Jurnal Sanitasi Lingkungan
Vol.5, No.2, November 2025
https://doi.org/10.36086/jsl.v5i2.2860
ISSN 2828-7592

# PENINGKATAN KESADARAN UNTUK TIDAK MEMBUANG SAMPAH SEMBARANGAN DENGAN EDUKASI MELALUI MEDIA KONTEN TIKTOK PANDAWARA GROUP

## *INCREASE IN AWARENESS TO NOT LITTER THROUGH EDUCATION VIA TIKTOK MEDIA CONTENT BY PANDAWARA GROUP*

**Febi Maharani Rambu Kaita**[1], **Misbahul Subhi**[2], **Tiwi Yuniastuti**[3]
[123]Stikes Widyagama Husada Malang
(email korespondensi: febymaharani2003@gmail.com)

**ABSTRAK**

**Latar Belakang:** kesadaran masyarakat untuk tidak membuang sampah sembarangan masih tergolong rendah, padahal perilaku ini berdampak signifikan terhadap pencemaran lingkungan dan kesehatan masyarakat. Salah satu upaya untuk meningkatkan kesadaran tersebut adalah melalui edukasi berbasis media sosial. Media sosial seperti TikTok memiliki potensi besar dalam menyampaikan pesan edukatif karena memiliki jangkauan luas, konten yang menarik secara visual, serta kemudahan dalam penyebaran informasi secara cepat dan masif, terutama di kalangan generasi muda. Pandawara Group, sebagai salah satu kreator konten TikTok yang konsisten mengangkat isu lingkungan, menjadi contoh penggunaan media sosial untuk kampanye lingkungan yang efektif. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui peningkatan kesadaran untuk tidak membuang sampah sembarangan melalui edukasi berbasis media konten TikTok Pandawara Group.
**Metode:**penelitian ini menggunakan desain pre-experimental one group pretest-posttest dengan populasi sebanyak 250 KK. Sampel diambil dengan teknik sampling insidental dari responden berusia 18-25 tahun yang belum pernah menonton konten Pandawara Group dan memiliki media sosial. Analisis data dilakukan secara univariat dan bivariat menggunakan uji t berpasangan untuk menguji perbedaan kesadaran sebelum dan setelah intervensi.
**Hasil:**hasil uji Paired t-test menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada tiga variabel setelah intervensi tayangan konten TikTok dari Pandawara Group. Rata-rata skor pengetahuan meningkat dari 21,17 menjadi 32,00, sikap dari 19,90 menjadi 31,20, dan perilaku dari 14,70 menjadi 31,50. Nilai signifikansi (p-value) untuk ketiga variabel adalah 0,000 ($p < 0,05$), menandakan perbedaan yang signifikan antara pre-test dan post-test
**Kesimpulan:**konten edukasi dari TikTok Pandawara Group terbukti efektif meningkatkan kesadaran masyarakat RW 12 Kelurahan Kesatrian untuk tidak membuang sampah sembarangan, yang ditunjukkan dengan adanya peningkatan signifikan pada aspek pengetahuan, sikap, dan perilaku setelah diberikan intervensi.
**Kata kunci :** Kesadaran lingkungan, edukasi, media sosial, tiktok pandawara group.

***ABSTRACT***

***Background:*** *Public awareness of the importance of not littering remains relatively low, despite the significant impact of such behavior on environmental pollution and public health. One effort to increase this awareness is through education using social media platforms. Social media, particularly TikTok, holds great potential for delivering educational messages due to its wide reach, visually engaging content, and the ease of rapid and massive information dissemination—especially among younger generations. Pandawara Group, a TikTok content creator consistently raising environmental issues, serves as a prime example of using social media for effective environmental campaigns. This study aims to determine the increase in awareness to avoid littering through educational content presented by the TikTok account of Pandawara Group.*
***Methods****: This study used a pre-experimental one-group pre-test post-test design, with a population of 250 households in Kampung Tridi RW 12, Kesatrian Sub-district. The sample was taken using incidental sampling from respondents aged 18–25 years who had never watched Pandawara Group content and*

