



**ANALISIS RESEPSI KHALAYAK GENERASI Z TERHADAP
KONTEN PEDULI LINGKUNGAN PADA TIKTOK
@PANDAWARAGROUP**

LAPORAN TUGAS AKHIR SKRIPSI

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
RAISA MALIKA ZAHIRA

44521010040

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

2025

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Raisa Malika Zahira
NIM : 44521010040
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Analisis Resepsi Khalayak Generasi Z
Mengenai Konten Peduli Lingkungan Pada
Tiktok @pandawaragroup

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 didalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 12 Juli 2025



Raisa Malika Zahira

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Raisa Malika Zahira
NIM : 44521010040
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Analisis Resepsi Khalayak Generasi Z Mengenai
Konten Peduli Lingkungan Pada Tiktok
@pandawaragroup

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 : Dewi Sad Tanti, S.Sos., M.IKom. ()
NIDN : 0726067701
Ketua Penguji : Andi Pajolloi Bate, M.A., MBA ()
NIDN : 0303069401
Penguji Ahli : Engga Probi Endri, S.I.Kom., M.A. ()
NIDN : 0317089402

Jakarta, 12 Juli 2025
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



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



(Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si.)

KATA PENGANTAR

Penulis memanjatkan rasa puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, berkat rahmat Nya dan Karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Analisis Resepsi Khalayak Mengenai Konten Peduli Lingkungan Pada Tiktok @pandawaragroup”. Skripsi ini ditulis sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Strata 1, Bidang Studi Digital Communication Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Dalam penelitian ini, penulis menyadari masih terdapat kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Maka dari itu, penulis berharap adanya kritik dan saran sebagai perbaikan di masa yang akan datang agar penelitian ini menjadi sempurna. Penulis juga menyampaikan rasa terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada :

1. Ibu Dewi Sad Tanti, S.Sos., M.Ikom selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan banyak ilmu, dorongan, arahan serta dukungan yang sangat baik kepada penulis selama penyusunan skripsi ini hingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Seluruh informan dan semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu, yang telah memberikan kontribusi langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian skripsi ini.
3. Bapak Andi Pajolloi Bate, M.A., MBA selaku Ketua Sidang yang telah memberikan arahan dan kemudahan dalam sidang akhir penulis.
4. Bapak Engga Probi Endri, S.I.Kom., M.A. selaku Dosen Penguji yang telah memberikan arahan, masukan dan kemudahan dalam sidang akhir penulis.
5. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si. selaku Kaprodi Fakultas Ilmu Komunikasi
6. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
7. Seluruh jajaran Dosen dan Staff Fakultas Bidang Studi Digital Communication Fakultas Ilmu Komunikasi Mercu Buana
8. Kedua orang tua yang sangat saya cintai, Mama Fiona dan Ayah Sudaryanto. Terimakasih selalu memberikan seluruh dukungan baik secara materi maupun moril, selalu mendoakan dan mendengarkan keluh kesah selama

ini. Tanpa adanya dukungan dari kalian, penulis tidak akan sampai dititik ini. Semoga panjang umur dan diberikan kesehatan agar bisa melihat anak bungsu kalian sukses dan mandiri.

9. Sahabat Ninna, Raihana, Hafizh, dan Nadya dan orang terkasih yang selalu memberikan dukungan, hiburan dan bantuan dari awal hingga akhir penulisan ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
10. Sahabat Penulis di bangku perkuliahan, Silmi, Tia, Anna, Sofie, Halimah, Zahra, Rafilla, Sherline yang telah menemani dan mendukung penulis dari awal perkuliahan hingga akhir.

Akhir kata, penulis berharap semoga penelitian ini dapat bermanfaat dan dapat dipahami oleh pembaca.



Jakarta, 12 Juli 2025

Raisa Malika Zahira

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

HALAMAN PERTANYAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Raisa Malika Zahira
NIM : 44521010040
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Analisis Resepsi Khalayak Generasi Z Mengenai Konten Peduli Lingkungan Pada Tiktok @pandawaragroup

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, 12 Juli 2025
Yang menyatakan,

Raisa Malika Zahira

ABSTRAK

Nama : Raisa Malika Zahira
NIM : 44521010040
Judul Skripsi : Analisis Resepsi Khalayak Generasi Z Mengenai Konten Peduli Lingkungan Pada Tiktok @pandawaragroup
Pembimbing : Dewi Sad Tanti,S.Sos.,M.Ikom

Pandawaragroup adalah kelompok anak muda yang peduli pada isu lingkungan. Mereka melakukan aksi lingkungan dan mengkampanyekan melalui platform media sosial TikTok. Konten di buat secara konsisten dan menarik. Salah satu konten yaitu "Adopsi Sungai" yang publish pada 1 Januari 2025 dan 30 November 2024. Penelitian ini bertujuan untuk membahas pemaknaan follower pada konten Tiktok @pandawaragroup mengenai peduli lingkungan terhadap konten kampanye pandawara "Adopsi Sungai", menggunakan Teori Encoding-Decoding Stuart Hall. Teori ini menjelaskan bahwa audiens dapat menerima pesan, menegosiasi pesan, atau menolak pesan yang dikodekan oleh pembuat pesan (kreator).

