

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Fenomena kerusakan lingkungan di Indonesia telah mencapai titik kritis, terutama terkait masalah pengelolaan sampah. Berdasarkan data terbaru dari Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional (SIPSN) Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) pada tahun 2023, dari total 31,9 juta ton sampah yang tercatat dari 290 kabupaten/kota, sebanyak 11,3 juta ton atau 35,67% di antaranya tidak terkelola dengan baik. Angka ini, yang belum mencakup seluruh wilayah Indonesia, mengindikasikan bahwa volume sampah tak terkelola secara nasional kemungkinan jauh lebih besar. Data dari tahun sebelumnya, 2022, juga menunjukkan skala masalah yang masif, dengan timbulan sampah nasional mencapai 68,7 juta ton per tahun. Kondisi darurat ini tidak hanya menyebabkan pencemaran sungai dan deforestasi, tetapi juga memperparah dampak perubahan iklim, seperti peningkatan frekuensi bencana alam berupa banjir dan kekeringan.

Di tengah krisis ini, media sosial muncul sebagai arena yang kuat untuk mobilisasi publik. Platform digital, khususnya yang berorientasi visual seperti TikTok, telah mentransformasi cara masyarakat terlibat dengan isu sosial. Menurut Bennett dan Segerberg (2012), media digital memfasilitasi model "aksi konektif" (*connective action*), di mana individu dapat berpartisipasi dalam gerakan sosial melalui penyebaran konten dan narasi yang dipersonalisasi, tanpa harus terikat pada organisasi formal. Kekuatan TikTok terletak pada algoritma "For You Page" (FYP) yang sangat demokratis, yang memungkinkan konten menjadi viral berdasarkan tingkat keterlibatan (*engagement*) alih-alih popularitas akun. Hal ini memberikan kesempatan bagi kelompok non-elit untuk mendapatkan visibilitas masif. Ditambah dengan dominasi pengguna dari kalangan Generasi Z, sebuah demografi yang tidak hanya melek digital tetapi juga menunjukkan kepedulian sosial yang tinggi. TikTok menjadi wadah yang sangat efektif untuk kampanye isu lingkungan.

Berbagai komunitas dan aktivis lingkungan bermunculan di platform ini, salah satunya adalah akun @pandawaragroup. Kemunculan Pandawara Group

merupakan respons langsung terhadap dampak nyata dari krisis pengelolaan sampah. Terdiri dari lima pemuda asal Kopo, Bandung Selatan, kelompok ini terbentuk pada tahun 2022 karena keresahan personal dan kolektif terhadap banjir yang secara rutin melanda lingkungan tempat tinggal mereka, yang diidentifikasi disebabkan oleh penumpukan sampah yang menyumbat aliran sungai. Pengalaman nyata sebagai korban kegagalan sistem ini memberikan wacana mereka sebuah modal autentisitas yang kuat.

Melalui konten-kontennya, akun seperti @pandawaragroup dapat menarik perhatian publik terhadap isu-isu lingkungan yang mendesak. Terbukti Pandawara Group telah mendapatkan berbagai penghargaan atas kontribusinya dalam gerakan lingkungan. Pada tahun 2022, mereka dianugerahi gelar TikTok Local Heroes Year on TikTok 2022, sebuah penghargaan yang mengakui dampak positif mereka dalam komunitas melalui platform digital (Yayasan Bina Bhakti Lingkungan, 2023). Selanjutnya dalam ajang penghargaan tahunan yang digelar oleh TikTok, TikTok Awards Indonesia 2023, Pandawara meraih tiga penghargaan sekaligus. Kategori pertama adalah "Rising Stars of The Year", mereka mendapatkan kategori ini lewat konten-konten yang dikemas secara cemerlang dan kreatif. Pandawara Group juga meraih piala di kategori 'Change Maker of The Year' dan grand prize dalam kategori 'Creators of The Year' yang menjadi nominasi yang paling ditunggu di TikTok Awards. Kemudian, Pandawara Group kembali berhasil mencetak prestasi yang membanggakan, yaitu berhasil dinobatkan sebagai EcoStar of the Year Indonesia Green Awards 2024. Dengan penuh kebanggaan, Pandawara Group memamerkan trofi yang mereka terima dari Indonesia Green Awards (IGA) melalui akun Instagram resmi mereka (Cahyani, R. A, 2024).

