

## Pengaruh Konten Media Sosial Terhadap Sikap Peduli Lingkungan

Silfia Eka Damayanti<sup>1</sup>, Siti Komsiah<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Persada Indonesia Y.A.I, Jakarta

Email: [Silfiaekadamayanti01@gmail.com](mailto:Silfiaekadamayanti01@gmail.com), [siti.komsiah70@gmail.com](mailto:siti.komsiah70@gmail.com)

### ABSTRAK

Media sosial menjadi salah satu wadah bagi setiap individu atau kelompok untuk membagikan informasi, mendapatkan informasi, saling berinteraksi, berkolaborasi, serta menciptakan suatu konten melalui macam aplikasi, salah satunya media sosial tiktok. Baru-baru ini akun tiktok @pandawaragroup menarik perhatian masyarakat terkait kontennya yang membersihkan selokan, kali, hingga sungai. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh konten media sosial tiktok @pandawaragroup terhadap sikap peduli lingkungan. Penelitian ini menggunakan teori Uses And Effects. Pendekatan penelitian ini adalah kuantitatif eksplanatif menggunakan metode penelitian survei untuk mencari tahu pengaruh konten media sosial terhadap sikap peduli lingkungan. Teknik pengumpulan data melalui kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah korelasi, regresi, koefisien determinasi, dan uji persial. Terdapat hasil dalam penelitian ini menunjukkan hubungan yang kuat antar variabel. Hasil dari koefisien regresi menunjukkan nilai positif yang berarti searah dan. Kesimpulan penelitian ini adalah adanya pengaruh pada konten media sosial terhadap sikap peduli lingkungan .

**Kata Kunci:** *Konten, Sikap Peduli Lingkungan, Pandawaragroup*

### ABSTRACT

*Social media is one of the platforms for each individual or group to share information, get information, interact with each other, collaborate, and create content through various applications, one of which is tiktok social media. Recently, the tiktok @pandawaragroup account attracted the public's attention regarding its content that cleans sewers, rivers, and rivers. This research aims to determine the influence of tiktok @pandawaragroup social media content on environmental care attitudes. This research uses the Uses And Effects theory. This research approach is quantitatively explanatory using survey. Data collection techniques through questionnaires with respondents from followers of the tiktok social media account @pandawaragroup. The data analysis techniques used are correlation, regression, coefficient of determination, and persial test. There are results in this study showing a strong correlation between variables. The result of regression coefficient show positive value that means counter-culture. The conclusion of this study is that there is an influence on social media content on an attitude of caring for the environment.*

**Keywords:** *Social Media, Content, Environmental Care Attitude, Pandawaragroup*

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang Masalah

Media sosial merupakan suatu wadah bagi setiap individu untuk mendapatkan dan membagikan berbagai macam informasi yang ada dikalangan dunia sesuai dengan perkembangan zaman. Melalui media sosial, setiap individu yang ada diseluruh penjuru dunia bisa dengan mudah berpartisipasi, berinteraksi, berbagi dan menciptakan suatu konten melalui berbagai macam aplikasi

Pengaruh media terhadap cara audiens memandang suatu peristiwa dan memproses informasi yang terkandung di dalamnya sangat signifikan. Media dapat mendorong terbentuknya kebiasaan sosial sebagai dampak tidak terduga dan diterima dari penggunaannya.

Media sosial tiktok menjadi salah satu yang banyak digunakan dari seluruh kalangan usia. Aplikasi tiktok memberikan kemudahan bagi para penggunanya dalam membagikan foto, video dan audio melalui pengeditan, menambahkan konten hingga memodifikasi konten dengan fitur-fitur yang disediakan oleh tiktok yang nantinya akan di unggah.

Pada satu sisi, media sosial khususnya media sosial tiktok dapat menjadi platform yang mengedukasi dan meningkatkan pengetahuan khalayak akan isu-isu seperti isu politik, trend, kesehatan, dan lingkungan untuk menjaga lingkungan seperti pengurangan limbah plastik, penghematan energi, dan tidak membuang sampah sembarangan dapat mempengaruhi khalayak untuk bersikap lebih peduli dan lebih memperhatikan lingkungan sekitar.

