Journal of Innovative and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: journaljoecy@gmail.com

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2776-771X (Online)
ISSN 2962-570X (Printed)
6 (2) 2026, Page: 27356-27358

Analisis Semiotika Dalam Konten Tiktok @Pandawaragroup Tentang Pesan Moral Isu Lingkungan

Suryati[1], Silvia Assoburu[2], mardiah[3]
[123]Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang
Email : mardiahya89@gmail.com

Published: May , 2026

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pesan moral dan isu lingkungan yang terkandung dalam konten TikTok @PandawaraGroup dengan menggunakan pendekatan semiotika Charles Sanders Peirce. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada meningkatnya permasalahan lingkungan di Indonesia, seperti pencemaran sungai dan penumpukan sampah, serta pentingnya peran media sosial sebagai sarana kampanye kesadaran publik. Pandawara Group hadir sebagai komunitas kreatif yang memanfaatkan TikTok untuk menyampaikan pesan lingkungan melalui konten visual yang persuasif dan edukatif. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi dan dokumentasi terhadap beberapa video unggahan Pandawara Group. Analisis dilakukan menggunakan model triadik Peirce yang meliputi representamen, objek, dan interpretant guna mengungkap makna tanda dalam konten. Hasil penelitian menunjukkan bahwa visual seperti tumpukan sampah, air sungai yang keruh, serta aktivitas pembersihan lingkungan merepresentasikan kondisi nyata kerusakan lingkungan sekaligus menjadi simbol ajakan moral kepada masyarakat untuk peduli dan bertanggung jawab. Selain itu, narasi yang disampaikan juga mengandung kritik sosial terhadap perilaku masyarakat yang kurang sadar lingkungan. Melalui kombinasi tanda visual dan verbal, konten TikTok Pandawara mampu membangun interpretasi yang kuat sehingga mendorong perubahan sikap audiens terhadap pentingnya menjaga kebersihan dan kelestarian lingkungan.

Kata kunci: semiotika, TikTok, Pandawara Group, pesan moral, lingkungan, Charles Sanders Peirce

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Atibution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

PENDAHULUAN

Kerusakan lingkungan seperti pencemaran sungai, penumpukan sampah plastik, dan banjir akibat ulah manusia menjadi perhatian serius di Indonesia. Di era digital, media sosial berperan strategis dalam menyebarkan pesan moral dan edukasi lingkungan. Salah satu akun yang aktif mengkampanyekan kebersihan lingkungan adalah @PandaWaraGroup di TikTok. Komunitas pemuda asal Bandung ini konsisten mengunggah video aksi pembersihan sungai, pantai, dan selokan yang tercemar sampah.

TikTok dengan format video pendek dan jangkauan luas terbukti efektif membangun kesadaran publik. Namun, penelitian sebelumnya lebih banyak menyoroti efektivitas kampanye atau strategi komunikasi, belum banyak yang mengupas bagaimana makna dibangun melalui tanda-tanda visual dan verbal dalam konten tersebut. Padahal, pemahaman mendalam tentang proses pemaknaan sangat penting untuk mengetahui bagaimana pesan moral dan isu lingkungan diterima oleh audiens.

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) mengidentifikasi pesan moral dan isu lingkungan dalam konten TikTok @PandaWaraGroup, serta (2) menganalisis bagaimana pendekatan semiotika dapat membantu memahami pesan-pesan tersebut. Penelitian ini menggunakan teori semiotika Charles Sanders Peirce yang berfokus pada hubungan triadik: representamen (tanda), objek (acuan), dan interpretant (makna yang muncul di benak audiens).