Kategori Mereka tidak hanya menyebarkan informasi, tetapi juga mengajak masyarakat untuk turut serta dalam aksi nyata, seperti gerakan bersih-bersih sungai, penanaman pohon, dan pengurangan penggunaan plastik sekali pakai. Unggahan @pandawaragroup tentang pembersihan Sungai Citarum yang berjumlah tiga video yang telah diunggah pada bulan Juni 2024 berhasil menarik perhatian lebih dari total 80 juta penonton, 6 juta likes, dan 42 ribu shares hingga penelitian ini dibuat, dengan visual yang kuat dan narasi yang inspiratif, strategi ini menunjukkan

bagaimana penceritaan digital dapat membangkitkan emosi dan mendorong keterlibatan. Fenomena ini sejalan dengan pernyataan Green dan Brock (2000) yang menyatakan bahwa audiens yang "terhanyut" dalam sebuah cerita cenderung lebih mudah menerima pesan dan mengubah sikap mereka.

Meskipun konten lingkungan di TikTok seperti yang dihasilkan oleh @pandawaragroup secara signifikan meningkatkan kesadaran publik, terdapat celah antara narasi yang disampaikan dalam konten dan realitas kompleks permasalahan lingkungan. Hal ini menimbulkan pertanyaan: apakah konten yang menggambarkan aksi lokal mampu mengubah persepsi publik terhadap masalah lingkungan yang bersifat sistemik? Untuk menjawabnya, diperlukan sebuah analisis yang tidak hanya melihat apa yang ditampilkan di permukaan. Di sinilah Analisis Wacana Kritis (AWK) menjadi relevan. Berbeda dengan analisis konten yang mungkin hanya mengukur frekuensi tema atau analisis wacana biasa yang berfokus pada struktur bahasa, AWK memungkinkan peneliti untuk membongkar bagaimana bahasa digunakan sebagai alat kekuasaan, untuk membentuk ideologi, dan untuk menantang atau melanggengkan status quo. Dengan AWK, kita dapat mengidentifikasi bagaimana teks konten Pandawara secara strategis memilih isu tertentu, membangun relasi kuasa dengan audiens dan pemerintah, serta bagaimana narasi tersebut membatasi atau memperluas pemahaman publik tentang solusi lingkungan yang lebih holistik.

Penelitian ini memilih fokus pada konten pembersihan Sungai Citarum karena beberapa alasan kritis. Pertama, Sungai Citarum dikenal sebagai sungai terparah di Indonesia. Berdasarkan data Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional (SIPSN) milik Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK, 2023), timbulan sampah di Sungai Citarum mencapai 3,4 juta ton sepanjang 2023. Artinya, ada sekitar 9.397 ton sampah yang dibuang di Sungai Citarum setiap harinya. Sehingga menjadi simbolisasi permasalahan lingkungan yang mendesak. Kedua, meskipun aksi pembersihan pantai di Lampung juga sangat viral dan menarik perhatian nasional, Sungai Citarum memiliki signifikansi yang lebih mendalam bagi narasi Pandawara. Citarum adalah simbol dari krisis lingkungan kronis di Indonesia dan secara langsung terkait dengan latar belakang terbentuknya

kelompok ini yang berasal dari pengalaman pribadi menghadapi banjir di Bandung. Dengan demikian, Citarum merepresentasikan akar perjuangan mereka dan menjadi simbol permasalahan lingkungan yang lebih sistemik dan mendesak. Ketiga, unggahan @pandawaragroup tentang Citarum viral hingga mencapai 80 juta penonton dan 6 juta likes, menunjukkan keterkaitan antara viralnya konten dengan peningkatan visibilitas akun. Keempat, konten ini tidak hanya memperkenalkan Pandawara Group sebagai aktivis lingkungan tetapi juga mengindikasikan dampak sosial dan strategi komunikasi. Dengan memilih kasus ini, penelitian dapat menganalisis bagaimana narasi dan visual mampu membangun empati dan memotivasi partisipasi publik.

Penelitian ini perlu dilakukan untuk bergerak melampaui sekadar pengakuan atas popularitas Pandawara Group. Hingga kini, belum ada analisis mendalam yang membongkar mekanisme kekuasaan dan makna yang bekerja di dalam wacana mereka. Dengan menggunakan pendekatan analisis wacana kritis, penelitian ini bertujuan mengungkap bagaimana konstruksi teks, praktik diskursif, dan konteks sosiokultural secara simultan bekerja untuk tidak hanya meningkatkan kesadaran, tetapi juga membentuk identitas kolektif dan mendorong perubahan sosial. Penelitian ini bertujuan mengungkap pola-pola tersebut untuk memberikan rekomendasi strategis bagi aktivis lingkungan lain dalam menggunakan media sosial, mengisi kekosongan penelitian yang ada dengan menawarkan analisis studi kasus yang spesifik. Penelitian ini nantinya akan menganalisis konten khususnya konten mengenai pembersihan Sungai Citarum yang disajikan oleh akun TikTok @pandawaragroup menggunakan pendekatan analisis wacana kritis Norman Fairclough. Analisis wacana kritis merupakan metode yang bertujuan untuk mengintegrasikan dan menjelaskan keterkaitan antara teks faktual seperti penciptaan, menulis, berbicara, dan mendengar serta praktik wacana lainnya, dengan mempertimbangkan konteks sosial yang melingkupi teks dan praktik wacana (Darma, 2009).