Permasalahan sampah merupakan salah satu permasalahan lingkungan hidup yang sering kali menjadi pusat perhatian

Kerusakan lingkungan yang dihasilkan oleh kegiatan dan aktivitas manusia menghasilkan sampah yang menumpuk akibatnya terjadinya kerusakan lingkungan yang berdampak besar seperti pencemaran tanah akibat bahan kimia yang berbahaya menurunkan kesuburan tanah, pencemaran air yang tidak layak dikonsumsi karena berbahaya bagi kesehatan manusia, pemanasan global, penyakit dan bencana alam seperti banjir karena penumpukan sampah yang tidak tertangani dengan baik.

Kerusakan lingkungan perlu dicegah tidak hanya melalui pelayanan pemerintah, tetapi juga melalui kesadaran masyarakat atau komunitas. Kesadaran untuk membentuk sikap individu ini diharapkan dapat membantu mengatasi masalah dalam domain lingkungan.

Peduli terhadap lingkungan adalah usaha untuk mendukung dan mewujudkan upaya pelestarian lingkungan, yang melibatkan elemen penting seperti tanah, air, dan udara. Pentingnya kesadaran akan lingkungan perlu diperkenalkan kepada masyarakat karena dampak pencemaran lingkungan dapat mempengaruhi kondisi lingkungan secara keseluruhan.

Berdasarkan latar belakang masalah penulis mengangkat judul pada penelitian ini dengan judul “Pengaruh Konten Media Sosial Terhadap Sikap Peduli Lingkungan (Survei akun tiktok @pandawaragroup pada followers)”.

### Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dan seberapa besar konten media sosial terhadap sikap peduli lingkungan (Survei akun tiktok @pandawaragroup pada followers)

Teori dikemukakan oleh Sven Windhal, Teori ini merupakan menggabungkan pendekatan Uses and Gratification dengan teori tradisional yang membahas efek dari penggunaan media. Teori uses and gratification menyatakan penggunaan media dipengaruhi oleh kebutuhan dasar individu, maka teori uses and effects mengakui kebutuhan hanya salah satu faktor yang mempengaruhi penggunaan media. (Sendjaja, 2014:5.43)

Teori ini menekankan bagaimana media dapat memiliki berbagai efek pada individu. Jika isi media menghasilkan efek tertentu, maka penggunaan media juga akan menghasilkan konsekuensi tertentu, dan ketika media dan penggunaan media terjadi bersamaan maka akan timbul *consequence*. (Daryanto, 2014:162)

Asumsi dasar teori uses and effects ini adalah keyakinan bahwa media memiliki banyak efek terhadap individu (Albertus, 2022:147). Dapat disimpulkan, teori ini menjelaskan bahwa efek penggunaan media sosial dipengaruhi oleh konten media dan bagaimana media tersebut digunakan.

### **Komunikasi**

Kata "komunikasi" atau "communication" dalam bahasa Inggris berasal dari akar kata Latin "communication", yang berasal dari kata "communis" yang berarti "sama". Dalam konteks ini, "sama" merujuk pada arti yang serupa. Ketika dua orang berkomunikasi, misalnya melalui percakapan, komunikasi terjadi atau berlanjut selama apa yang

dibicarakan memiliki kesamaan makna (Effendy, 2016:9).

### **Komunikasi Lingkungan**

Sarmiati menjelaskan bahwa komunikasi lingkungan secara umum merujuk pada penerapan proses komunikasi dan media yang direncanakan dan strategis untuk mendukung efektivitas pembuatan kebijakan dan mendorong keberlanjutan fungsi lingkungan (Muhtadi, 2023:374).

### **Media Baru**

Media baru merujuk pada platform-media yang menggunakan teknologi internet dan dapat diakses melalui perangkat komputer canggih dan ponsel. Perubahan yang signifikan dalam pengembangan media baru dipicu oleh kemajuan dalam penggunaan komunikasi satelit dan komputer sebagai dua kekuatan utamanya. (Nasrullah, 2014: 13-14).