 ISSN 2828-7592

*were active social media users. Data were collected using pre-test and post-test questionnaires that had been tested for validity and reliability, supported by screening sheets and documentation. Data were analyzed univariately and bivariately using paired t-tests to examine differences in awareness before and after the intervention.*
***Results**: The results of the paired t-test showed a significant increase in all three variables after the intervention with TikTok content from the Pandawara Group. The average knowledge score increased from 21.17 to 32.00, attitude from 19.90 to 31.20, and behavior from 14.70 to 31.50. The significance value (p-value) for all three variables was 0.000 ($p < 0.05$), indicating a significant difference between pre-test and post-test scores.*
***Conclusion**: Educational content from the Pandawara Group's TikTok has proven effective in increasing the awareness of residents in RW 12, Kesatrian Sub-district, not to litter, as indicated by a significant improvement in knowledge, attitude, and behavior after the intervention.*
***Keywords** : Environmental awareness, education, social media, tiktok pandawara group.*

## PENDAHULUAN

Kebersihan lingkungan merupakan salah satu pilar penting dalam menjaga kesehatan manusia dan keberlanjutan bumi. Lingkungan yang bersih dapat meminimalkan risiko penularan penyakit yang bersumber dari kontaminasi udara, air, maupun tanah, terutama di wilayah padat penduduk dan daerah aliran sungai. Seiring meningkatnya aktivitas manusia dan konsumsi produk, volume sampah global pun terus bertambah dari tahun ke tahun. Menurut National Geographic, sebagian besar plastik yang mencemari lingkungan bersumber dari wilayah perkotaan yang tidak memiliki sistem pengelolaan sampah yang memadai, dan banyak di antaranya berakhir di sungai dan lautan [1]. Sampah plastik yang terurai menjadi mikroplastik dapat masuk ke rantai makanan dan membahayakan kesehatan manusia dalam jangka panjang [2].

Di tingkat nasional, Indonesia menghadapi persoalan besar dalam pengelolaan sampah. Berdasarkan data Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK), jumlah timbulan sampah nasional mencapai 70 juta ton pada tahun 2022. Namun, tingkat kepedulian masyarakat terhadap pengelolaan sampah masih rendah, yakni hanya sekitar 28% menurut data Badan Pusat Statistik tahun 2018. Sebanyak 72% penduduk belum menunjukkan perilaku sadar lingkungan, termasuk dalam hal membuang sampah pada tempatnya [3]. Hal ini menunjukkan masih perlunya strategi komunikasi yang lebih efektif untuk meningkatkan kesadaran dan keterlibatan masyarakat dalam menjaga kebersihan lingkungan [4].

Salah satu sumber pencemaran utama adalah sungai yang menjadi tempat pembuangan sampah domestik secara ilegal. Sungai-sungai di Indonesia seperti Brantas dan Bengawan Solo bahkan termasuk di antara 20 sungai di dunia yang paling banyak menyumbang sampah plastik ke laut [5]. Dampak pencemaran sungai tidak hanya berupa kerusakan ekosistem, tetapi juga ancaman kesehatan masyarakat, seperti meningkatnya risiko penyakit diare, infeksi kulit, dan gangguan pencernaan akibat penggunaan air sungai yang tercemar [6]. Kondisi ini diperburuk dengan minimnya edukasi serta sarana pengelolaan sampah yang memadai di berbagai daerah [7].

