



**ANALISIS PESAN KAMPANYE DI TIKTOK
@PANDAWARAGROUP DALAM MENDORONG KESADARAN
MASYARAKAT TENTANG KEBERSIHAN LINGKUNGAN**
(Studi Semiotika Charles Sanders Pierce)

SKRIPSI

Disusun Oleh:

Bayu Shendy Mulyono

44220010092

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2024**

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Bayu Shendy Mulyono
NIM : 44220010092
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Analisis Pesan Kampanye di TikTok
@pandawaragroup Dalam Mendorong
Kesadaran Masyarakat Tentang Kebersihan
Lingkungan

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 15 Agustus 2024
Yang menyatakan,



Bayu Shendy Mulyono

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Bayu Shendy Mulyono
NIM : 44220010092
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Analisis Pesan Kampanye di TikTok
@pandawaragroup Dalam Mendorong
Kesadaran Masyarakat Tentang Kebersihan
Lingkungan

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.


Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Drs. Riswandi, M.Si ()
NIDN : 0309065903
Ketua Penguji : Kurniawan Prasetyo, M.I.Kom ()
NIDN : 0316129201
Penguji Ahli : Engga Probi Endri, M.A ()
NIDN : 0317089402

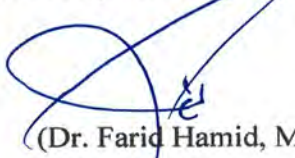
Jakarta, 16 Agustus 2024

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi


(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


(Dr. Farid Hamid, M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, sehingga penyusunan Proposal yang berjudul “**Analisis Pesan Di TikTok @PANDAWARAGOUP Dalam Mendorong Kesadaran Masyarakat Tentang Kebersihan Lingkungan**” ini dapat terselesaikan dengan baik.

Dalam kesempatan ini dengan kerendahan hati, perkenankan peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Riswandi, M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, semangat, dan juga telah mencurahkan perhatian dan waktunya yang demikian banyak dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini;
2. Bapak Kurniawan Prasetyo, S.Ikom., M.Ikom sebagai ketua sidang;
3. Bapak Engga Probi Endri, M.A sebagai penguji ahli;
4. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si. sebagai Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi;
5. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si. sebagai Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi;
6. Ayahanda Maryono dan Ibunda Fauzia Elmy Sukaysih, selaku orang tua yang telah memberikan semangat, doa, materi maupun moril, sehingga penelitian Tugas Akhir ini dapat terselesaikan dengan baik

7. Seluruh teman-teman Public Relations Angkatan 2020 Universitas Mercu Buana;

Dalam penulisan Proposal ini peneliti telah berusaha untuk menyajikan yang terbaik, tetapi dengan penuh kesadaran bahwa tidak ada kesempurnaan yang mutlak pada karya manusia, sehingga perlu adanya masukan saran dan kritik yang bersifat membangun guna memperoleh hasil yang lebih baik untuk yang akan datang.



Jakarta, 13 Juni 2024

Bayu Shendy Mulyono

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Bayu Shendy Mulyono
NIM : 44220010092
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Analisis Pesan Kampanye di TikTok @pandawaragroup Dalam Mendorong Kesadaran Masyarakat Tentang Kebersihan Lingkungan

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 15 Agustus 2024

Yang menyatakan,



Bayu Shendy Mulyono

ABSTRAK

Nama : Bayu Shendy Mulyono
Nim : 44220010092
Program Studi : Public Relation
Judul Laporan Skripsi : Analisis Pesan Di TikTok @pandawaragoup Dalam Mendorong Kesadaran Masyarakat Tentang Kebersihan Lingkungan
Pembimbing : Drs. Riswandi, M.Si

Di era modern, teknologi informasi berkembang dengan cepat berkomunikasi dan melakukan berbagai kegiatan melalui internet. Media sosial sekarang menjadi bagian dari masyarakat, terutama anak muda. TikTok adalah media sosial yang populer karena aplikasinya memungkinkan pembuat konten untuk membuat video pendek berdasarkan ide kreatif mereka sendiri. Gerakan membersihkan sungai, yang dipromosikan oleh akun TikTok @pandawaragroup, adalah salah satu konten yang paling disukai dan menarik perhatian publik.

Penelitian ini menggunakan konsep komunikasi verbal dan non-verbal yang kemudian diteliti menggunakan analisa semiotika Charles Sanders Pierce yang diklasifikasikan berdasarkan object, representament, interpretant.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis. Pendekatan pada penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan metode analisis semiotika Charles Sanders Pierce. Unit analisis pada penelitian ini adalah peran pandawara di TikTok dalam mendorong kesadaran masyarakat tentang kebersihan lingkungan. Teknik pengumpulan data diperoleh melalui observasi dan studi literatur. Teknik analisis data pada penelitian ini berdasarkan pada teori semiotika pierce.

Hasil Penelitian ini adalah video TikTok Pandawara memunculkan makna memberikan inspirasi kepada banyak orang untuk berpartisipasi dalam menjaga kebersihan serta melibatkan masyarakat setempat. Aksi sosial yang dilakukan oleh Pandawara Group dalam membersihkan sampah adalah bentuk kontribusi yang sangat berharga dalam membentuk lingkungan yang bersih, sehat, dan berkelanjutan.