### **Media sosial**

Menurut ML Knet Media sosial adalah segala jenis media komunikasi yang memungkinkan komunikasi dua arah, yaitu komunikasi yang memungkinkan umpan balik (*feedback*) atau tanggapan ketika sumber atau pengirim pesan mengirimkan pesan kepada penerima pesan. (Rachmawati, 2021:45-46).

### **Tiktok**

Tiktok merupakan sebuah aplikasi yang menggunakan perangkat ponsel untuk merekam dan mempersembahkan momen kreatif dan berharga dari berbagai penjuru dunia. Melalui Tiktok, pengguna diberi kesempatan untuk menjadi kreator konten dan diundang untuk berbagi ekspresi kreatif mereka melalui video berdurasi antara 15 detik hingga 3 menit (Sumber: Tiktok.com,

2019).

### **Konten**

Konten adalah raja, menyiapkan dan menyediakan materi inti yang disajikan ke teks media, grafik, suara, musik atau artikel video, televisi, konten-konten yang diterbitkan adalah aset (Aripin, 2021:33). Sedangkan menurut Muchyuzaar (2023:11) Konten adalah semua informasi yang terdapat di Internet. Konten berupa dokumen yang ditransmisikan secara digital merupakan hasil pengolahan teknologi informasi, rekaman ucapan berupa suara, gambar dan video.

Pembuatan konten sangat penting karena bagi pengguna, pengalaman dan kepuasan dipengaruhi oleh konten yang dibuat (Xiang, 2015:122), yang harus diperhatikan adalah *Kualitas Konten, Keandalan Konten, dan pemahaman konten* untuk keberhasilan konten yang telah dibuat.

### **Sikap**

Menurut Azwar (2022: 18-19) menjelaskan bahwa sikap dapat diartikan sebagai bentuk respons evaluatif. Respons tersebut muncul hanya ketika seseorang dihadapkan dengan stimulus yang memerlukan tanggapan. Tanggapan evaluatif merupakan respons yang diungkapkan dalam bentuk sikap, yang didasarkan pada proses penilaian dalam diri individu dengan 3 komponen yakni Kognitif (Kepercayaan), Afektif (Perasaan), dan Konatif (Perilaku).

### **Sikap Peduli Lingkungan**

Peduli terhadap lingkungan adalah sikap dan tindakan yang bertujuan untuk mencegah dan memperbaiki kerusakan

alam yang telah terjadi.. (Amirul, 2014:232).

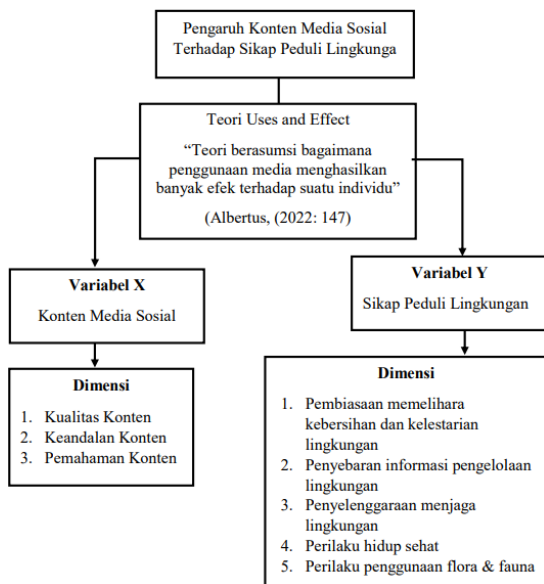
Menurut Azzet, karakteristik dari sikap peduli lingkungan adalah sifat manusia yang peduli dan memperhatikan lingkungan sekitarnya. Hal ini dapat tercermin melalui sikap dan tindakan yang dilakukan untuk mencegah kerusakan lingkungan alam sekitar dengan sebaik-baiknya (Yuniawatika, 2021:15).

