

ABSTRAK

PENGARUH PESAN KAMPANYE #ONEDAYONETRASHBAG TERHADAP KESADARAN GENERASI MUDA MENJAGA LINGKUNGAN

(Survei Pada Pengikut TikTok @pandawaragroup)

Novia Adristi Zhafira

Sampah di Indonesia telah menjadi persoalan lingkungan yang semakin mendesak, dengan volume yang terus bertambah setiap tahun. Berdasarkan data Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (2023), limbah domestik pada tahun 2023 mencapai sekitar 69,9 juta ton. Angka tersebut mencerminkan lonjakan yang cukup signifikan dibandingkan dengan periode sebelumnya. Peningkatan volume sampah ini menimbulkan berbagai dampak negatif, mulai dari pencemaran tanah dan air hingga kerusakan habitat dan ekosistem, yang salah satunya disebabkan oleh rendahnya kesadaran masyarakat khususnya generasi muda. Pandawara, sebuah komunitas kreatif anak muda di TikTok, merespons isu lingkungan melalui kampanye #onedayonetrashbag yang bertujuan untuk menumbuhkan kesadaran dan tanggung jawab pengikutnya dalam menjaga lingkungan. Penelitian ini bertujuan mengukur besaran pengaruh pesan kampanye #onedayonetrashbag terhadap kesadaran generasi muda dalam menjaga lingkungan. Penelitian ini didasarkan pada Model Kampanye Ostergaard sebagai kerangka teoritis. Untuk menguji penerapan model tersebut, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian eksplanatif, dengan pengumpulan data melalui survei terhadap 100 pengikut akun TikTok @pandawaragroup. Hasil penelitian mengindikasikan bahwa pesan kampanye #onedayonetrashbag memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kesadaran generasi muda dalam menjaga lingkungan.

Kata Kunci: Generasi Muda; Kampanye One Day One Trash Bag; Kesadaran Lingkungan; Pandawara; Pesan Kampanye; TikTok

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF #ONEDAYONETRASHBAG CAMPAIGN MESSAGES ON THE AWARENESS OF THE YOUNG GENERATION TO PROTECT THE ENVIRONMENT

(Survey on TikTok Followers @pandawaragroup)

Novia Adristi Zhafira

Solid waste in Indonesia has become an increasingly urgent environmental issue, with volumes rising each year. Based on information from the Ministry of Environment and Forestry (2023), domestic waste reached approximately 69.9 million tons in 2023, marking a significant increase over previous years. This figure shows a significant increase from the previous period. This situation is partly driven by low public awareness, especially among young people. Pandawara, a creative youth community on TikTok, addresses this challenge through the #onedayonetrashbag campaign, encouraging its followers to adopt more responsible behaviors in preserving the environment. The study draws on Ostergaard's Campaign Model for its theoretical framework. To test the model's applicability, we use a quantitative explanatory research design, collecting data via a survey of 100 followers of the TikTok account @pandawaragroup. Results indicate that #onedayonetrashbag campaign messages exert a positive, statistically significant effect on young people's environmental awareness.

Keywords: *Campaign Message; Environmental Awareness; One Day One Trash Bag Campaign; Pandawara; TikTok; Youth*