

**ANALISIS KOMENTAR MASYARAKAT TERHADAP KONTEN
PANDAWARA GROUP TERKAIT ISU LINGKUNGAN PADA AKUN
MEDIA SOSIAL X**

AULIA ASHARY

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis komentar masyarakat terhadap konten yang dipublikasikan oleh Pandawara Group di akun media sosial X (@Pandawara01), khususnya yang berkaitan dengan isu lingkungan. Metode yang digunakan adalah analisis konten kualitatif dengan pendekatan Klaus Krippendorff, serta didukung oleh Teori Resepsi Stuart Hall. Fokus penelitian berada pada komentar-komentar masyarakat yang muncul dalam empat konten video pendek Pandawara Group yang diunggah antara Mei 2023 hingga Juli 2024. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas komentar masyarakat berada pada posisi *dominant-hegemonic reading*, yang berarti masyarakat menerima dan menyetujui sepenuhnya pesan lingkungan yang disampaikan oleh Pandawara Group. Komentar yang bersifat mendukung, memotivasi, hingga mengajak kolaborasi menunjukkan bahwa konten Pandawara Group berhasil membentuk kesadaran lingkungan publik dan memengaruhi cara berpikir masyarakat terhadap pentingnya aksi nyata menjaga kebersihan. Penelitian ini diharapkan menjadi rujukan bagi kajian media digital, komunikasi lingkungan, dan aktivisme sosial berbasis komunitas.

Kata kunci: Pandawara Group, komentar masyarakat, analisis konten, media sosial X, isu lingkungan, teori resepsi.

**ANALYSIS OF PUBLIC COMMENTS ON PANDAWARA GROUP
CONTENT REGARDING ENVIRONMENTAL ISSUES ON SOCIAL MEDIA
ACCOUNT X**

AULIA ASHARY

ABSTRACT

This study aims to analyze public comments on content published by the Pandawara Group on the X social media account (@Pandawara01), particularly related to environmental issues. The method used is qualitative content analysis based on Klaus Krippendorff's approach, supported by Stuart Hall's Reception Theory. The focus of the study is on community comments found in four short video contents uploaded by Pandawara Group between May 2023 and July 2024. The results show that the majority of the comments reflect a dominant-hegemonic reading position, indicating that the audience fully accepts and agrees with the environmental messages conveyed by Pandawara Group. Supportive, motivational, and collaborative comments demonstrate that Pandawara's content has successfully raised public environmental awareness and influenced people's perceptions of the importance of real action in keeping the environment clean. This research is expected to contribute to the study of digital media, environmental communication, and community-based social activism.

Keywords: *Pandawara Group, public comments, content analysis, social media X, environmental issues, reception theory.*