Seseorang diharapkan berperan aktif dalam pengelolaan lingkungan dan memiliki sikap peduli lingkungan dengan cara sebagai berikut: (Yaumi, 2014:111):

- a. Memelihara fungsi lingkungan hidup, mencegah dan mengatasi pencemaran serta kerusakan.
- b. Memberikan informasi yang benar dan akurat mengenai pengelolaan lingkungan hidup.
- c. Mengadvokasi pentingnya menjaga kebersihan lingkungan dan memulihkan ekosistem yang tercemar.
- d. Menyajikan solusi untuk menciptakan lingkungan yang nyaman, bersih, indah, dan teratur.
- e. Memelihara dan menyampaikan pentingnya melestarikan lingkungan, seperti area kampus, rumah tangga, dan masyarakat, melalui penggunaan flora dan fauna secara sederhana.

## Kerangka Pemikiran

**Bagan 1 Kerangka Pemikiran**



Berdasarkan judul penelitian “Pengaruh Konten Media Sosial Terhadap Sikap Peduli Lingkungan (Survei akun tiktok @Pandawaragroup pada followers)” peneliti menyusun kerangka berpikir yang dapat membantu untuk menggambarkan konsep penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Diawali dengan konten media sosial @pandawaragroup yang menyebarkan konten bersih-bersih sungai, kali, dan selokan melalui media sosial tiktok yang nantinya akan mempengaruhi sikap peduli lingkungan masyarakat atau followersnya.

Hipotesis yang akan diuji adalah sebagai berikut:

Ho : Tidak ada pengaruh konten media sosial terhadap sikap peduli lingkungan

Ha : Terdapat pengaruh konten konten media sosial terhadap sikap peduli lingkungan

## Operasionalisasi Konsep

**Tabel 1 Operasionalisasi Konsep**

### Variabel X

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Variabel X Konten Media Sosial	Kualitas Konten	- Informatif	Likert
		- Kompatibel	
		- Relevan	
Keandalan Konten	Keandalan Konten	- Akurasi	Likert
		- Relevansi	
		- Kredibilitas	
		- Kelengkapan informasi	
Pemahaman Konten	Pemahaman Konten	- Bahasa	Likert
		- Kemudahan informasi	

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Variabel Y Sikap Peduli Lingkungan	Pembiasaan memelihara kebersihan dan kelestarian lingkungan	- Memelihara kelestarian lingkungan	Likert
		- Mencegah kerusakan lingkungan	
		- Menanggulangi pencemaran dan kerusakan lingkungan	
		- Menyebarkan informasi terkait lingkungan	
		- Akurat dalam penyebaran informasi	
Penyelenggaraan menjaga lingkungan	Penyelenggaraan menjaga lingkungan	- Menjaga kebersihan lingkungan	Likert
		- Memperbaiki pencemaran ekosistem	
Pengembangan lingkungan	Pengembangan lingkungan	- Menciptakan lingkungan nyaman, bersih, indah dan rapih	Likert
		- Menjaga dan menginformasikan kelestarian lingkungan	
Menjaga dan menginformasikan kelestarian lingkungan	Menjaga dan menginformasikan kelestarian lingkungan	- Perlunya melestarikan lingkungan sekitar	Likert
		- Pemanfaatan flora dan fauna secara sederhana	

## METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatif metode yang digunakan adalah metode survei. Teknik pengumpulan data melalui kuesioner yang disebar dengan google form kepada responden, Populasi

dalam penelitian ini adalah followers akun tiktok @pandawaragroup sebanyak 6,5 juta pertanggal 19 mei 2023 dengan sampel sebanyak 100 responden yang diambil dengan teknik probability sampling dengan jenis simple random sampling dengan kriteria: sudah pernah menonton konten media sosial tiktok @pandawaragroup.