Permasalahan sampah masih menjadi tantangan besar di berbagai wilayah di Indonesia, termasuk di Kota Malang. Sebagai kota yang terus berkembang dengan kepadatan penduduk tinggi, Kota Malang menghadapi persoalan serius terkait pengelolaan sampah, khususnya perilaku masyarakat dalam membuang sampah. Pemerintah Kota Malang melalui Dinas Lingkungan Hidup (DLH) telah mengupayakan berbagai program edukasi kepada masyarakat, seperti sosialisasi gerakan 3R (*Reduce, Reuse, Recycle*), kampanye bank sampah, hingga kolaborasi dengan komunitas peduli lingkungan. Namun, masih banyak warga yang belum memiliki kesadaran penuh akan pentingnya membuang sampah pada tempatnya dan dampak buruk dari kebiasaan membuang sampah sembarangan terhadap lingkungan dan kesehatan [8]. Salah satu wilayah yang mencerminkan kondisi tersebut adalah Kampung Tridi, RW 12, Kelurahan Kesatrian, Kecamatan Blimbing, Kota Malang. Kampung ini merupakan kawasan pemukiman padat yang terletak di sepanjang Daerah Aliran Sungai (DAS) Brantas. Meskipun dikenal sebagai

 ISSN 2828-7592

kampung tematik yang menjadi ikon wisata kreatif di Kota Malang karena lukisan mural tiga dimensinya, ironisnya kawasan ini masih dihadapkan pada persoalan kebersihan lingkungan. Berdasarkan hasil observasi awal, masih banyak ditemukan sampah rumah tangga yang dibuang langsung ke sungai maupun di tepi jalan lingkungan. Minimnya tempat penampungan sampah sementara (TPS), kebiasaan lama warga, serta kurangnya pengawasan menjadi penyebab utama perilaku membuang sampah sembarangan di wilayah ini. Kondisi ini tentu berpotensi mencemari sungai, memperparah risiko banjir saat musim hujan, dan merusak estetika kampung wisata tersebut.

Perilaku membuang sampah sembarangan masih menjadi kebiasaan yang meresahkan dan menimbulkan berbagai dampak negatif, mulai dari penyumbatan saluran air, pencemaran visual dan bau, hingga peningkatan risiko banjir dan penyebaran penyakit [9]. Upaya konvensional dalam bentuk penyuluhan atau poster belum efektif menjangkau semua kalangan, terutama generasi muda yang lebih aktif di media sosial [10]. Oleh karena itu, pendekatan komunikasi berbasis media sosial menjadi strategi yang menjanjikan.

Pandawara Group, sekelompok pemuda dari Bandung, telah berhasil memanfaatkan platform TikTok untuk menyuarakan pentingnya menjaga kebersihan sungai dan mendorong aksi nyata membersihkan lingkungan. Konten-konten yang mereka bagikan berhasil mengedukasi, menginspirasi, dan menggerakkan masyarakat untuk lebih peduli terhadap kebersihan lingkungan. Keberhasilan mereka menjadi contoh bahwa komunikasi visual yang kuat melalui media sosial dapat meningkatkan kesadaran publik terhadap masalah lingkungan [11]. Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh konten TikTok Pandawara Group terhadap peningkatan kesadaran masyarakat agar tidak membuang sampah sembarangan.

## METODE

Penelitian ini merupakan penelitian pre-eksperimen dengan desain *one group pre-test post-test*, yaitu desain yang dilakukan dengan memberikan perlakuan kepada satu kelompok yang sama setelah dilakukan pengukuran awal dan kemudian diukur kembali setelah intervensi. Penelitian ini dilaksanakan di Kampung Tridi RW 12, Kelurahan Kesatrian, Kecamatan Blimbing pada bulan Maret hingga April 2025. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat di wilayah tersebut dengan jumlah sekitar 250 kepala keluarga. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *sampling insidental*, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan memenuhi kriteria dapat dijadikan responden. Pengambilan sampel dilakukan pada waktu masyarakat sedang tidak bekerja atau beristirahat, yaitu pada sore hari, mengingat sebagian besar warga bekerja di pagi hingga siang hari. Hal ini dimaksudkan agar peneliti dapat memperoleh responden yang benar-benar bersedia dan tidak terburu-buru dalam mengisi kuesioner pre-test dan post-test. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 30 orang, dengan kriteria inklusi yaitu berusia 18–25 tahun, berdomisili di RW 12 Kelurahan Kesatrian, memiliki media sosial, belum pernah menonton konten TikTok Pandawara Group, dan bersedia menjadi responden, sedangkan kriteria eksklusi adalah tidak memenuhi kriteria inklusi atau memiliki gangguan yang menghambat partisipasi.

