

**PEMANFAATAN APLIKASI TIKTOK SEBAGAI MEDIA KAMPANYE
SAMPAH PADA AKUN @PANDAWARAGROUP DALAM
MENINGKATKAN KESADARAN MASYARAKAT**

SKRIPSI

**SEBAGAI SALAH SATU SYARAT UNTUK MEMPEROLEH GELAR
SARJANA ILMU KOMUNIKASI (S.I.KOM)**



Disusun Oleh:

Nisa Faradilah

NPM: 2070201171

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH TANGERANG**

2024

LEMBAR PERSETUJUAN


Judul Skripsi : **PEMANFAATAN APLIKASI TIKTOK SEBAGAI
MEDIA KAMPANYE SAMPAH PADA AKUN
@PANDAWARAGROUP DALA MENINGKATKAN
KESADARAN MASYARAKAT**


Diajukan Oleh : Nisa Faradilah
NIM : 2070201171
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Skripsi Disetujui
Tangerang, 01 Agustus 2024
Mengetahui,

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi

Dosen Pembimbing


Dr. Mirza Shahreza, M.I.K
NIDN: 0429077605


Dr. Mirza Shahreza, M.I.K
NIDN: 0429077605

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**PEMANFAATAN APLIKASI TIKTOK SEBAGAI MEDIA KAMPANYE
SAMPAH PADA AKUN @PANDAWARAGROUP DALAM
MENINGKATKAN KESADARAN MASYARAKAT**

Oleh:

Nisa Faradilah

NPM: 2070201171

Program Studi: Ilmu Komunikasi
Telah diujikan di depan Tim Penguji
Pada Tanggal 7 Agustus 2024

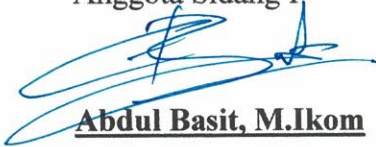
Ketua Sidang



Dr. Mirza Shahreza, M.I.K

NIDN: 0429077605

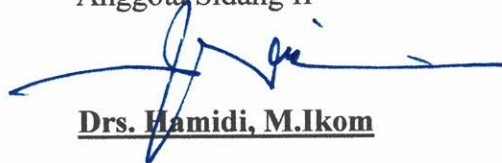
Anggota Sidang I,



Abdul Basit, M.Ikom

NIDN: 0401128101

Anggota Sidang II

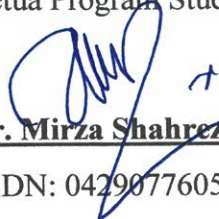


Drs. Hamidi, M.Ikom

NIDN:0405106606

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Dr. Mirza Shahreza, M.I.K

NIDN: 0429077605

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Part of growing up and moving into new chapters of your life is about catch or release. What I mean by that is, knowing what things to keep and what things to release. - Taylor Swift

All I do is try, try, try, I'm still trying everything

Mirrorball – Taylor Swift

“Maka, sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan.”

(Q.S. Al-Insyirah (94) ayat 5-6).

Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua Orang Tua penulis
2. Bapak Dr. Mirza Shahreza, M.I.K selaku dosen pembimbing
3. Kepada teman-teman penulis

SURAT PENYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nisa Faradilah (P)
NIM : 2070201171
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Tempat/Tanggal Lahir : Tangerang, 07 Juli 2003
Alamat : Kp. Kroncong, Desa Sukawali, Kec.Pakuhaji, Kab.
Tangerang, Banten

Dengan ini menyatakan bahwa:

A. Tugas akhir dalam bentuk Skripsi yang berjudul:

PEMANFAATAN APLIKASI TIKTOK SEBAGAI MEDIA KAMPANYE
SAMPAH PADA AKUN @PANDAWARA GROUP DALAM
MENINGKATKAN KESADARAN MASYARAKAT

Adalah benar disusun/dibuat oleh saya sendiri, dan jika kemudian hari diketahui berdasarkan bukti-bukti yang kuat ternyata Skripsi tersebut dibuatkan orang lain atau diketahui bahwa Skripsi tersebut merupakan plagiat/mencontek/menjiplak hasil karya ilmiah orang lain, dengan ini saya siap menerima pembatalan/pencabutan Gelar Akademik dan siap mengulang kembali penyusunan Skripsi dari awal.

B. Bahwa seluruh dokumen (fotokopi ijazah, fotokopi transkrip nilai) dan lain-lain sebagainya sebagai persyaratan siding adalah Asli milik saya pribadi dan dapat saya pertanggungjawabkan keasliannya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 01 Agustus 2024
Pembuat Pernyataan



(Nisa Faradilah)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT, yang sudah melimpahkan Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan penelitian yang berjudul PEMANFAATAN APLIKASI TIKTOK SEBAGAI MEDIA KAMPANYE SAMPAH PADA AKUN @PANDAWARAGROUP DALAM MENINGKATKAN KESADARAN MASYARAKAT ini secara tepat pada waktunya. Skripsi ini ditulis dalam rangka memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Tangerang.