Pretest dilakukan kepada kepada 30 responden untuk sampel uji coba, diluar dari sampel penelitian dengan nilai r tabel sebesar 0,361. Berikut ini perolehan hasil dari perhitungan SPSS:

**Tabel 2 Hasil Uji Validitas Variabel X**

Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
X1	0,421	0,361	VALID
X2	0,568	0,361	VALID
X3	0,621	0,361	VALID
X4	0,702	0,361	VALID
X5	0,436	0,361	VALID
<b>X6</b>	<b>0,337</b>	<b>0,361</b>	<b>TIDAK VALID</b>
X7	0,428	0,361	VALID
X8	0,573	0,361	VALID
X9	0,660	0,361	VALID
X10	0,733	0,361	VALID
X11	0,724	0,361	VALID
X12	0,520	0,361	VALID
X13	0,804	0,361	VALID
X14	0,812	0,361	VALID
X15	0,370	0,361	VALID
X16	0,677	0,361	VALID
X17	0,797	0,361	VALID
X18	0,785	0,361	VALID

Berdasarkan tabel di atas, diketahui nilai r hitung pernyataan 6 tidak valid atau r hitung < r tabel. Maka disimpulkan bahwa semua pernyataan variabel X dinyatakan valid kecuali pernyataan 6.

**Tabel 3 Hasil Uji Validitas Variabel Y**

Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Y1	0,397	0,361	VALID
Y2	0,434	0,361	VALID
Y3	0,622	0,361	VALID
Y4	0,785	0,361	VALID
Y5	0,677	0,361	VALID
Y6	0,805	0,361	VALID
Y7	0,388	0,361	VALID
Y8	0,713	0,361	VALID
Y9	0,442	0,361	VALID
Y10	0,723	0,361	VALID
Y11	0,653	0,361	VALID
Y12	0,700	0,361	VALID
Y13	0,631	0,361	VALID
<b>Y14</b>	<b>0,198</b>	<b>0,361</b>	<b>TIDAK VALID</b>
Y15	0,788	0,361	VALID
Y16	0,552	0,361	VALID
Y17	0,730	0,361	VALID
Y18	0,548	0,361	VALID
Y19	0,532	0,361	VALID
Y20	0,426	0,361	VALID

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa nilai r hitung pernyataan ke-14 tidak valid karena r hitung < r tabel. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan valid kecuali item pernyataan 14.

**Tabel 4 Hasil Reliabilitas Variabel X**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,899	17

Sumber: Output SPSS 25

Setelah melakukan uji reliabilitas terhadap data kuesioner yang telah dikumpulkan, diperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,899 untuk variabel X yang mana nilai Cronbach's Alpha > 0,600 sehingga disimpulkan bahwa 17 item pernyataan pada variabel X mempunyai reliabilitas yang reliabel.

**Tabel 5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,903	19

Sumber: Output SPSS 25

Setelah dilakukan uji reliabilitas terhadap data kuesioner yang telah dikumpulkan, diperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,903 untuk variabel Y yang dimana nilai Cronbach's Alpha 0,600 sehingga disimpulkan bahwa 19 item pernyataan variabel Y mempunyai reliabilitas yang reliabel atau layak untuk digunakan berulang kali.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner yang disebarakan kepada 100 followers dari akun tiktok @pandawaragroup terkait konten media sosial tiktaknya didapatkan hasil dari analisis data sebagai berikut:

### Uji Korelasi

**Tabel 6 Hasil Uji Korelasi**

Correlations			
		Konten Media Sosial	Sikap Peduli Lingkungan
Konten Media Sosial (X)	Pearson Correlation	1	.693**
	Sig. (2-tailed)		0.000
	N	100	100
Sikap Peduli Lingkungan (Y)	Pearson Correlation	.693**	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	
	N	100	100

Sumber: Output SPSS Versi 25

Berdasarkan tabel diatas nilai signifikansi adalah  $0,00 < 0,05$  yang berarti variabel X dan variabel Y berkorelasi atau memiliki hubungan. Pada nilai pearson correlation 0,693 yang berarti tingkat hubungan antar variabel termasuk kedalam kategori hubungan yang kuat.