Instrumen penelitian yang digunakan adalah lembar screening, kuesioner pre-test dan post-test yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya, serta dokumentasi menggunakan alat tulis dan handphone. Data yang dikumpulkan terdiri dari data primer berupa hasil pengisian kuesioner sebelum dan sesudah intervensi, serta data sekunder seperti profil wilayah dan jumlah kepala keluarga dari RW 12 Kelurahan Kesatrian, jurnal, buku, dan sumber referensi lainnya. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan analisis univariat untuk menggambarkan karakteristik responden dan tingkat kesadaran mereka, serta analisis bivariat dengan uji *paired t-test* untuk mengetahui perbedaan skor pengetahuan, sikap, dan perilaku sebelum dan sesudah menonton konten edukasi dari TikTok Pandawara Group

## HASIL

Pada Tabel 1 memperlihatkan karakteristik responden, dalam penelitian ini menggambarkan kondisi dasar dari partisipan yang menjadi sasaran intervensi edukasi melalui konten TikTok Pandawara Group. Penelitian melibatkan 30 responden yang

 ISSN 2828-7592

tinggal di Kampung Tridi, dengan komposisi berdasarkan jenis kelamin terdiri dari 15 laki-laki (50%) dan 15 perempuan (50%). Dilihat dari kelompok usia, sebagian besar responden berusia antara 18 hingga 21 tahun, yaitu sebanyak 21 orang (70%), sedangkan sisanya sebanyak 9 orang (30%) berada dalam rentang usia 22 hingga 25 tahun. Berdasarkan tingkat pendidikan, responden dengan latar belakang SMA/SMK merupakan kelompok terbanyak yaitu sebanyak 13 orang (43,3%), diikuti oleh responden yang sedang menempuh pendidikan di perguruan tinggi sebanyak 11 orang (36,7%), dan sisanya sebanyak 6 orang (20%) tidak bersekolah.

Tabel 1. Karakteristik Responden

| Karakteristik | Kategori | Jumlah Frekuensi | Persentase |
|---|---|---|---|
| Jenis Kelamin | Laki - Laki | 15 | 50 % |
| | Perempuan | 15 | 50 % |
| Usia | 18 – 21 tahun | 21 | 70 % |
| | 22 – 25 tahun | 9 | 30 % |
| Pendidikan | SMA/SMK | 13 | 43,3 % |
| | Perguruan Tinggi | 11 | 36,7 % |
| | Tidak Bersekolah | 6 | 20 % |
| Total Responden | | 30 | 100 % |

Berikut ini merupakan hasil Hasil penelitian tentang tingkat kesadaran untuk tidak membuang sampah sembarangan dari 30 responden dengan indikator kesadaran yaitu Pengetahuan, Sikap dan Perilaku yang diukur menggunakan kuesioner berupa pre-test dan post-test