Dalam penyelesaian studi dan penulisan skripsi, penulis banyak memperoleh bantu baik pengajaran, bimbingan dan arahan dari berbagai pihak baik secara langsung dan tidak langsung. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang terkait yaitu:

1. Kedua Orang Tua yang selalu memberikan doa dan dukungan selama proses pengerjaan skripsi ini.
2. Dr. H. Ahmad Amarullah M.Pd selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Tangerang.
3. Dr. H. Achmad Kosasih, MM selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Tangerang.
4. Nurhakim, S.Sos M.Si selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Tangerang.
5. Fitria Santi, S. Ag, M.I.Kom selaku Wakil Dekan II Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Tangerang.
6. Dr. Mirza Shahreza, M.I.K, selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik juga selaku dosen pembimbingan yang baik dalam memberikan bimbingan dan arahan serta semangat selama proses penulisan.
7. Fitri Susiswani Isbandi, M.I.Kom selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi

8. Terima kasih kepada adik laki-laki satu-satunya yang penulis miliki karena sudah menghibur dan menjadi teman cerita penulis pada saat penulisan skripsi ini. Meskipun terpaut usia yang jauh, terima kasih sudah mengerti dan mendengarkan keluh kesah penulis.
9. Terima kasih kepada salah satu teman penulis selama perkuliahan yaitu Federika Gestia Fariris yang telah menemani penulis sampai akhir perkuliahan, membantu, mendukung, menyemangati dan menjadi teman diskusi.
10. Terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan mendoakan baik secara langsung ataupun tidak langsung yang tidak bisa di sampaikan satu persatu.

Peneliti menyadari bahwa selama proses penyusunan dan penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, besar harapan penulis mendapatkan beberapa masukan yang dapat membangun dan memperbaiki skripsi ini. Peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan dapat menjadi acuan penelitian terdahulu untuk penelitian selanjutnya. Sekali lagi peneliti ucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang sudah terlibat, semoga Allah SWT memberikan keberkahan dan rahmat untuk kita semua.

Tangerang, 01 Agustus 2024

Penulis
(Nisa Faradilah)

ABSTRAK

Indonesia menjadi salah satu negara dengan tingginya produksi sampah dan terus mengalami peningkatan yang dapat disebabkan oleh berbagai faktor. Kurangnya kesadaran masyarakat dalam menjaga lingkungan sehingga masih banyak masyarakat yang membuang sampahnya sembarangan. Hal ini akan memberikan dampak yang dapat mengancam lingkungan. Sebagai upaya untuk menanggulangi permasalahan sampah di Indonesia, Pandawara Group melakukan kampanye mengenai sampah dengan menggunakan media sosial TikTok. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tema-tema pesan yang ada pada akun Pandawara Group dan menganalisa Pemanfaatan Aplikasi TikTok Sebagai Media Kampanye Sampah Pada Akun @pandawaragroup Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat. Metode penelitian yang digunakan yaitu analisis konten kualitatif dengan jenis studi kasus. Sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu data primer mencakup observasi online dan data primer mencakup dokumentasi. Penelitian ini menggunakan teori sosial media manajemen menurut Friedrichsen and Wolfgang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pandawara Group memiliki keberagaman pesan yang disampaikan melalui unggahan konten di TikToksnya. Pemanfaatan TikTok yang dilakukan oleh Pandawara melalui analisis empat tahapan sosial media manajemen memberikan dampak positif bagi audiensnya dengan adanya peningkatan pengetahuan audiens, adanya pemahaman terkait permasalahan sampah sehingga menimbulkan perubahan sikap dengan mengambil tindakan menjaga kebersihan salah satunya tidak membuang sampah. Hal ini ditunjutkan melalui pengukuran dan umpan balik yang didapatkan.

Kata Kunci: TikTok, Kampanye, Kesadaran Masyarakat.

ABSTRACT

Indonesia is one of the countries with high waste production and continues to increase which can be caused by various factors. Lack of public awareness in protecting the environment so that many people still throw their waste carelessly. This will have an impact that can threaten the environment. As an effort to overcome the waste problem in Indonesia, Pandawara Group conducted a campaign about waste using TikTok social media. This study aims to determine the themes of messages on the Pandawara Group account and analyze the Utilization of the TikTok Application as a Waste Campaign Media on the @pandawaragroup Account in Increasing Public Awareness. The research method used is qualitative content analysis with a case study type. While the data collection technique used in this study is primary data including online observation and primary data including documentation. This study uses the theory of social media management according to Friedrichsen and Wolfgang. The results of the study show that Pandawara Group has a variety of messages conveyed through content uploads on its TikTok. The use of TikTok by Pandawara through the analysis of four stages of social media management has a positive impact on its audience with an increase in audience knowledge, an understanding of waste problems, resulting in a change in attitude by taking action to maintain cleanliness, one of which is not littering. This is demonstrated through the measurements and feedback obtained.