### Uji Regresi

**Tabel 7 Hasil Uji Regresi**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	23.757	6.480		3.666	0.000
	Konten Media Sosial	0.799	0.084	0.693	9.510	0.000

Sumber: Output SPSS 25

Hasil perhitungan regresi pada tabel 7 diketahui nilai a atau konstanta sebesar 23,757 koefisien variabel bebas (X) sebesar 0,799 sehingga diperoleh persamaan regresi rumus  $Y = a + bX$  dan mendapatkan hasil  $Y = 23,757 + 0,799X$ . nilai positif (0,799) yang terdapat pada koefisien regresi variabel bebas (konten media sosial) menggambarkan arah hubungan antar konten media sosial dengan sikap peduli lingkungan searah, dimana setiap kenaikan satuan variabel bebas akan menyebabkan kenaikan variabel terikat sebesar 0,799.

### Koefisien Determinasi

**Tabel 8 Hasil Koefisien Determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.693 <sup>a</sup>	0.480	0.475	5.841

a. Predictors: (Constant), Konten Media Sosial

Sumber: Output SPSS 25

Berdasarkan tabel 8 diatas, disimpulkan bahwa besarnya nilai koefisien determinasi (R) 0,480% atau 48,0%. Yang berarti kontribusi variabel X terhadap variabel Y sebesar 48,0% dan sisanya 52,0%

dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian.

### Uji Hipotesis (Uji t)

**Tabel 8 Hasil Uji t**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	23.757	6.480		3.666	0.000
	Konten Media Sosial	0.799	0.084	0.693	9.510	0.000

Sumber: Output SPSS 25

Dari tabel diatas, hasil uji t (persial) menunjukkan bahwa nilai signifikansi Pengaruh Konten Media Sosial (X) terhadap Sikap Peduli Lingkungan (Y) adalah  $0,00 < 0,05$  dan nilai t hitung  $9,510 >$  nilai t tabel  $1,984$ . Maka  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima artinya terdapat pengaruh konten media sosial (X) terhadap sikap peduli lingkungan (Y).

### Pembahasan

Teori yang digunakan penelitian ini yaitu *Uses and Effect*. Teori uses and effects pertama kali dicetuskan oleh Sven Windhal, teori ini merupakan campuran antara pendekatan uses and gratification dan teori tradisional mengenai efek yang timbul karena penggunaan media. Asumsi dari teori uses and effects ini adalah banyak efek yang ditimbulkan oleh media terhadap suatu individu. Begitu juga dengan sikap peduli lingkungan suatu individu bisa timbul oleh konten-konten media sosial yang menyebarkan konten terkait lingkungan, dengan melihat konten-konten dari akun media sosial tiktok @pandaragroup individu bisa mendapatkan efek dari konten tersebut yang akan membuat individu bersikap positif atau negatif dari konten tersebut.

Berdasarkan hasil analisis, penelitian ini menunjukkan antara variabel bebas (Konten Media Sosial) dan variabel terikat (Sikap Peduli Lingkungan) memiliki angka korelasi  $0,693$  yang menunjukkan hubungan yang kuat antara variabel independent (X) Konten Media Sosial dan variabel dependent (Y) Sikap Peduli Lingkungan. Dengan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh konten media sosial yang kuat terhadap sikap peduli lingkungan.

Dalam hasil analisis regresi yang diperoleh dalam penelitian pada konten media sosial (X) terhadap sikap peduli lingkungan (Y) sebesar  $23,757$ , koefisien variabel konten media sosial sebesar  $0,799$  yang artinya menyatakan bahwa setiap nilai konten media sosial maka sikap peduli lingkungan akan mengalami peningkatan juga.

Dari hasil koefisien determinasi diperoleh besarnya nilai korelasi atau hubungan (R) adalah  $0,480$  dan dijelaskan besarnya presentase pangaruh kontenmedia sosial (variabel bebas) dan sikap peduli lingkungan (variabel terikat) yang disebut dengan koefisien determinasi arau R square ( $r^2$ ) adalah sebesar  $0,480$  atau  $48,0\%$ . Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh konten media sosial memiliki kontribusi  $48\%$ , sementara  $52\%$  lainnya dipengaruhi faktor lain diluar variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil uji hipotesis atau uji t, menghasilkan sebesar  $9,510$ . Maka t hitung  $>$  t tabel =  $9.510 > 1,984$ . Maka  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima, artinya terdapat pengaruh konten media sosial terhadap sikap peduli lingkungan, Pengaruh yang ada tersebut positif dan signifikan.