Tabel 2. Tingkat Kesadaran Responden Untuk Tidak Membuang Sampah Sembarangan

| **Indikator** | **Kategori** | **Pre-test (n)** | **Pre-test (%)** | **Post-test (n)** | **Post-test (%)** |
|---|---|---|---|---|---|
| **Pengetahuan** | Kurang Paham | 26 | 86,7% | - | - |
| | Cukup Paham | 3 | 10,0% | 13 | 43,3% |
| | Paham | 1 | 3,3% | 17 | 56,7% |
| **Sikap** | Sangat Tidak Setuju | 2 | 6,7% | - | - |
| | Tidak Setuju | 24 | 80,0% | - | - |
| | Netral | 4 | 13,3% | 17 | 56,7% |
| | Setuju | - | - | 13 | 43,3% |
| **Perilaku** | Sangat Tidak Setuju | 18 | 60,0% | - | - |
| | Tidak Setuju | 12 | 40,0% | - | - |
| | Netral | - | - | 14 | 46,7% |
| | Setuju | - | - | 16 | 53,3% |
| **Total** | | 30 | 100% | 30 | 100% |

Berdasarkan Tabel 2 diketahui bahwa sebelum intervensi (pre-test), sebagian besar responden menunjukkan tingkat pengetahuan rendah (kategori "Kurang Paham") sebanyak 26 orang (86,7%), dan hanya 1 orang (3,3%) yang sudah masuk kategori "Paham". Setelah diberikan intervensi, terjadi peningkatan jumlah responden yang masuk kategori "Paham" menjadi 17 orang (56,7%). Pada aspek sikap, sebelum intervensi, mayoritas responden

 ISSN 2828-7592

menyatakan "Tidak Setuju" (80%). Setelah intervensi, responden yang "Netral" meningkat menjadi 17 orang (56,7%) dan "Setuju" menjadi 13 orang (43,3%). Perilaku responden juga mengalami peningkatan, di mana sebelum intervensi tidak ada yang menyatakan "Setuju", tetapi setelah intervensi sebanyak 16 orang (53,3%) menyatakan "Setuju", sedangkan 14 orang (46,7%) berada pada kategori "Netral".

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas Data

| Variabel | Asymp. Sig. (2-tailed) | Keterangan |
|---|---|---|
| Pengetahuan | 0,138 | Normal |
| Sikap | 0,072 | Normal |
| Perilaku | 0,069 | Normal |

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data variabel penelitian memiliki distribusi normal atau tidak. Pengujian ini dilakukan menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test melalui aplikasi SPSS. Berdasarkan hasil uji normalitas yang ditampilkan pada Tabel 3, diketahui bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) untuk masing-masing variabel adalah sebagai berikut: pengetahuan (0,138), sikap (0,072), dan perilaku (0,069). Karena seluruh nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka data dari ketiga variabel dapat dikatakan berdistribusi normal.

Tabel 4. Hasil Uji Statistik (Paired t-test)

| Variabel | Mean Pre-test | Mean Post-test | Selisih Rata-Rata | N | Sig.(2-tailed) | Ket |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Pengetahuan | 21,17 | 32,00 | +10.83 | 30 | 0.000 | Ada Peningkatan |
| Sikap | 19.90 | 31,20 | +11.30 | 30 | 0.000 | |
| Perilaku | 14,70 | 31,50 | +16.80 | 30 | 0.000 | |

Uji Paired t-test dilakukan untuk mengetahui adanya perbedaan yang signifikan antara skor pre-test dan post-test setelah diberikan intervensi berupa tayangan edukatif dari konten TikTok Pandawara Group. Pengetahuan responden meningkat dari rata-rata 21,17 pada pre-test menjadi 32,00 pada post-test, dengan selisih +10,83. Nilai signifikansi 0,000 < 0,05 menunjukkan peningkatan yang signifikan. Sikap responden meningkat dari 19,90 menjadi 31,20, dengan selisih +11,30. Nilai signifikansi 0,000 juga menunjukkan peningkatan yang signifikan. Perilaku responden mengalami peningkatan paling besar, dari 14,70 menjadi 31,50, dengan selisih +16,80. Nilai Sig. (2-tailed) juga 0,000, menandakan perbedaan yang signifikan setelah intervensi.

## PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terjadi peningkatan signifikan pada pengetahuan, sikap, dan perilaku responden setelah diberikan intervensi berupa konten edukatif TikTok dari Pandawara Group. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan edukatif melalui media sosial, khususnya TikTok, dapat menjadi sarana yang efektif untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap isu lingkungan, khususnya dalam hal tidak membuang sampah sembarangan [12]. Dalam konteks ini, konten yang disampaikan melalui video pendek dengan narasi visual dan emosional terbukti mampu menarik perhatian dan menyampaikan pesan secara lebih efektif dibandingkan media konvensional [13].

Peningkatan pengetahuan menggambarkan bahwa edukasi melalui media sosial, khususnya TikTok, dapat meningkatkan pengetahuan individu terkait isu lingkungan seperti kebersihan sungai dan dampak dari membuang sampah sembarangan. Hal ini dapat terjadi karena penyampaian informasi melalui video

 ISSN 2828-7592

pendek dinilai lebih menarik, mudah diakses, dan relevan dengan kehidupan sehari. Hal ini sejalan dengan temuan [14] dan [15] yang menunjukkan bahwa daya tarik visual, kredibilitas sumber, dan relevansi konten sangat memengaruhi peningkatan pengetahuan tentang isu lingkungan. Peningkatan aspek kognitif responden dapat dijelaskan melalui teori kognitif sosial dari [16] yang menyatakan bahwa pembelajaran dapat terjadi melalui observasi terhadap model yang ditampilkan dalam media. Ketika responden melihat bagaimana sungai-sungai yang tercemar dapat berubah menjadi bersih karena tindakan nyata, mereka tidak hanya mendapatkan informasi, tetapi juga terdorong untuk merefleksikan perilaku mereka sendiri.

Tidak hanya itu, perubahan dalam cara pandang dan perasaan terhadap kebersihan lingkungan juga terlihat dari peningkatan sikap positif responden. Sikap yang terbentuk sebagai hasil dari pengetahuan baru dan eksposur emosional terhadap kondisi sungai yang kotor mendorong adanya pergeseran nilai dan persepsi individu terhadap pentingnya menjaga lingkungan. Penelitian oleh [17] menegaskan bahwa konten media sosial yang dirancang secara menarik dan menyentuh nilai afektif mampu membentuk sikap yang lebih peduli terhadap lingkungan. Pendekatan visual yang digunakan Pandawara Group memberikan efek psikologis yang kuat karena menunjukkan realita yang dekat dengan kehidupan sehari-hari masyarakat. Pada dasarnya sikap terdiri dari tiga komponen utama, yakni komponen kognitif (keyakinan), afektif (perasaan), dan konatif (kecenderungan bertindak) [18]. Dalam penelitian ini, peningkatan skor menunjukkan bahwa responden mulai memiliki keyakinan yang lebih positif terhadap pentingnya menjaga kebersihan lingkungan dan memiliki respon emosional yang lebih mendukung terhadap upaya-upaya pelestarian lingkungan**.**

Peningkatan perilaku juga mengindikasikan bahwa edukasi melalui TikTok tidak hanya berhenti pada peningkatan kesadaran kognitif dan emosional, tetapi juga mampu mendorong tindakan nyata. Penelitian ini juga sejalan dengan temuan [9] yang menyatakan bahwa pendekatan visual dan kreatif melalui TikTok meningkatkan motivasi untuk terlibat dalam perilaku peduli lingkungan. Penggunaan narasi yang sederhana namun kuat secara emosional membantu audiens, terutama generasi muda, untuk mengidentifikasi diri mereka dengan isu yang disampaikan. TikTok, sebagai media yang cepat, luas jangkauannya, dan mudah diakses, memiliki potensi besar dalam menyebarkan pesan-pesan lingkungan secara efektif kepada khalayak luas [19].

