajar, sekolah, dan lembaga sosial melalui kegiatan kreatif seperti pembuatan kerajinan dari sampah dan pembangunan fasilitas sekolah. Pendekatan ini menempatkan mereka sebagai agen perubahan yang tidak hanya berbicara tentang isu lingkungan, tetapi juga memberikan kontribusi nyata pada masyarakat. Strategi ini menggambarkan praktik komunikasi lingkungan yang berorientasi pada perubahan perilaku (Cox, 2025), di mana pesan tidak hanya menginspirasi, tetapi juga mengarahkan tindakan konkret. Secara keseluruhan, temuan penelitian menunjukkan bahwa Pandawara Group berhasil menggabungkan tiga aspek utama komunikasi lingkungan sebagaimana dijelaskan Cox (2025): retorika lingkungan yang menggugah emosi publik, media dan jurnalisme lingkungan yang mendokumentasikan realitas

ekologis secara persuasif, serta edukasi publik dan advokasi yang mendorong perubahan perilaku kolektif. Melalui gaya komunikasi yang sederhana namun kuat, Pandawara Group telah menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi alat strategis untuk mendukung pencapaian tujuan *Climate Action* dalam SDGs dan memperkuat gerakan lingkungan yang berkelanjutan di tingkat lokal maupun global.

4. Kesimpulan dan Saran

Pesan dalam konten TikTok @pandawaragroup sejalan dengan target *Climate Action* dalam *Sustainable Development Goals (SDGs)* karena berhasil menampilkan realitas krisis lingkungan sekaligus menawarkan solusi melalui aksi nyata, kolaborasi lintas sektor, edukasi publik, hingga keterlibatan di tingkat global. Pesan tersebut tidak hanya menginformasikan bahaya sampah dan limbah, tetapi juga membangkitkan kesadaran kolektif bahwa menjaga lingkungan adalah tanggung jawab bersama. Dengan gaya komunikasi yang sederhana, emosional, dan mudah dipahami, Pandawara Group efektif menjangkau generasi muda sebagai penggerak perubahan iklim.

Jika dikaitkan dengan teori komunikasi lingkungan, konten Pandawara Group merefleksikan tiga ranah utama: retorika lingkungan (kritik sosial dan ajakan moral untuk bertindak), media dan jurnalisme lingkungan (pemanfaatan TikTok sebagai media dokumentasi dan edukasi), serta edukasi publik dan advokasi (kampanye persuasif untuk mengubah perilaku masyarakat). Selain itu, kolaborasi dengan pemerintah, komunitas lokal, hingga aktor internasional menunjukkan peran komunikasi lingkungan dalam kesepakatan bersama dan partisipasi publik. Pesan Pandawara Group memperlihatkan bagaimana komunikasi lingkungan dapat menjadi sarana strategis untuk mendukung *Climate Action*, memperluas kesadaran, serta menggerakkan tindakan kolektif yang berkelanjutan.

5. Ucapan Terima Kasih

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penelitian dengan fokus representasi Climate Action (SDGs 13) pada konten TikTok @pandawaragroup dapat diselesaikan dengan baik. Penulis menyampaikan terima kasih kepada pimpinan, dosen, dan sivitas akademika pada program studi yang telah memberikan arahan ilmiah, fasilitas, serta suasana akademik yang kondusif. Penghargaan khusus disampaikan kepada para pembimbing dan penguji atas bimbingan, kritik, dan saran yang sangat berharga bagi pematangan rancangan, pelaksanaan, serta penulisan penelitian ini. Apresiasi diberikan kepada tim @pandawaragroup atas karya dan konsistensi mereka dalam mengedukasi publik tentang kepedulian lingkungan melalui konten yang dapat diakses secara terbuka; materi tersebut menjadi sumber data utama yang memperkaya analisis isi dalam studi ini. Terima kasih juga kepada rekan-rekan sejawat yang membantu penelusuran literatur, diskusi metodologis, serta validasi awal kategori tematik. Segala kekurangan, kekeliruan, dan keterbatasan analisis sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis. Semoga penelitian ini bermanfaat bagi pengembangan kajian komunikasi lingkungan, praktik kampanye iklim berbasis media sosial, serta gerak kolaboratif menuju keberlanjutan.

