

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Eksistensi gerakan social di Indonesia tidak pernah hilang, baik gerakan yang terbentuk dari kalangan menengah hingga kalangan masyarakat bawah. Gerakan sosial lahir sebagai reaksi terhadap suatu kondisi yang tidak diinginkan, dengan kata lain gerakan sosial merupakan reaksi spontan maupun terorganisir masyarakat sebagai usaha bersama untuk menuntut pembaruan atas situasi atau kondisi sosial politik yang di pandang tidak menguntungkan. Anthony Giddens mendefinisikan gerakan sosial sebagai sekelompok orang yang terlibat dalam mencari suatu penyelesaian atau sebagai suatu usaha untuk menghambat perubahan sosial (Fakhrurrazi et al., 2020).

Seiring dengan perubahan kondisi masyarakat yang membuat gerakan sosial mengalami perubahan dari gerakan sosial lama menjadi gerakan sosial baru. Jika dalam gerakan sosial lama orientasi idealis kapitalis maupun anti kapitalis menjadi fokus utama lahirnya suatu gerakan (Manulu, 2016), maka saat ini gerakan sosial baru lahir dengan orientasi yang lebih beragam. Gerakan sosial baru hadir pada akhir tahun 1960 atau awal 1970 yang di mana orientasi gerakan sosial baru bersifat universal yang di kemas oleh beragam aksi dengan tujuan membela esensi dan melindungi kondisi kehidupan yang lebih baik (Prasisko, 2016), gerakan sosial baru dipandang sebagai sebuah pantulan cermin dari kondisi masyarakat yang plural. Gerakan sosial baru lebih memiliki orientasi fokus pada aspek humanis, kultural, dan non-material yang mana gerakan-gerakan pada *new social movement* ini meliki tujuan untuk mengubah kondisi kehidupan manusia ke arah yang lebih baik (Alfian Hidayat, 2017).

Gerakan lingkungan merupan gerakan sosial dan politik dengan tujuan pelestarian, restorasi, dan peningkatan kualitas lingkungan hidup melalui perubahan gaya hidup, perombakan kebijakan Negara akan

kebijakan terkait lingkungan, pendidikan hingga advokasi (Rochwulaningsih, 2017). Gerakan lingkungan hadir sebagai bentuk reaksi masyarakat akan krisis lingkungan termasuk aktivis dan akademis. Salah satu contohnya adalah Vandana Shiva yang merupakan aktivis lingkungan dunia yang memposisikan air sebagai salah satu fokus kajian persoalan lingkungan, ia mengungkapkan bahwa air merupakan awal kehidupan pada bukunya yang berjudul *Staying Alive* (Hariyati & Tjahjono, 2022). Macionis (Sukmana, 2016) mengungkapkan definisi gerakan sosial sebagai suatu kegiatan perilaku kolektif dalam usaha untuk memperbaiki kehidupan yang dalam hal ini berkaitan dengan pemeliharaan lingkungan dan menarik isu pencemaran ke ranah publik. Dalam perkembangannya, gerakan lingkungan lambat laun berubah menjadi gerakan ideologi.

Menurut Emil Salim dalam buku lingkungan dan pembangunan (1980) lingkungan hidup diartikan sebagai segala benda, kondisi keadaan dan pengaruh yang terdapat dalam ruang yang di tempati dan mempengaruhi hal yang hidup termasuk kehidupan manusia. Emil Salim berpendapat bahwa permasalahan lingkungan dilatarbelakangi oleh dua faktor, yang pertama yakni peningkatan populasi manusia (Munthe, 2018). Faktor kedua adalah pesatnya pertumbuhan teknologi yang memberi andil yang besar akan rusaknya lingkungan alam saat ini (Syahputra & S, 2021).

TikTok menjadi sebuah platform yang sedang tren saat ini dengan pengguna terbanyak Berdasarkan laporan *We Are Social*, pengguna TikTok di dunia diperkirakan mencapai 1,08 miliar pada Juli 2023. Mayoritas penggunanya adalah masyarakat berusia 18-24 tahun. Pengguna TikTok paling banyak berasal dari Amerika Serikat, jumlah pengguna TikTok di Indonesia menjadi yang terbesar kedua di dunia pada Juli 2023. Posisinya hanya berada di bawah Amerika Serikat. TikTok sendiri mempunyai pengertian aplikasi yang memberikan *special effect* unik dan menarik yang dapat digunakan oleh penggunanya dengan mudah sehingga dapat membuat video pendek dengan hasil yang keren serta dapat dipamerkan kepada teman-teman atau pengguna lainnya.