Hal ini sesuai dengan tahapan perubahan perilaku dalam Transtheoretical Model (TTM) yang menyatakan bahwa perubahan perilaku dimulai dari peningkatan kesadaran, disusul oleh pembentukan sikap positif, lalu berkembang menjadi niat dan akhirnya diwujudkan dalam bentuk tindakan. Konten TikTok yang bersifat demonstratif memberikan gambaran konkret mengenai langkah-langkah kecil yang dapat dilakukan oleh masyarakat, seperti menjaga kebersihan sekitar dan tidak membuang sampah sembarangan, sehingga memudahkan individu dalam menerapkan perilaku baru [20].

Dengan demikian, hasil penelitian ini menegaskan bahwa konten edukatif berbasis media sosial dapat menjadi strategi yang efektif dalam promosi kesehatan lingkungan. Edukasi yang dikemas secara menarik, relevan, dan menyentuh sisi emosional terbukti mampu meningkatkan pengetahuan, membentuk sikap positif, serta mendorong perilaku nyata dalam menjaga kebersihan lingkungan.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dalam penelitian ini menunjukan bahwa konten edukasi dari TikTok Pandawara Group efektif dalam meningkatkan kesadaran masyarakat, khususnya pada aspek kognitif (pengetahuan), afektif (sikap), dan konatif (perilaku) terhadap pentingnya membuang sampah pada tempatnya.

Disarankan agar masyarakat lebih bijak dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana edukasi yang positif, khususnya dalam isu lingkungan. Lembaga yang dapat berperan sebagai agen perubahan di antaranya adalah sekolah, melalui program edukasi lingkungan hidup sejak dini; puskesmas, melalui promosi kesehatan berbasis media digital yang disisipkan dalam kegiatan penyuluhan masyarakat. Untuk peneliti selanjutnya, disarankan agar menambahkan observasi langsung terhadap perubahan perilaku atau mengeksplorasi variabel lain seperti durasi dan

 ISSN 2828-7592

frekuensi paparan konten, guna memperoleh hasil yang lebih komprehensif.

