

VOLUME 9 (Nomor 2) Desember 2023

JURNAL ILMU KOMUNIKASI CITRA

[http: www.jurnalcitra.id/index.php](http://www.jurnalcitra.id/index.php)

DOI: <https://doi.org/>

p-ISSN 1411-9439

e-ISSN 2745-6420

STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF PANDAWARA GROUP DALAM MEMBANGUN SIKAP PEDULI LINGKUNGAN PADA MASYARAKAT MELALUI APLIKASI INSTAGRAM @PANDAWARAGROUP

Putut Ainur Rochman¹⁾, Mung Pujanarko^{2*)}
Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Jayabaya

*) korespondensi : mungpujanarko@gmail.com

(Naskah Diterima 19 November 2023 * Revisi 23 November 2023 * Ditayangkan 2 Desember 2023)

ABSTRACT

The research objective is to determine the persuasive communication strategy of PandawaraGroup's content and video reels in building an environmentally caring attitude in society via Instagram @pandawaragroup. The theory used is inoculation theory, an approach to persuasion which aims to make people resistant to persuasive arguments made by other people. The research method used in this research is the case study method, a qualitative research that seeks to find meaning, investigate processes and obtain in-depth understanding and insight from individuals or groups. Data collection techniques used were documentation and literature study. The research results in this study contained 7 Pandawaragroup Instagram video shows which contained persuasive messages, and also invited the public, especially loyal followers of the Pandawaragroup Instagram, to protect the surrounding environment. The conclusion was found to be several meanings of persuasive messages in the broadcasts and captions of Pandawaragroup Instagram video reels to encourage people to care about the environment.

ABSTRAK

Tujuan Penelitian untuk mengetahui strategi komunikasi persuasif konten dan video reels PandawaraGroup dalam membangun sikap peduli lingkungan pada masyarakat melalui Instagram @pandawaragroup. Teori yang digunakan adalah teori inokulasi salah satu pendekatan dalam persuasi yang bertujuan agar orang-orang resisten terhadap argumen persuasif dilakukan oleh orang lain. Metode Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi

kasus, suatu penelitian kualitatif yang berusaha menemukan makna, menyelidiki proses dan memperoleh pengertian dan pemahaman yang mendalam dari individu atau kelompok. Teknik pengumpulan data yang digunakan dokumentasi dan studi kepustakaan. Hasil Penelitian dalam penelitian ini terdapat 7 tayangan video instagram pandawaragroup yang terdapat makna pesan-pesan persuasive, dan juga mengajak masyarakat khususnya juga pengikut setia instagram pandawaragroup untuk menjaga lingkungan sekitar. Kesimpulan ditemukan beberapa makna pesan persuasive pada tayangan maupun caption video reels instagram pandawaragroup untuk mengajak masyarakat peduli lingkungan.

Keywords: Persuasive Communication, Instagram Reels, Environmental Care

PENDAHULUAN

Alasan mengapa peneliti memilih Pandawara Group khususnya pada strategi komunikasi persuasif dalam membangun sikap peduli lingkungan di masyarakat pada aplikasi Instagram, dimana kita tahu bahwa lingkungan tempat kita tinggal masih banyak yang belum terawasi dan terjaga kebersihannya, oleh karena itu terbentuklah kesadaran diri sendiri untuk turun langsung sebagai masyarakat kita membersihkan dan menjaga lingkungan sekitar kita tinggal agar bersih dan juga terbebas dari ancaman bencana yang diakibatkan oleh sampah dan juga kotoran akibat ditimbulkan oleh kita sendiri sebagai pelaku utama pencemaran lingkungan saat ini.

Komunikasi Persuasif adalah komunikasi yang bertujuan mengubah atau memengaruhi kepercayaan, sikap, dan perilaku seseorang sehingga bertindak sesuai dengan yang diharapkan oleh komunikator. Manusia dan komunikasi merupakan satu kesatuan. Komunikasi melekat pada manusia yang hidup dalam lingkungannya. Lingkungan yang bersih dan sehat adalah suatu lingkungan yang terbebas dari berbagai kotoran, diantaranya debu, sampah dan bau, juga terbebas dari virus, bakteri dan berbagai vektor penyakit serta bebas dari bahan kimia berbahaya.