Aplikasi sosial video pendek ini memiliki dukungan musik yang banyak sehingga penggunaannya dapat melakukan performanya dengan tarian, gaya bebas, dan masih banyak lagi sehingga mendorong kreativitas penggunaannya menjadi *content creator*. Dari banyaknya video yang di unggah di tiktok banyak yang bersiat positif maupun negatif ada beberapa konten-konten yang membangun meningkatkan motivasi dan partisipasi salah satunya akun tiktok @pandawaragroup yang membuat sebuah konten positif yang dapat memotivasi anak muda untuk terus menjaga lingkungan dan kebersihan.

Banyaknya sampah-sampah yang merusak lingkungan baik di laut, sungai atau danau yang kini tercemar oleh banyaknya masyarakat yang membuang sampah sembarangan, sekelompok pemuda asal Bandung dalam wagranet sakun tiktok yang bernama @pandawaragroup menuai beberapa pro kontra dari beberapa pihak, didalam video yang berisikan konten dengan memasang tiang yang menggambarkan tentang pantai terkotor nomer 4 di Indonesia mengajak dan menggerakna semua elemen masyarakat untuk berpartisipasi dalam mengurangi sampah yang ada dikampung Cibutun Desa Sanggarwayang Kecamatan Simpenan Kabupaten Sukabumi Jawa barat.

Dari banyaknya konten video yang di unggah pada akun tiktok @pandawaragroup hanya video pantai terkotor nomer 4 yang ada di Indonesia lah yang banyak di lihat warganet dengan 89.5M kali ditonton, 4.9M likes, 31.1K Coment, 195.3K disimpan dan 46.3K di bagikan. Video ini menjadi video yang banyak di suport warganet yang memberika dukungan pada pandawaragroup untuk membersihkan Pantai Loji Desa Sanggarwayang Kecamatan Simpenan Kabupaten Sukabumi Jawa barat yang menjadi pantai terkotor nomer 4 sesuai temuan pandawaragroup. Perbandingan dengan pantai temuan pandawara ke 1,2, dan 3 tidak banyak menuai pro dan kontra dengan warga setempat ataupun aparat setempat yang mereka kunjungi di terima baik oleh warga setempat dan aparat setempat.

Jika di jelaskan secara rinci dari berapa kali ditonton, likes, dan coment konten video yang di unggah padawaragroup pantai terkotor no 4 lah yang paling banyak statistik nya di dibandingkan dengan ke 3 pantai sebelumnya karena 3 pantai

sebelumnya langsung mendapatkan perijinan dari warga setempat dan aparat setempat dan tidak banyak menuai pro dan kontra seperti yang di alami di pantai nomer 4 yang berlokasi di pantai Loji desa sanggrawayang ini menjadi dari tarik tersendiri bagi warganet yang menontonnya menjadi motivasi pandawaragroup untuk terus memberihkan pantai tersebut dengan berikan klarifikasi bahwa mereka tidak mengklaim pantai loji menjadi pantai ke 4 terkotor di indonesia namun pantai loji adalah pantai ke 4 terburuk mereka yang ada di indonesia.

Selain itu juga dalam konten tiktok @pandawaragroup memberikan kontribusi besar untuk menyadarkan dan menginformasikan yang sifatnya jelas dalam memberikan kritik dan menggugahkan kesadaran masyarakat untuk ikut bergabung dalam menjaga lingkungan serta mengajak masyarakat untuk membersihkan pantai tersebut. Unggahan pada akun pandawaragroup di banjiri komentar warganet yang berisi ajakan untuk bergabung dalam kegiatan bersih bersih pantai selama 2 hari pada tanggal 6 dan 7 oktober 2023 untuk bergabung membersihkan pantai tersebut. Namun aksi yang di lakukan pandawaragroup awalnya membuat warga setempat baik karang taruna, ormas dan kepada desa simpanan memprotes pembuatan konten video tersebut karena tidak adanya komunikasi terlebih dahulu apalagi statement disana, pihak setempat pun keberatan dengan adanya pemasangan kertas yang bertuliskan 'selamat datang di pantai terkotor no 4 di indonesia' yang terlihat dalam konten video tersebut bahwa pandawaragroup bukan sebuah penobatan untuk pantai yang ada di indonesia melainkan urutan pantai yang mereka kunjungi. Setelah klarifikasi yang di lakukan oleh pandawaragroup bahwasannya apa yang mereka lakukan hanya untuk membersihkan atau mengurangi sampah yang ada di pantai tersebut dan menjelaskan bahwa mereka telah datang dan mendapatkan ijin serta telah berkoordinasi dengan aparat desa setempat dan DLH kabupaten sukabumi untuk menjelaskan perihal terkait pembersihan yang akan mereka lakukan.