Metode ini memungkinkan peneliti untuk memahami bagaimana konten tersebut memengaruhi pembentukan opini publik melalui tiga dimensi utama yaitu, (1) teks, analisis terhadap struktur bahasa, dan pesan yang disampaikan dalam

konten; (2) discourse practice, yaitu proses produksi, distribusi, dan konsumsi wacana; dan (3) sosial cultural practice, yaitu hubungan antara wacana dengan konteks sosial, budaya, dan relasi kekuasaan yang lebih luas. Meskipun analisis akan dimulai dari teks, penelitian ini akan mengintegrasikan ketiga dimensi tersebut untuk mendapatkan pemahaman yang holistik.

Dalam analisis Norman Fairclough, upaya pembentukan wacana dilakukan untuk memperkaya analisis sosial budaya dengan memadukan tradisi dan konteks analisis teks. Namun, proses ini sering terkesan eksklusif dan kurang melibatkan partisipasi masyarakat luas. Untuk memahami ini diperlukan analisis yang mendalam, yakni dengan memisahkan pembahasan tentang pembentukan bahasa dari konteks hubungan dan lingkungan sosialnya. Model Fairclough mengintegrasikan analisis wacana dengan berfokus pada perubahan sosial yang mencakup aspek kebahasaan, pemahaman, dan kemasyarakatan (Darma, 2009).

Keberhasilan kampanye yang dilakukan oleh Pandawara Group tidak dapat dilepaskan dari cara kerja media sosial modern, di mana platform seperti TikTok mengandalkan kekuatan narasi untuk membangun koneksi emosional sekaligus menyederhanakan isu-isu kompleks. Temuan O'Neill dan Smith (2014) memperkuat hal ini dengan menyatakan bahwa komunikasi lingkungan yang efektif di era digital sangat bergantung pada narasi yang kuat untuk membangkitkan keterlibatan emosional dan memobilisasi dukungan publik. Sejalan dengan itu, Aminulloh, Qorib, dan Hakim (2024) menemukan bahwa keberhasilan kampanye lingkungan Pandawara Group di TikTok sangat dipengaruhi oleh keaslian narasi dan pilihan diksi emosional yang mampu menarik perhatian generasi muda. Namun, kedua penelitian tersebut belum secara mendalam membahas bagaimana elemen-elemen linguistik seperti struktur narasi, pilihan diksi, dan penggunaan metafora secara spesifik dikonstruksi untuk membentuk sebuah kampanye yang viral. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar studi sebelumnya masih berfokus pada pemanfaatan platform secara umum dan belum mengulas secara rinci mekanisme kerja naratif dalam konteks kasus viral seperti @pandawaragroup. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah tersebut dengan menganalisis konten pembersihan Sungai Citarum guna

mengungkap bagaimana @pandawaragroup mengonstruksi wacana melalui strategi naratif dan linguistik yang efektif dalam membangun kesadaran serta memobilisasi dukungan publik terhadap isu lingkungan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu : “Bagaimana analisis wacana kritis pada konten pembersihan Sungai Citarum di akun TikTok @pandawaragroup”.

1.3 Tujuan Penelitian

Dalam latar belakang dan rumusan masalah yang telah dijelaskan, maka tujuan dari penelitian ini adalah mengkaji bagaimana analisis wacana kritis pada konten pembersihan Sungai Citarum pada akun TikTok @pandawaragroup.

1.4 Batasan Masalah

Pembatasan masalah bertujuan untuk menjaga fokus penelitian agar tidak menyimpang atau melebar dari inti permasalahan, sehingga penelitian menjadi lebih terarah dan pembahasannya lebih sistematis, memungkinkan tercapainya tujuan penelitian. Batasan masalah pada penelitian yakni penelitian berfokus pada unggahan konten di bulan Juni 2024 yang menyajikan unggahan tentang Sungai Citarum, dimana selama periode Juni 2024, akun TikTok @pandawaragroup mengunggah sebanyak tiga konten terkait aksi pembersihan sungai, khususnya Sungai Citarum. Analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis wacana kritis Norman Fairclough yang mengintegrasikan tiga dimensi: teks, praktik wacana, dan praktik sosial budaya untuk mendapatkan pemahaman yang komprehensif.