Akan tetapi masalah kebersihan dan kesehatan lingkungan sudah menjadi suatu permasalahan yang kompleks di masyarakat. Penduduk yang tinggal di daerah pemukiman padat tak sedikit menemukan kasus penyakit yang menular yang disebabkan oleh lingkungan sekitar mereka yang tidak bersih dan sehat diakibatkan oleh Virus dan kuman yang berasal dari sampah. Faktor yang sangat penting untuk permasalahan lingkungan tak lain juga diakibatkan oleh besarnya populasi penduduk. Pertumbuhan penduduk yang cepat, kebutuhan pangan, bahan bakar, tempat pemukiman dan lain kebutuhan serta limbah domestik tak luput juga dari permasalahan lingkungan di

masyarakat. Pertumbuhan penduduk ini mengakibatkan perubahan besar dalam lingkungan hidup, terutama negara berkembang yang tingkat perekonomian dan teknologi masih rendah.

Kerusakan hutan, pencemaran air, dan juga disertai kepunahan tumbuhan dan hewan, erosi tanah, serta sanitasi yang buruk. Persoalan lingkungan hidup adalah masalah perilaku manusia juga. Hal ini berarti akar masalah lingkungan hidup yang kita hadapi adalah perilaku manusia dalam memperlakukan alam (Freeman, 2013).

Sikap peduli terhadap lingkungan dalam kehidupan sehari-hari artikan sebagai suatu reaksi seseorang terhadap lingkungan yang ada disekitarnya dengan tidak merusak dan mencemarkan lingkungan alam. Maka dari itu dengan sikap peduli terhadap lingkungan akan menciptakan lingkungan yang bersih dan asri yang merupakan kebutuhan hidup dan tidak dapat diabaikan. Karena hal seperti ini menyangkut hubungan antara kesehatan manusia dengan lingkungan yang ada disekitarnya.

Masyarakat sebagai peran utama dalam menjaga dan juga mengelola lingkungan hidup sangat terkait dengan hak atas lingkungan hidup. Hak atas lingkungan hidup yang baik dan sehat telah dilindungi dalam konstitusi undang-undang Negara Republik Indonesia tahun 1945. Setelah amandemen, ketentuannya dirumuskan dalam pasal 28H ayat (1) yang menegaskan *“Setiap orang berhak hidup sejahtera lahir dan batin, bertempat tinggal dan mendapatkan lingkungan hidup yang baik dan sehat serta berhak memperoleh pelayanan kesehatan”*

Peran Media

Media berperan penting untuk mendukung terciptanya kebersihan dan kesehatan lingkungan dimana mereka singgahi agar terlihat sehat dan bersih dari segala macam sampah dan virus. Media baru aplikasi Instagram tidak hanya menampilkan informasi yang bersifat menghibur saja melainkan juga dapat membuat para pengguna dan yang mengakses nya bisa mendapatkan

tayangan yang bersifat positif seperti contohnya peneliti ini yang terinspirasi dari sekumpulan anak muda yang membersihkan lingkungan sekitar lalu dibuat video dan juga suara beserta deskripsi dari tujuan mereka membuat dan melakukan hal tersebut untuk menyadarkan masyarakat bahwa pentingnya menjaga lingkungan sekitar kita tinggal agar terbebas dari sampah dan juga kotoran yang dapat mengakibatkan virus bisa mengancam keberlangsungan hidup masyarakat.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus. Merupakan strategi penelitian di mana didalamnya penulis menyelidik secara cermat suatu program, peristiwa, aktivitas, proses, atau sekelompok individu. Kasus-kasus dibatasi oleh waktu dan aktivitas, dan penulis mengumpulkan informasi secara lengkap dengan menggunakan berbagai prosedur pengumpulan data berdasarkan waktu yang telah ditentukan. (John W. Creswell, 2009 : 20). Penelitian studi kasus adalah suatu penelitian kualitatif yang berusaha menemukan makna, menyelidiki proses, dan memperoleh pengertian dan pemahaman yang mendalam dari individu, kelompok, atau situasi. (Emzir, 2010:175-176).