## DAFTAR PUSTAKA

1. Aqilla, A. R., Razak, A., Barlian, E., Syah, N. & Diliarosta, S. Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu Pengaruh Sampah Plastik Dalam Pencemaran Air. *Gudang J. Multidisiplin Ilmu* **1**, 275–280 (2023).
2. Hamdan, Rifani, D. N., Jalaluddin, A. M. & Rudiansyah. Pengelolaan Sampah Secara Bersama: Peran Pemerintah dan Kesadaran Masyarakat. *Paradigma* **7**, 45–54 (2018).
3. Putri, W. E., Christiani, L. C., Sari, F. N. & Pramuja, M. Pengaruh Paparan Konten Tiktok Pandawara Group terhadap Perilaku Sadar Lingkungan The Effect of Exposure to Pandawara Group Tiktok Content on Environmentally Conscious Behavior ini antara lain TikTok , Instagram , Facebook , dengan Instagram dan Facebook . **13**, (2024).
4. Lasaiba, M. A. GEOFORUM. Jurnal Geografi dan Pendidikan Geografi Strategi Inovatif untuk Pengelolaan Sampah Perkotaan: Integrasi Teknologi dan Partisipasi Masyarakat Innovative Strategies for Urban Waste Management: Integration of Technology and Community Participation. *Juni* **3**, 1–18 (2024).
5. Tiara Dwi Rahayua, Yani Pujiwatib, B. R. LITRA: Jurnal Hukum Lingkungan Tata Ruang dan Agraria. **2**, (2023).
6. Dahruji, D., Wilianarti, P. F. & Totok Hendarto, T. Studi Pengolahan Limbah Usaha Mandiri Rumah Tangga dan Dampak Bagi Kesehatan di Wilayah Kenjeran, Surabaya. *Aksiologiya J. Pengabdi. Kpd. Masy.* **1**, 36 (2016).
7. Rahmuniyati, M. E. & Sahayati, S. Implementasi Program Sanitasi Total Berbasis Masyarakat (Stbm) Untuk Mengurangi Kasus Stunting Di Puskesmas Wilayah Kabupaten Sleman. *PREPOTIF J. Kesehat. Masy.* **5**, 80–95 (2021).
8. Saraswati, P. P. IMPLEMENTASI KEBIJAKAN PENGELOLAAN SAMPAH MELALUI PERATURAN DAERAH NO 07 TAHUN 2021 TENTANG PENGELOLAAN SAMPAH DI KOTA MALANG ( Studi Pada Dinas Lingkungan Hidup Kota Malang ) Program Studi Administrasi Publik , Fakultas Ilmu Administrasi , Universitas Is. *J. Respon Publik* **17**, 55–65 (2023).
9. Efendi, A., Hasmawati, F. & Apriko, S. Analisis Pengunaan Media TikTok Untuk Meningkatkan Kepedulian Lingkungan Siswa SMAN 1 Air Salek ( Studi Kasus Pada Akun Tik Tok @ Pandawaragroup ). **1**, 1–13 (2025).
10. Roxanne, R., Rasyidin, N. & Setijadi, N. N. Pengaruh Teknologi Komunikasi Terhadap Kesadaran Lingkungan Generasi Milenial Study Pada Kapal Pengangkut Coldplay. *JKOMDIS J. Ilmu Komun. Dan Media Sos.* **3**, 859–865 (2023).
11. Albarzand, A. F. Peran Tiktok Sebagai Media Komunikasi Politik Bagi Generasi Milenial ( Studi Kasus Pada Karyawan Duta Lampung Tahun 2024 ). **11**, 511–516 (2024).
12. Aufa, M. & Faizal, I. Dampak Konten Media Sosial @ pandawaragroup Terhadap Masifnya Aksi Pembersihan Sampah di Sungai dan Pantai.
13. Ernawati, A. Media Promosi Kesehatan Untuk Meningkatkan Pengetahuan Ibu Tentang Stunting. *J. Litbang Media Inf. Penelitian, Pengemb. dan IPTEK* **18**, 139–152 (2022).
14. Pamilasari, T., Desi & Purba, J. S. R. Pengaruh Edukasi Gizi Media TikTok terhadap Pengetahuan Gizi Seimbang pada Remaja Putri. *Pontianak Nutr. J.* **5**, 141–145 (2022).
15. Wijonarko, D., Ramdhani, M. & Arindawati, W. Pengaruh Konten Tiktok @pandawaragroup Terhadap Perilaku Menjaga Kebersihan Lingkungan. *JKOMDIS J. Ilmu Komun. Dan Media Sos.* **4**, 129–134 (2024).
16. Bandura, A. Social Cognitive Theory: An Agentic Perspective. *Psychol. J. Hell. Psychol. Soc.* **12**, 313 (2020).
17. Utami, P. & Welas. * 简超宗 1 张永红 2 （1， 2. **10**, 71–76 (2019).
18. Priliantini, A., Krisyanti, K. & Situmeang, I. V. Pengaruh Kampanye #PantangPlastik terhadap Sikap Ramah Lingkungan (Survei pada Pengikut Instagram @GreenpeaceID)<br>DOI: 10.31504/komunika.v9i1.2387. *J. Komunika J. Komunikasi, Media dan Inform.* **9**, 40 (2020).

 ISSN 2828-7592

19. Sukmono, I., Kuswanti, A. & Muqsith, M. A. G-Tech : Jurnal Teknologi Terapan Berdaya dengan Media Digital : PANDAWARA Group. **8**, 2143–2153 (2024).
20. Subasman, I. & Nasyiruddin, F. TRANSFORMASI NAPI MENJADI SANTRI: Analisis Implementasi Transtheoritical Model Di Pesantren At Tawwabin Pada Lembaga Pemasyarakatan Kelas II A Kuningan Jawa Barat. *Sade. J. Pengabdi.* **1**, 1–26 (2021).