

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa konten yang diproduksi oleh akun TikTok @pandaragroup, khususnya yang berfokus pada aksi pembersihan Sungai Citarum, mengandung strategi komunikasi yang kuat dalam mengonstruksi representasi isu lingkungan di ruang publik digital. Dengan menggunakan pendekatan Analisis Wacana Kritis (AWK) model Norman Fairclough, penelitian ini menganalisis tiga video pilihan melalui tiga dimensi utama: teks, praktik wacana, dan praktik sosial budaya.

Pada dimensi teks, ditemukan bahwa Pandawara secara konsisten menggunakan bahasa yang penuh makna dan sarat emosi. Penggunaan diksi emosional seperti “Bandung Lautan Sampah”, metafora religius seperti “ampuni kami wahai Tuhan penata semesta,” serta seruan kolektif seperti “pejuang lingkungan harus jadi mayoritas,” menunjukkan adanya upaya membangun keterlibatan emosional dan kesadaran moral audiens. Struktur narasi yang terbangun mengarahkan penonton dari pengenalan masalah menuju ajakan untuk bertindak, memperlihatkan pola komunikasi yang persuasif dan transformatif.

Pada dimensi praktik wacana, strategi produksi konten Pandawara menunjukkan kesadaran tinggi terhadap karakteristik media sosial, khususnya TikTok, sebagai platform berbasis visual dan algoritma. Konten disusun dengan pendekatan naratif yang padat dan emosional agar mudah dikonsumsi dan dibagikan. Konsumsi wacana oleh audiens tidak bersifat pasif, melainkan partisipatif, di mana penonton merasa menjadi bagian dari komunitas yang diajak berbicara secara langsung. Relasi ini diperkuat dengan penggunaan kata ganti kolektif seperti “kami” dan “kalian,” serta ajakan eksplisit yang membangun hubungan parasosial yang erat antara Pandawara dan publik.

Pada dimensi praktik sosial budaya, wacana yang dibangun Pandawara tidak berdiri sendiri, melainkan berada dalam konteks ideologis dan kultural masyarakat Indonesia. Mereka secara implisit menantang wacana

pembangunanisme yang kerap mengabaikan isu ekologi, serta menawarkan narasi alternatif yang memusatkan pada tanggung jawab moral kolektif. Pandawara memposisikan diri sebagai agen perubahan sosial yang berani dan inspiratif, memperkuat identitas pemuda sebagai subjek aktif dalam aktivisme lingkungan. Wacana ini juga memanfaatkan nilai-nilai budaya lokal seperti gotong royong dan keimanan untuk memperluas resonansi pesan mereka.

Dengan demikian, melalui analisis tiga dimensi AWK, penelitian ini mengungkap bahwa konten Pandawara tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai alat pembentukan opini publik, penguat kesadaran kolektif, dan penggerak tindakan sosial. Media sosial, dalam hal ini TikTok, terbukti menjadi ruang produksi wacana yang strategis dalam mendorong perubahan sosial dan mengangkat kembali kepedulian masyarakat terhadap isu lingkungan secara kritis dan partisipatif.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, saran yang dapat diberikan adalah:

1. Bagi Aktivis Lingkungan dan Konten Kreator:

Disarankan untuk mengoptimalkan media sosial seperti TikTok dengan narasi yang kuat, visualisasi dramatis, dan pendekatan kolektif guna memperluas dampak kampanye lingkungan. Penggunaan bahasa yang membangkitkan emosi terbukti efektif untuk membangun kesadaran dan mendorong partisipasi publik.

2. Bagi Pemerintah dan Lembaga Terkait:

Perlu ada kolaborasi strategis dengan komunitas-komunitas digital seperti Group, mengingat kekuatan media sosial dalam menyebarkan isu-isu lingkungan secara cepat dan masif.

5.3 Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini telah mengkaji konten TikTok @pandaragroup dengan menggunakan ketiga dimensi dalam model Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough, yakni dimensi teks, praktik wacana, dan praktik sosial budaya. Temuan penelitian ini menunjukkan bagaimana strategi linguistik dan naratif digunakan

secara efektif untuk membentuk opini publik dan memobilisasi partisipasi dalam isu lingkungan. Namun, ruang eksplorasi terhadap topik ini masih sangat terbuka untuk penelitian lanjutan.

Penelitian selanjutnya dapat memperdalam fokus pada dimensi praktik wacana dengan menelusuri secara lebih rinci proses produksi konten misalnya dengan melakukan wawancara terhadap pembuat konten atau tim kreatif Pandawara Group guna memahami motif, strategi editorial, dan dinamika internal dalam membentuk narasi lingkungan. Selain itu, penelitian lanjutan juga dapat memperluas cakupan dimensi konsumsi wacana dengan mengkaji tanggapan audiens melalui analisis komentar, pola interaksi digital, hingga dampak konten terhadap perubahan perilaku atau partisipasi nyata dalam gerakan lingkungan.

Dari sisi praktik sosial budaya, penelitian lanjutan dapat melihat bagaimana wacana yang dibentuk Pandawara berinteraksi dengan ideologi dominan, nilai budaya lokal, atau bahkan kepentingan politik tertentu, serta sejauh mana wacana tersebut berhasil membentuk kesadaran ekologis yang berkelanjutan di masyarakat. Dengan pendekatan yang lebih partisipatif dan multidisipliner, penelitian mendatang diharapkan mampu memperkaya pemahaman mengenai peran media sosial, khususnya TikTok, dalam mengonstruksi perubahan sosial dan membangun kesadaran lingkungan secara lebih transformatif.