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme pendekatan kualitatif dan menggunakan metode analisis resepsi. Pengumpulan data primer dilakukan dengan wawancara mendalam dengan tujuh informan yang merupakan pengikut akun Tiktok @pandawaragroup, sedangkan data sekunder diperoleh dari artikel pendukung, konten media sosial Pandawara dan literatur akademik. Teknik keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan Teknik triangulasi sumber.

Adapun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pada konten kampanye "Adopsi Sungai", terdapat informan berada pada posisi hegemoni dominan, dimana mereka menerima dan memahami pesan kampanye, yaitu mengapresiasi aksi kampanye "Adopsi Sungai" yang menunjukkan aksi nyata yang dilakukan Pandawara, sebagian berada di posisi negotiated, dimana mereka menerima pesan utama namun memberikan kritik sesuai dengan konteks pribadi mereka, dan terdapat informan dalam posisi oppositional yang memahami pesan, tetapi menafsirkannya dengan cara yang bertentangan dengan maksud awal pembuat pesan, seperti nilai pesan yang disampaikan Pandawara.

Framework of knowledge merujuk pada latar belakang, pengalaman, serta nilai-nilai pribadi yang dimiliki masing-masing individu. Infrastruktur teknis TikTok memainkan peran krusial dalam interaksi dan distribusi konten, memfasilitasi penyebaran pesan lingkungan secara cepat dan luas. Relasi produksi dalam kampanye "Adopsi Sungai" oleh Pandawara menunjukkan bahwa informan berperan aktif sebagai agen perubahan, berkolaborasi dan menyebarkan pesan kepedulian lingkungan.

Kata Kunci : resepsi, khalayak, konten tiktok, kampanye lingkungan, pandawara

ABSTRACT

Name : Raisa Malika Zahira
NIM : 44521010040
Study Program : Communication Study
Title Thesis Report : Analisis Resepsi Khalayak Generasi Z Mengenai Konten Peduli Lingkungan Pada Tiktok @pandawaragroup
Counsellor : Dewi Sad Tanti,S.Sos.,M.Ikom

Pandawaragroup is a youth collective concerned with environmental issues. They carry out environmental actions and campaign through the social media platform TikTok. The content is produced consistently and engagingly. One of their notable campaigns is “Adopsi Sungai” which was published on January 1, 2025, and November 30, 2024. This study aims to explore how followers interpret the environmental concern campaign content on the TikTok account @pandawaragroup, specifically the “Adopsi Sungai” campaign, using Stuart Hall’s Encoding-Decoding Theory. This theory explains that audiences may accept, negotiate, or reject the message encoded by the message creator.

The study adopts a constructivist paradigm with a qualitative approach and employs reception analysis methods. Primary data was collected through in-depth interviews with seven informants who are followers of the @pandawaragroup TikTok account, while secondary data was obtained from supporting articles, Pandawara's social media content, and academic literature. Data validity was ensured through source triangulation techniques.

The research findings show that in the “Adopsi Sungai” campaign content, some informants are in the dominant-hegemonic position, where they fully accept and understand the campaign message, appreciating the real environmental actions taken by Pandawara. Others are in a negotiated position, where they accept the core message but offer critiques based on their personal context. Additionally, there are informants in the oppositional position who understand the message but interpret it contrary to the creator’s original intent, such as the values conveyed by Pandawara.

The framework of knowledge refers to each individual’s background, experiences, and personal values. TikTok’s technical infrastructure plays a crucial role in the interaction and distribution of content, facilitating the rapid and widespread dissemination of environmental messages. The relations of production in Pandawara’s “Adopt a River” campaign show that the informants actively act as agents of change, collaborating and spreading the message of environmental awareness.