Tindakan yang di lakukan pandawara group menuai pro dan kontra dari masyarakat setempat, dan followers tiktok banyak yang menyudutkan beberapa pihak bahwa yang di lakukan pandawaragroup salah dan ada yang mengatakan bahwa yang pandawara lakukan itu sudah benar. Pandwaragroup juga menjelaskan

bahwa pantai loji adalah pantai temuan ke-4 mereka yang kondisi pantai yang benar darurat dan harus di tangani lebih lanjut, serta mereka menjelaskan bahwa mereka tidak pernah menyudutkan atau menyalahkan pihak manapun dan apa yang mereka lakukan hanyalah untuk menyadarkan dan menggugahkan kesadaran seluruh masyarakat indonesia untuk ikut berpartisipasi dalam membersihkan pantai tersebut agar lebih terawat dan bersih.

Metode penelitian pendekatan ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu suatu metode yang menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan. Dengan demikian tidak terlalu mementingkan kedalaman data atau analisis. Penelitian ini tidak mementingkan aspek eluasan data sehingga data atau hasil riset dianggap merupakan representasi dari seluruh populasi (kriyantono,2014,55). Untuk mengatasi permasalahan ini peneitian ini menerapkan Teori *Uses and Gratification*(U&G),sebuah kerangka kerja yang di gunakan untuk menjelaskan motivasi dalam penggunaan media.

Hal ini didasarkan pada lima asumsi prinsip, bahwa pengguna media diarahkan pada tujuan, bahwa khalayak memainkan peran aktif dalam media yang mereka konsumsi, bahwa media bersaing dengan sumber lain untuk memenuhi kebutuhan, bahwa khalayak menyadari motivasi mereka dalam menggunakan media, bahwa hanya khalayak yang dapat mengevaluasi nilai konten media dan kepuasan yang diperoleh dari penggunaan media.

1.2 Rumusan Masalah dan Identifikasi Masalah

1.2.1 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang di kemukakan di atas, maka identifikasi masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Sikap Komentator Pada Akun Tiktok @Pandawaragroup (Studi Kuantitatif Pengaruh Penggunaan Media Sosial Pada Akun Tiktok @Pandawaragroup “Pantai Terkotor Nomer 4 Di Indonesia” terhadap perubahan sikap komentator pada akun tiktok @pandawaragroup?)

1.2.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang di kemukakan di atas, maka identifikasi masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Seberapa besar pengaruh konteks terpaaan media sosial terhadap kognitif pengguna aplikasi tiktok pada akun @pandawaragroup
2. Seberapa besar pengaruh konteks terpaaan media sosial terhadap afektif pengguna aplikasi tiktok pada akun @pandawaragroup
3. Seberapa besar pengaruh konteks terpaaan media sosial terhadap konatif pengguna aplikasi tiktok pada akun @pandawaragroup
4. Seberapa besar pengaruh communication terpaaan media sosial terhadap kognitif pengguna aplikasi tiktok pada akun @pandawaragroup
5. Seberapa besar pengaruh communication terpaaan media sosial terhadap afektif pengguna aplikasi tiktok pada akun @pandawaragroup
6. Seberapa besar pengaruh communication terpaaan media sosial terhadap konatif pengguna aplikasi tiktok pada akun @pandawaragroup
7. Seberapa besar pengaruh collaboration terpaan media sosial terhadap kognitif pengguna aplikasi tiktok pada akun @pandawaragroup
8. Seberapa besar pengaruh collaboration terpaan media sosial terhadap afektif pengguna aplikasi tiktok pada akun @pandawaragroup