Keywords: TikTok, Campaign, Public Awareness.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
SURAT PENYATAAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Fokus Penelitian	6
1.4. Tujuan Penelitian	6
1.5. Manfaat Penelitian	6
1.5.1. Manfaat Individu	6
1.5.2. Manfaat Praktisi	7
1.5.3. Manfaat Akademik	7
1.6. Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1. Landasan Al-Qur`an	8
2.2. Penelitian Terdahulu.....	9
2.3. Landasan Teori.....	12
2.3.1. Komunikasi	12
2.3.2. New Media.....	13
2.3.3. Media Sosial	14
2.3.4. Kampanye	16
2.3.5. Kampanye Media Sosial (<i>Social Media Campaigns</i>).....	17
2.3.6. TikTok.....	18
2.3.7. Kesadaran Masyarakat.....	18
2.3.8. Teori Sosial Media Manajemen.....	19

2.4. Kerangka Pemikiran.....	21
BAB III METODELOGI PENELITIAN.....	28
3.1. Deskripsi Subjek/Objek, Tempat dan Waktu Penelitian.....	28
3.1.1. Subjek Penelitian	28
3.1.2. Objek Penelitian	28
3.1.3. Tempat dan Waktu Penelitian	28
3.2. Metode Penelitian.....	28
3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.3.1. Data Primer.....	30
3.3.2. Data Sekunder	30
3.4. Teknik Analisis Data	31
3.5. Teknik Keabsahan Data.....	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	34
4.1. Profile Pandawara Group	34
4.2. Hasil Penyajian Analisis Konten.....	35
4.3. Pemanfaatan Aplikasi TikTok Sebagai Media Kampanye Sampah Pada Akun @Pandawaragroup Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat... 43	
4.3.1. Define The Value Proposition	44
4.3.2. Segmentasi, <i>Targeting and Positioning</i>	46
4.3.3. Operation and Delivery Process.....	54
4.3.4. Measurement and Feedback.....	59
4.4. Pembahasan	65
4.1.1. Pemanfaataa Aplikasi TikTok Sebagai Media Kampanye Sampah Pada Akun @Pandawaragroup Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	72
5.1. Kesimpulan	72
5.2. Saran	73
5.2.1. Saran Praktisi	73
5.2.2. Saran Akademisi.....	74
DAFTAR PUSTAKA.....	75
LAMPIRAN.....	80

DAFTAR GAMBAR

- Gambar I.1** Peningkatan Pengguna TikTok Global Pada 2023
- Gambar I.2** Akun TikTok Pandawara Group
- Gambar I.3** Konten Pandawara Group
- Gambar II.1** Kerangka Pemikiran
- Gambar IV.1** Akun TikTok @Pandawaragroup
- Gambar IV.2** Hasil Koding Tema Pesan
- Gambar IV.3** Konten Tema Pesan Inspiratif Aksi Lingkungan
- Gambar IV.4** Konten Tema Pesan Inspiratif Penghargaan TikTok
- Gambar IV.5** Konten Tema Pesan Informatif Sampah Kiriman
- Gambar IV.6** Konten Tema Pesan Keterlibatan Masyarakat
- Gambar IV.7** Konten Tema Pesan Edukasi
- Gambar IV.8** Konten Tema Pesan Hiburan
- Gambar IV.9** Konten Pesan Yang Lebih Unggul
- Gambar IV.10** Konten Dengan Pesan Informatif
- Gambar IV.11** Keterlibatan Masyarakat
- Gambar IV.12** Keterlibatan Masyarakat
- Gambar IV.13** Tema Pesan Inspiratif
- Gambar IV.14** Tema Pesan Informatif
- Gambar IV.15** Tema Pesan Keterlibatan Masyarakat
- Gambar IV.16** Tema Pesan Edukasi
- Gambar IV.17** Tema Pesan Hiburan
- Gambar IV.18** Persuasif Dalam Konten Pandawara
- Gambar IV.19** Contoh *Caption* Pada Postingan Pandawara
- Gambar IV.20** Akun Media Sosial Pandawara Group
- Gambar IV.21** Penggunaan Fitur Musik di TikTok Oleh Pandawara
- Gambar IV.22** Penggunaan Fitur Tagar di TikTok Pandawara
- Gambar IV.24** Penggunaan Fitur Stitch di TikTok Pandawara

Gambar IV.25 Frekuensi Unggahan Konten Pandawara 2023

Gambar IV.26 Frekuensi Waktu Unggahan Konten Pandawara 2023

Gambar IV.27 Keterlibatan Audiens

Gambar IV.28 Jumlah Engagement Konten Pandawara

Gambar IV.29 Tema Pesan Yang Paling Banyak di Respon Audiens

Gambar IV.30 Umpan Balik Positif Yang di Dapatkan Pandawara Group

Gambar IV.31 Interaksi Pandawara Dengan Audiens

Gambar IV.32 Umpan Balik Terkait Kesadaran Masyarakat

DAFTAR TABEL

Tabel II.1 Penelitian Terdahulu