Pada penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif. Secara sederhana nya penelitian kualitatif dapat diartikan sebagai penelitian yang sifatnya menggunakan penafsiran (interpretif) yang menggunakan banyak metode ketika menelaah permasalahan dalam penelitiannya. (Mulyana, 2013:5). Dengan demikian penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif agar peneliti dapat mengartikan maksud dari strategi komunikasi persuasif Pandawara Group membangun sikap peduli lingkungan pada masyarakat lewat aplikasi Instagram.

PEMBAHASAN

Penelitian ini berisi tentang bagaimana Strategi Komunikasi Persuasif Pandawara Group Dalam Membangun Sikap Peduli Lingkungan Pada Masyarakat melalui Aplikasi Instagram @pandawaragroup dari berbagai cara seperti menonton tayangan Pandawara Group terlebih dahulu, dan juga mengidentifikasi akun media sosial Instagram Pandawara Group untuk mencari makna komunikasi persuasi Pandawara Group. Pengumpulan data pada penelitian ini

menggunakan metode dokumentasi yaitu berupa tayangan Video, dan juga screnshoot beberapa potongan video, serta pengumpulan data lain yaitu dengan melakukan studi kepustakaan seperti buku-buku dan jurnal yang berkaitan dengan penelitian ini.

Metode yang dipakai pada penelitian ini yaitu studi kasus, dengan menggunakan jenis penelitian kualitatif. Dengan mencari makna persuasif dari sebuah tayangan Video yang ada di Media sosial, peneliti dapat mengetahui makna persuasif dari strategi komunikasi yang digunakan dalam penyampaian pesan persuasif oleh konten kreator media sosial untuk bertujuan mengajak masyarakat yang menonton tayangan video tersebut, dan ikut serta apa yang dilakukan konten kreator video tersebut dalam melakukan hal yang positif pada kehidupan nyata ataupun dunia maya sekaligus.

Setelah menyaksikan beberapa video dari konten kreator Pandawara Group, peneliti memutuskan untuk mengidentifikasi bagaimana strategi komunikasi persuasif Pandawara Group untuk bertujuan membangun sikap peduli lingkungan masyarakat lewat aplikasi media sosial, atau media baru untuk menyampaikan pesan persuasif nya. Dan adapun beberapa contoh video, caption, maupun komentar pada akun Instagram Pandawara Group yang dipilih oleh peneliti untuk mencari pesan-pesan persuasif pada akun media sosial Pandawara Group.