Kata Kunci: kebersihan, pandawara, semiotika, pesan, analisis, TikTok

ABSTRACT

Name : Bayu Shendy Mulyono
NIM : 44220010092
Study Program : Public Relation
Title of Thesis report : Analysis of messages in TikTok @pandawaragoup in raising public awareness of environmental hygiene
Advisor : Drs. Riswandi, M.Si

In the modern era, information technology is rapidly evolving, communicating and carrying out various activities through the Internet. Social media is now a part of society, especially young people. TikTok is a popular social media application because it allows content creators to create short videos based on their own creative ideas. The river cleaning movement, promoted by the TikTok account @pandawaragroup, is one of the most popular and publicly attracted content.

This study uses the concepts of verbal and non-verbal communication that were then studied using Charles Sanders Peirce's semiotic analysis classified by object, representation, interpretant.

This research uses a constructivist paradigm. The approach to this research is a qualitative approach with the semiotic analysis method of Charles Sanders Peirce. The analysis unit on this study is the role of the pandawara at TikTok in raising public awareness of environmental hygiene. Data collection techniques are obtained through observation and literature study. Data analysis techniques in this study are based on pierce's semiotic theory.

The result of this research is a Pandawara TikTok video that gives meaning to inspire many people to participate in hygiene and involve the local community. The social action undertaken by the Pandawara Group in cleaning up the garbage is a very valuable form of contribution in shaping a clean, healthy, and sustainable environment.

Keywords: *Hygiene, Pandawara, Semiotics, Message, Analysis, Tiktok*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
1.4.1 Manfaat Akademis.....	14
1.4.2 Manfaat Praktis.....	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA	16
2.1 Penelitian Terdahulu.....	16
2.2 Kajian Teoritis	28
2.2.1 Analisis Pesan	29
2.2.2 Kebersihan Lingkungan.....	33
2.2.3 Pesan Kampanye	34
2.2.4 Media Sosial.....	35
2.2.5 TikTok.....	38
2.2.6 Semiotika	40

2.2.7	Semiotika Charles Sanders Pierce.....	42
2.2.8	Konten Kreator.....	40
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		47
3.1	Paradigma Penelitian.....	47
3.2	Metode Penelitian.....	48
3.3	Unit Analisis.....	48
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	54
3.4.1	Data Primer.....	54
3.4.2	Data Sekunder.....	54
3.5	Teknis Analisis Data.....	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN UMUM.....		57
4.1	Gambaran Umum Penelitian.....	57
4.1.1	Pandawara Group.....	57
4.1.2	Video TikTok Pandawara.....	61
4.2	Hasil Penelitian.....	65
4.3	Pembahasan.....	98
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		109
5.1	Kesimpulan.....	109
5.2	Saran.....	110
5.2.1	Saran Akademis.....	110
5.2.2	Saran Praktis.....	110
DAFTAR PUSTAKA.....		112
LAMPIRAN.....		115

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 3. 1 Gambar unit analisis	50
Tabel 4.1 Mengajak Masyarakat Untuk Melakukan Pembersihan.....	66
Tabel 4.2 Pandawara Memperingati Hari Peduli Sampah Nasional	71
Tabel 4.3 Pandawara melakukan kegiatan kebersihan dengan #aksiparapemenang... 75	
Tabel 4.4 Pandawara bersihkan Pantai labuan haji	81
Tabel 4.5 Pandawara bersihkan Sungai bareng 24 konten kreator di event.....	87
Tabel 4.6 Pandawara bersihkan Sungai dengan 50 sukarelawan.	93



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data pengguna TikTok berdasarkan negara (18-06-2023).....	3
Gambar 1. 2 Media Sosial Paling Banyak Digunakan di Indonesia (08-09-2024).....	4
Gambar 1. 3 Profil Tiktok Pandawaragorup (10-06-2023).....	6
Gambar 1. 4 Konten Kampanye Kebersihan Lingkungan (10-06-2023).....	7
Gambar 1. 5 Tempat yang akan dijadikan kampanye kebersihan lingkungan (11-06-2023).....	8
Gambar 1. 6 Akun TikTok Sungai Watch (11-06-2023).....	10
Gambar 2.1 Rancang Bangun Pesan.....	33
Gambar 2.2 Triangle Meaning.....	44
Gambar 4.1. Anggota Pandawara Group.....	57
Gambar 4.2 Proses Pembersihan Pantai Labuan Haji.....	62
Gambar 4.3 (Durasi 00:00 - 00:03).....	60
Gambar 4.4 (Durasi 00:11 – 00:30).....	67
Gambar 4.5 (Durasi 00:00 – 00:03).....	71
Gambar 4.6 (Durasi 00:10 – 01:00).....	72
Gambar 4.7 (Durasi 00:00 – 00:03).....	76
Gambar 4.8 (Durasi 00:06 – 00:54).....	77
Gambar 4.9 (Durasi 00:00 – 00:03).....	82
Gambar 4.10 (Durasi 00:30 – 00:45).....	83
Gambar 4.11 (Durasi 00:58 – 01:00).....	87
Gambar 4.12 (Durasi 00:36 – 01:00).....	88
Gambar 4.13 (Durasi 00:00 – 00:03).....	84
Gambar 4.14 (Durasi 00:24 – 00:57).....	94