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode analisis semiotika model Charles Sanders Peirce. Objek penelitian adalah tiga video dari akun TikTok @PandaWaraGroup yang diunggah pada tahun 2023–2024 dengan tingkat engagement tinggi (views, likes, komentar) serta relevan dengan isu lingkungan. Ketiga video tersebut berjudul:

1. "Bersama-sama bergotong royong menjaga kebersihan lingkungan" (2,4 juta views)
2. "Bukan Bandung lautan api tapi Bandung lautan sampah" (31,8 juta views)
3. "Pantai terkotor no 4 di Indonesia" (140,3 juta views)

Data primer diperoleh dari observasi dan dokumentasi terhadap konten video, teks narasi, serta simbol visual dalam setiap adegan. Data sekunder berupa jurnal, artikel, dan berita terkait Pandawara Group. Analisis dilakukan dengan mengidentifikasi tiga jenis tanda menurut Peirce: ikon (kemiripan fisik), indeks (hubungan sebab-akibat), dan simbol (kesepakatan sosial/budaya), kemudian menafsirkan makna moral dan isu lingkungan yang terkandung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pesan Moral dan Isu Lingkungan dalam Konten

Hasil analisis menunjukkan bahwa ketiga video mengandung pesan moral yang kuat tentang tanggung jawab individu dan kolektif terhadap lingkungan. Isu utama yang diangkat adalah pencemaran sungai dan pantai akibat sampah plastik serta limbah rumah tangga. Pandawara Group tidak hanya menampilkan realitas kerusakan, tetapi juga mengkritik perilaku masyarakat yang kurang peduli dan sistem pengelolaan sampah yang lemah.

Video 1 menekankan pentingnya gotong royong. Visual tumpukan sampah di aliran sungai menjadi ikon dari kelalaian manusia, sementara aksi pembersihan bersama mengindikasikan bahwa perubahan hanya bisa terjadi melalui solidaritas sosial. **Video 2** menggunakan analogi "Bandung lautan sampah" sebagai kritik sosial. Sungai yang dipenuhi sampah menjadi indeks dari rendahnya kesadaran kolektif. **Video 3** menampilkan anak-anak di pantai kotor dengan narasi "Kami ingin bisa bermain bola" – simbol dari hilangnya hak anak atas lingkungan yang layak.

2. Analisis Semiotika Peirce

Melalui pendekatan Peirce, setiap tanda dalam konten dipilah menjadi ikon, indeks, dan simbol:

Jenis Tanda	Contoh dalam Konten	Makna yang Dibangun
Ikon	Tumpukan sampah, air keruh, pantai kotor	Kemiripan langsung dengan realitas pencemaran lingkungan; membangkitkan empati audiens
Indeks	Sampah yang menumpuk di sungai → potensi banjir; anak-anak berdiri di pantai kotor → hilangnya hak bermain	Hubungan sebab-akibat; menunjukkan bahwa kerusakan lingkungan berdampak nyata pada kesehatan dan kualitas hidup
Simbol	Gotong royong, hashtag #onedayonetrashbag, narasi "kami ingin bisa bermain bola"	Nilai sosial dan moral yang disepakati masyarakat; membangun identitas gerakan dan ajakan kolektif

Interpretant (makna di benak audiens) yang muncul antara lain: kesadaran bahwa kerusakan lingkungan bukan bencana alam, melainkan hasil ulah manusia; dorongan untuk ikut menjaga kebersihan; serta pemahaman bahwa tindakan kecil seperti tidak membuang sampah sembarangan memiliki dampak besar.

3. Efektivitas Konten sebagai Media Edukasi

Kombinasi ketiga jenis tanda membuat konten Pandawara Group tidak hanya informatif tetapi juga persuasif dan emosional. Visual kontras antara kondisi sebelum dan sesudah pembersihan memperkuat pesan bahwa perubahan itu mungkin. Narasi yang lugas dan tidak menggurui membuat pesan mudah diterima berbagai kalangan. Tingginya interaksi publik (komentar, like, share) membuktikan bahwa pesan moral dan isu lingkungan berhasil menjangkau dan menggugah kesadaran audiens.