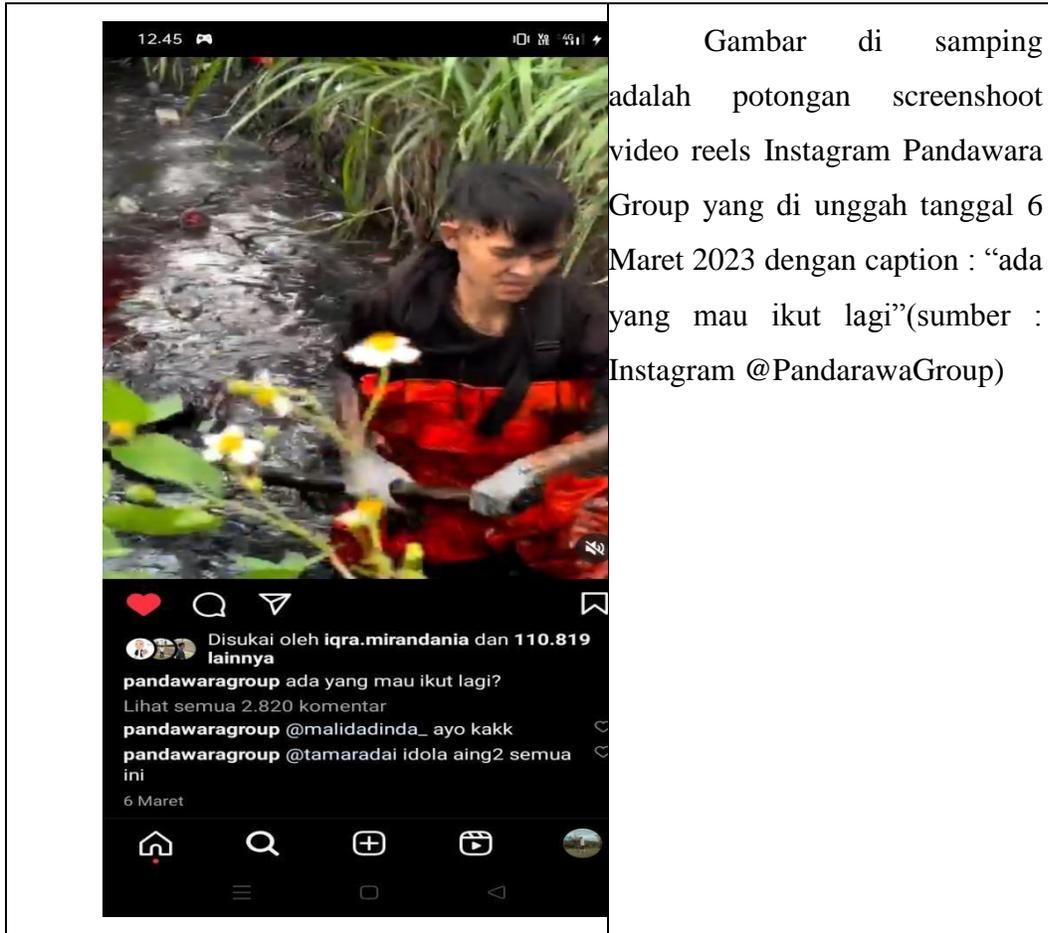
Deskripsi Tayangan Video Pandawara Group.

Pada potongan tayangan video pertama , peneliti memilih salah satu video postingan Pandawara Group yang mereka unggah pada bulan maret sesuai penelitian ini dibuat.. Berikut peneliti membuat beberapa tabel deskripsi potongan screnshoot video Pandawara Group dari periode yang ber-urut bulan Maret hingga Agustus

Tabel 1

| No | Visual | Deksripsi |
|----|--------|-----------|
|----|--------|-----------|

| | | |
|--|--|--|
| |  A screenshot of an Instagram Reel showing a group of people in waders and gloves cleaning up a polluted stream. The water is murky and filled with plastic waste. The background shows lush green vegetation. The video player interface is visible, including the time 12:35, a heart icon, a comment icon, a share icon, and a bookmark icon. Below the video, it says 'Disukai oleh mraflypasya dan 169.647 lainnya' and 'pandarawagroup bangun masa depan dengan modal kesadaran..'. There is also a hashtag '#GakDinginTetepSeger' and 'Lihat semua 1.224 komentar' with the date '2 Maret'. | <p>Gambar di samping adalah potongan screenshoot video reels Instagram Pandawara Group yang di unggah pada tanggal 2 Maret 2023 . dengan</p> <p>Caption : “bangun masa depan dengan modal kesadaran”</p> <p>(sumber : Instagram @PandarawaGroup)</p> |
|--|--|--|