9. Seberapa besar pengaruh collaboration terpaan media sosial terhadap konatif pengguna aplikasi tiktok pada akun @pandawaragroup
10. Seberapa besar pengaruh connection terpaan media sosial terhadap kognitif pengguna aplikasi tiktok pada akun @pandawaragroup
11. Seberapa besar pengaruh connection terpaan media sosial terhadap afektif pengguna aplikasi tiktok pada akun @pandawaragroup
12. Seberapa besar pengaruh connection terpaan media sosial terhadap konatif pengguna aplikasi tiktok pada akun @pandawaragroup

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah pertanyaan penelitian di atas. Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengidentifikasi seberapa kuat pengaruh konteks terpaan media sosial terhadap kognitif pengguna aplikasi tiktok pada akun @pandawaragroup
2. Untuk mengidentifikasi seberapa kuat pengaruh konteks terpaan media sosial terhadap afektif pengguna aplikasi tiktok pada akun @pandawaragroup
3. Untuk mengidentifikasi seberapa kuat pengaruh konteks terpaan media sosial terhadap konatif pengguna aplikasi tiktok pada akun @pandawaragroup
4. Untuk mengidentifikasi seberapa kuat pengaruh communication terpaan media sosial terhadap kognitif pengguna aplikasi tiktok pada akun @pandawaragroup
5. Untuk mengidentifikasi seberapa kuat pengaruh communication terpaan media sosial terhadap afektif pengguna aplikasi tiktok pada akun @pandawaragroup
6. Untuk mengidentifikasi seberapa kuat pengaruh communication terpaan media sosial terhadap konatif pengguna aplikasi tiktok pada akun @pandawaragroup

7. Untuk mengidentifikasi seberapa kuat pengaruh collaboration terpaan media sosial terhadap kognitif pengguna aplikasi tiktok pada akun @pandawaragroup
8. Untuk mengidentifikasi seberapa kuat pengaruh collaboration terpaan media sosial terhadap afektif pengguna aplikasi tiktok pada akun @pandawaragroup
9. Untuk mengidentifikasi seberapa kuat pengaruh collaboration terpaan media sosial terhadap konatif pengguna aplikasi tiktok pada akun @pandawaragroup
10. Untuk mengidentifikasi seberapa kuat pengaruh connection terpaan media sosial terhadap kognitif pengguna aplikasi tiktok pada akun @pandawaragroup
11. Untuk mengidentifikasi seberapa kuat pengaruh connection terpaan media sosial terhadap afektif pengguna aplikasi tiktok pada akun @pandawaragroup
12. Untuk mengidentifikasi seberapa kuat pengaruh connection terpaan media sosial terhadap konatif pengguna aplikasi tiktok pada akun @pandawaragroup

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi serta manfaat bagi beberapa pihak-pihak terkait. Adapun manfaat dari penelitian ini baik secara teoritis maupun secara praktis ialah sebagai berikut :

1.4.1. Manfaat Teoritis

Setelah dilaksanakan penelitian dan mendapatkan hasilnya, diharapkan melalui penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam kajian ilmu komunikasi sebagai disiplin ilmu pengetahuan dengan fokus pada bidang kajian media sosial

1.4.2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara praktis bagi beberapa kalangan, yaitu :

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan, pengetahuan dan pengalaman guna memperoleh gambaran secara nyata mengenai Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Perubahan Sikap Followers Pada Akun Tiktok @Pandwara Group

2. Bagi Akademis

Penelitian ini di harapkan dapat memberikan tambahan referensi penelitian khususnya dalam hal komunikasi digital dan memeberikan referensi serta pertimbangan bagi peneliti yang berkeinginan untuk melakukan penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan komunikasi digital dengan penelitian yang berbasis kuantitatif.

3. Bagi Komentator Akun Tiktok Pandawara Group

Penelitian ini dapat dijadikan referensi serta kontribusi bagi divisi media sosial untuk di jadikan bahan evaluasi dan peningkatan dalam penyebaran informasi denagn media sosial tiktok. Penelitian ini didasarkan pada Teori *Uses and Gratification* yang memberikan wawasan tentang memotivasi dan kebutuhan mempengaruhi pengguna untuk berpartisipasi dalam menggunakan media sosial Tiktok.