## Kesimpulan

Dari seluruh prosedur yang telah dilakukan oleh peneliti mulai dari awal hingga akhir, termasuk analisis data dan pembahasan yang telah dijelaskan, untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian dengan judul "Pengaruh Konten Media Sosial Terhadap Sikap Peduli Lingkungan (Survei akun TikTok @pandawaragroup pada pengikut)", peneliti dapat menyimpulkan hal-hal berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian diketahui ada hubungan yang kuat antara variabel independen (X) Konten media sosial dengan variabel dependen (Y) sikap peduli lingkungan. Hal ini dibuktikan dari hasil uji statistik dengan hasil sebesar 0,693 menggunakan rumus korelasi *pearson's product moment*.
2. Berdasarkan hasil uji regresi menunjukkan hasil positif yang berarti searah dan nilai dari koefisien determinasi pengaruh konten media sosial terhadap sikap peduli lingkungan adalah sebesar 48,0%. Sementara 52,0% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain diluar dari penelitian ini.

## Saran

1. Diharapkan kepada @pandawaragroup untuk berkolaborasi dengan pengguna tiktok lain untuk membuat konten bersih-bersih sampah dan menggunakan music yang trending agar bisa membuat konten trending.
2. Diharapkan kepada masyarakat untuk terlibat dalam kampanye sosial media yang dijalankan beberapa grup di media sosial untuk bantu perluas pengetahuan terkait lingkungan dan masyarakat bisa menjadi relawan kegiatan lingkungan

yang akan meningkatkan pengetahuan dan kemampuan terkait lingkungan.

3. Diharapkan juga kepada penelitian selanjutnya, dalam hasil skor koefisien determinasi sebesar 52,0% terdapat faktor lain yang mempengaruhi diluar penelitian ini, agar selanjutnya meneliti dengan menggunakan variabel lain yang bervariasi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Albertus, Friendly, dkk. (2022). **Sosiologi Komunikasi**. Bandung: CV Media Sains Indonesia
- Aripin, Zaenal. (2021). **Marketing Management**. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Azwar, Saifuddin. (2022). **Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya**. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Daryanto. (2016). **Teori Komunikasi**. Malang: Gunung Samudra.
- Muchyuzaar, Nizar. (2023). **Posskriptum: Para Pembuat Mitos**. Yogyakarta: BasaBasi.
- Muhtadi, Asep. (2023). **Etika Komunikasi Organisasi Filosofi, Konsep dan Aplikasi**. Bandung: Pusat Penelitian dan Penerbitan
- Nasrullah, Rulli. (2014). **Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)**. Jakarta: Prenada Media Group.
- Rachmawati, Hilda. (2021). **Komunikasi Merek Di Media Sosial & Penerapannya Pada Tv Berita**. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Sendjaja, Djuarsa. (2014). **Teori Ilmu Komunikasi**. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka
- Yaumi, Muhammad. (2014). **Pendidikan Karakter Landasan, Pilar, dan**

**Implementasi.** Jakarta: Prenada media.Group.

Yuniawatika dan Manggalia, dkk. (2021).

**Karakter Peduli Lingkungan dan Kompetensi Abad 21 Di Sekolah Dasar.** Jawa Timur: CV. Bayfa Cendekia Indonesia.

Mukminin, Amirul. (2014). **Strategi**

**Pembentukan Karakter Peduli Lingkungan di Sekolah Adiwiyata Mandiri.** Jurnal Pendidikan Islam. 19(02). 277-252

Xiang, et.al. (2015). **What can big data**

**and text analytics tell us about hotel guest experience and satisfaction.** Journal of Hospitality Management Pumplinn Collage of Business. 44(2015). 120-130