7



Gambar di samping adalah potongan screenshot video reels Instagram Pandawara Group yang di unggah tanggal 13 Juli 2023 dengan Caption : “pandawaragroup melihat dari hasil kejadian kemarin kita di lampung, itu masih banyak pihak-pihak yang saling memprovokasi atau menyalahkan satu sama lain, itu sangat bertolak belakang dengan niat kita membuat kegiatan seperti itu, jadi di mohon untuk kedewasaan nya demia INDONESIA TERCINTA, stop untuk saling menyalahkan dan memprovokasi satu sama lain, jadi kan lah kegiatan ini kegiatan yang bisa mempersatukan PEMERINTAH DAN MASYARAKAT, ajang untuk berkolaborasi semua pihak, dan ajang untuk bersilaturahmi semua pihak pula..jika memang sudah masuk ranah lingkungan/Alam, kami rasa semua manusia siapapun dia, Agama apapun dia, suku manapun dia, Tetap harus tanggung jawab terhadap masalah itu, Mari kita Intropeksi sama-sama, dan ketahuilah ALAM INI TELAH MEMBERIKAN KITA SUMBER KEHIDUPAN, setidaknya kalo tidak mampu untuk merawat jangan pernah mencoba berani untuk merusak ataupun mengadu domba antara alam dan manusia itu sendiri..
Sekian terima kasih.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan peneliti dalam bagaimana Strategi Komunikasi Persuasif Pandawara Group Dalam Membangun Sikap Peduli Lingkungan pada Masyarakat melalui aplikasi Instagram @pandawaragroup, maka di temukan beberapa makna pesan Persuasif pada tayangan maupun Caption video reels Instagram PandawaraGroup yang telah dibahas pada bagain sebelumnya. Pesan persuasif pada Pandawara pada intinya yaitu mengajak Masyarakat untuk bersama-sama membangun kesadaran terhadap lingkungan alam disekitar tempat kita tinggal, dengan menggunakan media sosial atau (media baru) PandawaraGroup berhasil memanfaatkan peran media sosial yang umumnya digunakan untuk media hiburan saja tetapi juga dapat mengedukasi masyarakat pengguna Instagram dan berhasil dalam mengumpulkan masyarakat dalam aksi bersih-bersih lingkungan dari sampah lewat postingan PandawaraGroup yang bermakna Persuasif ajakan..

Peneliti menganggap bahwa Strategi Komunikasi Persuasif PandawaraGroup dalam Membangun Sikap Peduli Lingkungan pada Masyarakat di Instagram berhasil membuat masyarakat yang ada di Indonesia untuk melakukan hal yang serupa dari 5 (lima) pemuda asal Kota Bandung ini, untuk mengikuti maupun melakukan kegiatan bersih-bersih lingkungan dari sampah di kota mereka masing-masing. Contoh keberhasilan PandawaraGroup dalam menginspirasi masyarakat akhirnya pada lahirnya konten kreator serupa PandawaraGroup dalam membersihkan lingkungan sungai di sekitar kota Medan, Sumatera Utara.

Dengan nama akun “BUMANTARATEM” sekumpulan pemuda juga berhasil membuat media sosial terutama Instagram pun juga menampilkan Respond baik bagi pengguna Instagram karena aksi mereka. Postingan pertama yang mereka unggah pada tanggal 6 Maret 2023 ini juga dilengkapi Caption “saatnya medan yang beraksi”. konten kreator yang peduli menjaga lingkungan alam agar tidak tercemar sampah ini pun memberikan Hastag yang terletak setelah caption utama mereka yaitu “#pandawara” yang artinya Bumantarateam tercipta karena Inspirasi mereka yaitu PandawaraGroup.

DAFTAR PUSTAKA

- Alo Liliweri, 2015, *Dasar-dasar Komunikasi Antarbudaya*. Yogyakarta : Pustaka.
- Creswell, John W, 2009, *Research Design Pendekatan Kualitatif Kuantitatif*.
Malang : Maliki Press.
- Dasrun Hidayat, 2022, *Teori Komunikasi*, Bandung :
Simbiosis Rekatama Media.
- Dr. H Zainal, Muhibudin, 2015, *Manajemen Public relation panduan efektif
pengelolaan
hubungan masyarakat*, Bandung : CV Pustaka Setia.
- Ezi Hendri, 2019, *Komunikasi Persuasif Pendekatan dan Strategi*. Bandung :
PT Remaja Rosdakarya Emzir, 2010, *Metodologi Penelitian Kualitatif-
Kuantitatif*. Malang : UIN-Maliki Press.