1.5 Manfaat Penelitian

A. Manfaat Teoritis:

1. Kontribusi pada Ilmu Komunikasi dan Penyiaran:

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi kontribusi pada bidang ilmu komunikasi secara umum dan penyiaran secara khusus. Penelitian ini dapat

membuka wawasan baru, mengembangkan teori-teori yang ada, atau menguji dan memvalidasi teori-teori yang sudah ada.

2. Referensi untuk Penelitian Selanjutnya:

Hasil penelitian ini berfungsi sebagai rujukan bagi studi-studi mendatang yang berfokus pada komunikasi dan dakwah. Temuan serta metodologi yang digunakan dapat dijadikan landasan untuk pengembangan penelitian lebih lanjut yang lebih mendalam dan luas dalam topik serupa.

B. Manfaat Praktis:

1. Pengetahuan bagi Masyarakat Umum:

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan yang berguna bagi masyarakat umum, terutama bagi mereka yang ingin mempelajari lebih lanjut tentang bidang komunikasi dan penyiaran. Hasil penelitian ini dapat disajikan secara jelas dan mudah dipahami sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang konsep-konsep dan praktik dalam komunikasi dan dakwah.

2. Peningkatan Pemahaman Beragama:

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman beragama dan menjelaskan praktek keagamaan dengan bahasa yang mudah dipahami. Hal ini dapat membantu masyarakat untuk memahami lebih baik nilai-nilai agama, mengaplikasikan ajaran agama dalam kehidupan sehari-hari, dan memperkuat hubungan dengan Tuhan dan sesama manusia. Dengan demikian, hasil penelitian ini dapat mendorong perubahan positif dalam kehidupan sehari-hari, moralitas, dan hubungan sosial.

1.6 Sistematika Bab

Bab I: Pendahuluan

Pada bab ini, dijelaskan latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, serta manfaat penelitian yang memberikan gambaran awal terkait dengan penelitian ini.

Bab II: Tinjauan Pustaka dan Landasan Teori

Pada bab ini akan membahas teori dan segala aspek yang relevan dengan penelitian ini, termasuk teori analisis wacana kritis, prinsip, serta indikator-

indikator analisis yang digunakan untuk menganalisis konten Pandawara mengenai pembersihan Sungai Citarum pada akun TikTok @pandawaragroup. Selain itu, akan dibahas juga penelitian terdahulu yang berkaitan dengan media sosial dan opini publik.

Bab III: Metodologi Penelitian

Pada bab ini menjelaskan paradigma dan pendekatan penelitian yang digunakan, yakni pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode Analisis Wacana Kritis (AWK) dari Norman Fairclough. Tiga dimensi utama AWK dimensi teks, praktik wacana, dan praktik sosiokultural yang digunakan untuk membedah konten video. Penjabaran juga mencakup objek penelitian, teknik pengumpulan data melalui dokumentasi dan observasi, serta teknik analisis data dan upaya menjaga keabsahan data.

Bab IV: Hasil dan Pembahasan

Pada bab ini menyajikan hasil analisis terhadap tiga video pilihan dari akun TikTok @pandawaragroup yang berfokus pada pembersihan Sungai Citarum. Analisis dilakukan berdasarkan tiga dimensi Fairclough: dimensi teks (yang mencakup diksi, metafora, dan struktur narasi), dimensi praktik wacana (meliputi proses produksi, distribusi, dan konsumsi), serta dimensi praktik sosiokultural (yang mencakup konteks ideologis, hegemoni, hingga nilai budaya dan politik). Pembahasan dilakukan secara tematik pada empat subbab yang masing-masing membahas strategi wacana berbeda yang digunakan Pandawara Group dalam membentuk makna dan memobilisasi publik.

Bab V: Kesimpulan dan Saran

Pada Bab ini menyimpulkan temuan utama dari penelitian, yaitu bagaimana strategi linguistik dan naratif digunakan untuk membentuk wacana lingkungan yang kuat dan membangun solidaritas publik. Penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi ruang produksi wacana yang efektif dalam menginspirasi partisipasi dan perubahan sosial. Bab ini juga memberikan saran bagi penelitian selanjutnya serta rekomendasi bagi aktivis dan kreator konten dalam menyampaikan isu lingkungan secara strategis dan berdampak melalui media digital.