6. Daftar Pustaka

- Aji, S. P., & Kartono, D. T. (2022). Kebermanfaatan adanya *Sustainable Development Goals (SDGs)*. *Jurnal Social Research*, 1(6), 507–512.
- Chodijah, S., & Ratnasari, J. (2020). Kerusakan lingkungan menurut sains dan Ahmad Mustafa Al-Maraghi (Studi tafsir al-Maraghi pada Surat Al-Rum ayat 41, Al-Mulk ayat 3-4 dan Al-Araf ayat 56). *Al-Tadabbur: Jurnal Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir*, 5(1), 121–136.
- Corell, E., & Betsill, M. M. (2017). A comparative look at NGO influence in international environmental negotiations: Desertification and climate change. In *International Environmental Governance* (pp. 475–496). Routledge.

- Harahap, R. H., & Tarigan, D. M. B. R. (2024). Gerakan sosial pelestarian lingkungan hidup perspektif struktural fungsional (Kontribusi Benua Lestari Indonesia di Kota Tangerang). *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 5(2), 201–210.
- Hartati, M., & Hariyono, E. (2020). Efektivitas pembelajaran fisika terintegrasi dengan aksi iklim pada prinsip SDGs (Sustainable Development Goals) dalam meningkatkan karakter peduli lingkungan. *IPF Inovasi Pendidikan Fisika*, 9(3), 349–355.
- Hungerford, H. R., & Volk, T. L. (1990). Changing learner behavior through environmental education. *Journal of Environmental Education*, 21(3), 8–21.
- Karim, U. N., Lubis, E., & Dewi, A. (2022). Hubungan pengelolaan sampah rumah tangga terhadap status kesehatan penyakit menular: The relationship between household waste management and status infectious disease health. *NERS Jurnal Keperawatan*, 18(1), 26–36.
- Nugroho, A. (2017). Komunitas muda urban mengelola sampah: Kajian partisipatoris gerakan peduli sampah nasional di Kota Yogyakarta. *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, 4(1), 106–119.
- Pezzullo, P. C., & Cox, R. (2025). *Environmental communication and the public sphere*. Sage Publications.
- Robert, K. W., Parris, T. M., & Leiserowitz, A. A. (2005). What is sustainable development? Goals, indicators, values, and practice. *Environmental Science & Policy for Sustainable Development*, 47(3), 8–21.
- Shabrina, A., Nuraini, K., & Naufal, A. (2023). Strategi kampanye kebersihan lingkungan oleh Pandawara Group melalui media TikTok. In *Prosiding Seminar Nasional Ilmu-Ilmu Sosial (SNIIS)* (pp. 1544–1556).
- Sinaga, S. C., & Mailin, M. (2023). Pengaruh aplikasi TikTok terhadap perubahan gaya hidup dan pola pikir masyarakat di Silau Bayu Kecamatan Gunung Maligas. *Al Qalam Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan*, 17(5), 3426–3435.
- Sulasih, L. I., Fasa, M. I., & Suharto, S. (2022). Analisis kesadaran industri fashion dalam upaya meningkatkan Sustainable Development Goals (SDGs) melalui produksi dan konsumsi sustainable fashion menurut perspektif ekonomi Islam. *Youth Islam Economic Journal*, 3(2), 1–18.
- Syaribulan, S., & Akhir, M. (2015). Gerakan sosial masyarakat peduli lingkungan. *Equilibrium: Jurnal Pendidikan*, 3(2).
- Tampubolon, B. I., Sehabudin, U., Hadiano, A., & Wijaya, H. (2023). Pengelolaan sampah rumah tangga berkelanjutan bernilai ekonomi berbasis gender equality and social inclusion di Kota Sukabumi. *Agrokreatif Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 9(3), 297–303.
- Yudawisastra, H. G. (n.d.). *Buku Pengembangan Sustainable Development Goals (SDGs)*. Widina.
- Yuniantari, N. K. H. S. (2022). Hubungan tingkat pengetahuan dan pekerjaan kepala keluarga dengan tingkat partisipasi dalam pelaksanaan program bank sampah. *Poltekkes Kemenkes Denpasar Jurusan Sanitasi Lingkungan*.