KESIMPULAN

Pesan moral dan isu lingkungan yang disampaikan pada dalam konten tiktok pandawara yang menekankan bahwa tanggung jawab individu dan kolektif agar lebih peduli terhadap lingkungan. Melalui visualisasi sungai dan pantai yang dipenuhi sampah, Pandawara juga menyampaikan bahwa perilaku

membuang sampah sembarangan merupakan tindakan tidak bermoral dikarenakan merugikan masyarakat luas dan generasi mendatang. Serta isu lingkungan yang berkaitan dengan pencemaran lingkungan akibat sampah, khususnya sampah plastik di sungai, pantai, dan saluran air perkotaan. Isu ini dikaitkan dengan dampak lanjutan seperti banjir, dan rusaknya ekosistem perairan, serta menurunnya kualitas hidup masyarakat sekitar. Hasil Analisis semiotika pada penelitian ini membantu memahami pesan moral dan isu lingkungan dalam konten TikTok Pandawara Group dengan menafsirkan makna tanda-tanda visual dan verbal seperti tumpukan sampah, kondisi sungai tercemar, serta aksi bersih-bersih yang ditampilkan. Tanda-tanda tersebut tidak hanya merepresentasikan fakta pencemaran lingkungan, tetapi juga membangun makna moral tentang tanggung jawab manusia terhadap alam dan kritik terhadap perilaku masyarakat yang abai. Dengan demikian penelitian melalui pendekatan semiotika dapat disimpulkan bahwa konten Pandawara Group membingkai isu lingkungan sebagai persoalan sosial dan etis, sekaligus mengajak audiens untuk mengubah perilaku dan menumbuhkan kesadaran ekologis

SARAN

Berdsarkan hasil Penelitian ini, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut: 1. Peneliti menyarankan agar konten TikTok pada akun @pandawaragroup, agar memperkuat pesan edukatif dalam setiap video, dengan menambahkan informasi singkat tentang jenis sampah, dampak ekologisnya, atau cara pengelolaan yang benar, sehingga penonton tidak hanya tersentuh secara emosional tetapi juga memperoleh pengetahuan praktis. 2. Dokumentasikan dampak jangka panjang, dengan memberikan kondisi lokasi yang sudah dibersihkan beberapa bulan kemudian, untuk menunjukkan bahwa aksi mereka bukan sekadar simbolik, tetapi berkelanjutan. 3. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menggabungkan analisis semiotika dengan studi resepsi audiens, agar diketahui apakah pesan moral dan isu lingkungan benar-benar dipahami sesuai dengan makna yang dibangun dalam konten

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, M. Y., Damayanti, N., & Ardhoyo, N. A. W. (2023). Kampanye Media Sosial Tiktok @Pandawaragroup Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Menjaga Kebersihan Lingkungan. *Jurnal Cyber PR*, 3(2), 96–103.
- Ayu, F., dkk. (2023). Pesan Kesadaran Lingkungan Di Akun TikTok Pandawara. *Prosiding*, 1280– 1290.
- Febriyanti, D., & Salsabila, A. Z. (2024). Strategi Kampanye Pandawara Group Melakukan Sanitasi Lingkungan Melalui Media Sosial Tiktok. *Kultura*, 2(1), 301–311.
- Natasari, N. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Instagram dalam Mendorong Kesadaran Lingkungan. *Jurnal Komunikasi*, 4(2), 227–236.
- Setiawan, T., Tahir, M., & Fanshuri, F. (2024). Ekologi Media: Kontekstualitas Pesan Empowerment Terhadap Konten Pandawara Group (Studi Semiotik Peirce). *Ecology Media*, 5(2), 302–311.
- Siregar, E.D., & Wulandari, S. (2020). Kajian Semiotika Charles Sanders Peirce: Relasi Trikotomi Ikon, Indeks dan Simbol. *Titian: Jurnal Ilmu Humaniora*, 4(1), 29–41.
- Ummah, U. (2024). Analisis Wacana Pesan Moral Pada Konten Tiktok @Pandawaragroup. *Skripsi*.
- Wahyudi, R. F., dkk. (2025). Bahasa Visual Dalam Iklan Digital: Studi Semiotika Pada Platform Media. *Jurnal*, 7(1), 27–39.