

**KONSTRUKSI REALITAS SOSIAL DALAM KOMUNIKASI
LINGKUNGAN PANDAWARA GROUP MELALUI MEDIA SOSIAL
TIKTOK DAN INSTAGRAM
(Studi Kasus: Aksi Pembersihan Pantai Labuan, Banten)**

Ilham Sukmono

ABSTRAK

Studi ini menganalisis krisis ekologi yang terjadi di Pantai Labuan, Banten, yang disebabkan oleh akumulasi limbah yang sangat besar yang terabaikan hingga menjadi fenomena viral melalui konten dari Pandawara Group. Fokus penelitian ini adalah membedah konstruksi realitas sosial melalui penggunaan media sosial Instagram dan TikTok dalam proses komunikasi lingkungan yang dilakukan Pandawara Group. Teori Konstruksi Realitas Sosial **Peter L. Berger** dan **Thomas Luckmann** digunakan dalam penelitian ini. Teori ini terdiri dari tiga tahap dialektika: internalisasi (penyerapan kembali ke kesadaran), objektivasi (menjadi kenyataan objektif), dan eksternalisasi (ekspresi diri ke dunia). Penelitian ini menggunakan metode kualitatif studi kasus yang didukung perangkat lunak **NVivo** untuk kodifikasi data. Sumber data penelitian ini adalah pengamatan digital, *Focus Group Discussion* dan wawancara mendalam dengan sebelas informan yang terdiri dari anggota Pandawara Group, perwakilan dari pemerintah daerah (Dinas Lingkungan Hidup dan Kepala Desa), serta masyarakat yang tinggal di sekitar pantai. Hasil penelitian menunjukkan bahwa narasi provokatif "Pantai Terkotor" berhasil memicu tahap eksternalisasi melalui visibilitas media sosial untuk objektivasi fakta nasional. Proses internalisasi nilai mengarah pada kerja sama nyata di lapangan, mengubah apatisisme warga terhadap kampanye ini dan resistensi dari pemerintah daerah setempat menjadi kolaborasi atau kerja sama di lapangan. Studi ini menyimpulkan bahwa metode komunikasi lingkungan yang inovatif dan kapasitas media digital yang digunakan kemampuan untuk mengubah masyarakat yang sebelumnya pasif menjadi peserta aktif dalam gerakan lingkungan yang berkelanjutan.

Kata Kunci: Aksi Kolektif, Aktivisme Digital, Komunikasi Lingkungan, Konstruksi Realitas Sosial.

**THE SOCIAL CONSTRUCTION OF REALITY IN ENVIRONMENTAL
COMMUNICATION OF PANDAWARA GROUP THROUGH SOCIAL MEDIA
TIKTOK AND INSTAGRAM**

(Case Study: Beach Cleanup Action in Labuan Beach, Banten)

Ilham Sukmono

ABSTRACT

*This study analyzes the ecological crisis that occurred on Labuan Beach, Banten, caused by a massive accumulation of waste that was ignored until it became a viral phenomenon through content from the Pandawara Group. The focus of this research is to dissect the construction of social reality through the use of social media Instagram and TikTok in the environmental communication process carried out by the Pandawara Group. The Social Construction of Reality Theory by **Peter L. Berger** and **Thomas Luckmann** used in this study. This theory consists of three dialectical stages: internalization (reabsorption into consciousness), objectivation (becoming an objective reality), and externalization (self-expression to the world). This study uses a qualitative case study method and is supported by NVivo software for data codification. The data sources for this study are digital observations, Focus Group Discussion and in-depth interviews with eleven informants consisting of Pandawara Group members, representatives from the local government (Environmental Agency and Village Head), and communities living around the beach. The results show that the provocative narrative "The Dirtiest Beach" successfully triggered the externalization stage through social media visibility for the objectification of national facts. The process of internalizing values led to real cooperation on the ground, transforming citizen apathy toward the campaign and resistance from local governments into collaboration or cooperation on the ground. This study concluded that innovative environmental communication methods and the capacity of digital media used have the ability to transform previously passive communities into active participants in the sustainable environmental movement.*

Keywords: Collective Action, Construction of Social Reality, Digital Activism, Environmental Communication,