Keywords: *reception, audience, tiktok content, environmental campaign, pandawara*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	15
1.3 Tujuan Penelitian.....	15
1.4 Manfaat Penelitian.....	15
1.4.1. Manfaat akademis	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	17
2.1 Penelitian Terdahulu.....	17
2.2 Kajian Teoritis	26
2.2.1 Komunikasi Digital	26
2.2.2 <i>Computer Mediated Communication</i> (CMC).....	27
2.2.3 Komunikasi Lingkungan	28
2.2.4 Media Komunikasi Digital	29
2.2.5 Khalayak Aktif	32
2.2.6 Kesadaran Lingkungan.....	33
2.2.7 Analisis Resepsi Stuart Hall	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	40
3.1 Paradigma Penelitian.....	40
3.2 Metode Penelitian.....	41

3.3	Subyek Penelitian.....	44
3.4	Teknik Pengumpulan Data	46
3.4.1	Data Primer.....	46
3.4.2	Data Sekunder	47
3.5	Teknik Analisis Data	47
3.6	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		51
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	51
4.1.1	Profil Pandawara	51
4.1.2	Profil Akun Tiktok Pandawaragroup	52
4.1.3	Gambaran Konten Video Tiktok Pandawaragroup aksi kampanye “Adopsi Sungai	54
4.2	Hasil penelitian.....	56
4.2.1	Profil Informan	57
4.2.2	Resepsi Informan mengenai Aksi Kampanye “Adopsi Sungai” oleh Pandawara Group	61
4.2.3	Resepsi Informan mengenai Pentingnya Konten Peduli Lingkungan “Adopsi Sungai” di Tik Tok.....	66
4.2.4	Resepsi Informan mengenai Pilihan Kata dan Bahasa Dalam Video Kampanye “Adopsi Sungai”	70
4.2.5	Resepsi Informan mengenai Peran Caption Dalam Memperkuat Pesan Video Kampanye “Adopsi Sungai”	74
4.2.6	Resepsi Informan terhadap Visual Dalam Video “Adopsi Sungai” oleh Pandawara.....	78
4.2.7	Resepsi Informan terhadap Kejelasan dan Efektivitas Pesan Ajakan Dalam Kampanye “Adopsi Sungai”	82
4.2.8	Resepsi Informan terhadap Dampak Konten “Adopsi Sungai” Dalam Mengubah Cara Pandang Terhadap Lingkungan.....	87
4.2.9	Resepsi Informan mengenai Keefektifan Kampanye “Adopsi Sungai” Melalui Tiktok Sebagai Media Perubahan Sosial.....	92
4.3	Pembahasan.....	97

1.3.1	Analisis <i>Framework Of Knowledge</i> Infoman pada konten kampanye “Adopsi Sungai” Pandawara.....	101
1.3.2	Analisis <i>Technical Infrastucture</i> Infoman pada konten kampanye “Adopsi Sungai” Pandawara.....	119
1.3.3	Analisis <i>Relation of Production</i> Infoman pada konten kampanye “Adopsi Sungai” Pandawara.....	120
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		124
5.1	Kesimpulan.....	124
5.2	Saran.....	126
5.2.1	Saran Akademis	126
5.2.2	Saran Praktis	126
DAFTAR PUSTAKA.....		128
LAMPIRAN.....		131
CURICULUM VITAE		150



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna TikTok tiap Negara	3
Gambar 1. 2 Video Aksi Kampanye "Adopsi Sungai" Pandawaragroup	5
Gambar 1. 3 Profile akun Tiktok @pandawaragroup	9
Gambar 1. 4 Perbedaan <i>Comment</i> pada Konten "Adopsi Sungai" Pandawaragroup	10
Gambar 4. 1 Profil Pandawara.....	51
Gambar 4. 2 Akun Tiktok Pandawaragroup.....	53
Gambar 4. 3 Video Kampanye "Adopsi Sungai"	54



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel 3. 1 Informan Penelitian.....	45
Tabel 4. 1 Decoding Informan mengenai Aksi Kampanye “Adopsi Sungai”.....	64
Tabel 4. 2 Decoding Informan mengenai Pentingnya Konten Peduli Lingkungan “Adopsi Sungai”.....	69
Tabel 4. 3 Decoding Informan mengenai Pilihan Kata dan Bahasa.....	73
Tabel 4. 4 Decoding Informan Mengenai Peran Caption.....	77
Tabel 4. 5 Decoding Informan mengenai Visual Dalam video “Adopsi Sungai”	81
Tabel 4. 6 Decoding Informan mengenai Kejelasan dan Efektivitas Pesan Ajakan.....	86
Tabel 4. 7 Decoding Informan mengenai Dampak dan Cara Pandang Terhadap Lingkungan	91
Tabel 4. 8 Decoding Informan mengenai Keefektifan Kampanye.....	96
Tabel 4. 9 Resepsi Khalayak pada konten Pandawara	98

