

Penggunaan Media Sosial Instagram Pandawara Group (@Pandawaragroup) Sebagai Media Komunikasi Program Kerja Ajaraksa Pada Siswa SMPN 13 Bandung

Normanela Tassel Epaphras Manurung¹, Dimas Satrio Wijaksono²

¹ Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, normanelat@telkomuniversity.ac.id

² Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, dimassatrio@telkomuniversity.ac.id

Abstract

This research aims to look at the use of the Pandawara Group Instagram social media (@pandawaragroup) as a communication medium for the Ajaraksa work program for SMPN 13 Bandung students. There are two views held by Pierre Levy, namely the view of social interaction and social integration. This research was conducted using a qualitative approach method where there were subjects as informants, namely four key informants, one supporting informant, and one expert informant. The data collection method will be in the form of interviews with informants in the form of subjects, observations, and also followed by documentation in interview activities and also observations. The validity of the data depends on the source triangulation technique. The research results show that the view of social interaction using social media Instagram @pandawaragroup is quite effective but can add information from uploaded videos. Meanwhile, from a social integration perspective, the use of Instagram social media is quite effective.

Keywords-Pandawara Group, Ajaraksa, Instagram, social interaction, social integration

Abstrak

Penelitian ini memiliki sebuah tujuan untuk melihat penggunaan media sosial Instagram Pandawara Group (@pandawaragroup) sebagai media komunikasi program kerja Ajaraksa pada siswa SMPN 13 Bandung. Dalam teori media baru milik Pierre Levy, adapun dua pandangan yang telah dikemukakan olehnya yakni pandangan interaksi sosial dan integrasi sosial. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode pendekatan kualitatif dimana ada subjek sebagai informan wawancara yakni empat orang informan kunci, satu orang informan pendukung, dan satu orang informan ahli. Metode pengumpulan data akan berupa wawancara dengan informan-informan berupa subjek, observasi, dan juga diikuti dengan dokumentasi dalam kegiatan wawancara dan juga observasi. Keabsahan data bergantung pada teknik triangulasi sumber. Penelitian ini melaksanakan wawancara dan observasi secara tidak langsung dan berbasis online. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pandangan interaksi sosial penggunaan media sosial Instagram @pandawaragroup sudah cukup efektif namun dapat menambah informasi dari video yang diunggah. Sedangkan dalam pandangan integrasi sosial, penggunaan media sosial Instagram sudah cukup efektif.

Kata kunci-Pandawara Group, Ajaraksa, Instagram, interaksi sosial, integrasi sosial

I. PENDAHULUAN

Sampah merupakan suatu benda atau barang yang sudah tidak digunakan atau dibutuhkan oleh manusia sehingga dibuang. Pandangan masyarakat tidak jarang mengasosiasikan sampah dengan hal yang menjijikan dan kotor. Sampah terbagi menjadi 2 jenis yakni, sampah organik dan anorganik (Agatha et al., 2020). Sampah dapat menjadi permasalahan besar apabila dibiarkan menumpuk. Sampah yang dibiarkan dapat menjadi penyebab dari bencana banjir, longsor, pencemaran udara, pencemaran air, dan membawa berbagai jenis penyakit (Mulyati, 2021). Sampah-sampah yang menumpuk dapat ditimbulkan dari masyarakat yang masih membuang sampah sembarangan, sumber daya yang terbatas, atau sistem pengelolaan sampah dari pemerintahan yang belum optimal.

Di Indonesia sendiri tidak jarang mengalami banjir dan longsor diakibatkan oleh sampah. Pada tahun 2022, Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional (SIPSN) dan Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) mengatakan bahwa Indonesia telah memiliki jumlah timbunan sampah sebanyak 21,1 juta ton. Dari sebanyak 21,1 juta ton, sebesar 7,2 juta ton belum terkelola dengan sempurna sehingga masih ada permasalahan sampah yang cukup besar di Indonesia (Deputi 5, 2023). Di tahun 2023, tercatat oleh data yang dimiliki oleh UNEP (United Nations Environment Programme) bahwa Indonesia merupakan negara kedua penghasil sampah terbanyak di dunia setelah Cina (Indraswari, 2023). Dikarenakan permasalahan sampah yang ada, muncul kekhawatiran dan kegelisahan dari pemerintahan dan masyarakat akan keamanan, kenyamanan, dan keselamatan yang ada di lingkungan Indonesia. Dengan adanya permasalahan yang dimiliki oleh Indonesia, adapun beberapa pihak yang mencari cara untuk mengatasi dan mencegah permasalahan ini. Beberapa di antaranya adalah pemerintah, para warga, dan pihak media terutama media baru.

Media baru biasa dikenal sebagai *new media*. Media baru merupakan media yang dimulai dari lahirnya internet dimana media massa dengan internet dapat mencapai khalayak lebih luas. Media baru sekarang dapat kita temukan berupa situs web dan dunia maya seperti media sosial. Media sosial merupakan medium di internet yang memiliki sebuah akses bagi para pengguna untuk berinteraksi dan berkomunikasi dengan pengguna lain dan bersosialisasi hingga mengenal satu sama lain melalui dunia maya (Widada, 2018). Dengan adanya media baru yang digunakan muncullah sebuah teori dengan 2 pandangan dalam media baru, seperti media sosial. Pandangan ini dimunculkan oleh Pierre Levy, yakni pandangan interaksi sosial dan pandangan integrasi sosial (Feroza & Misnawati, 2020).

Salah satu pihak yang menggunakan sosial media untuk mencegah dan mengatasi permasalahan sampah di Indonesia adalah Pandawara Group. Pandawara Group merupakan sebuah sekelompok anak muda yang membuat dan mengunggah konten berisi membersihkan sampah dan memberikan informasi mengenai permasalahan sampah yang ada di Indonesia. Dengan akun instagram yang telah diciptakan sejak tahun 2019, aktif mengunggah konten mengenai sampah pada tahun 2022, dan terverifikasikan pada Januari 2023, Pandawara Group (@pandawaragroup) telah menghasilkan 2,3 juta pengikut dalam satu tahun.

Pada akhir tahun 2023, Pandawara Group melaksanakan sebuah program kerja Ajaraksa yang berkegiatan dalam sosialisasi kepada siswa/i SMPN favorit Bandung, tepatnya SMPN 2, SMPN 5, dan SMPN 7. Dalam kegiatan ini, Pandawara Group menghadiri SMPN tersebut dan melakukan sosialisasi dan kegiatan berupa lomba antar kelas yang berhubungan dengan sampah, yakni membuat karya dari sampah, dengan tujuan untuk memberikan sebuah edukasi kepada siswa/i mengenai sampah dan cara pengelolaannya. Ajaraksa disebarluaskan oleh Pandawara Group tepatnya melalui media sosial Instagram. Unggahan yang dilakukan berupa gabungan cuplikan video kegiatan pada SMPN tersebut dengan beberapa informasi terkait program kerja tersebut. Hal ini memberikan pengikut Pandawara Group untuk wawasan terhadap program kerja ini. Adapun pandangan yang dapat diberikan oleh orang-orang lain terhadap unggahan Pandawara Group terutama para siswa/i SMPN Favorit Bandung lainnya seperti siswa/i di SMPN 13. Dilansir dari AyoBandung.com, ketiga SMP yang dihadiri oleh Pandawara, yakni SMPN 2, SMPN 5, dan SMPN 7 merupakan 3 dari 10 SMP Favorit di Bandung dimana SMPN 5 merupakan SMP favorit pertama, diikuti oleh SMPN 2 di nomor 2, dan SMPN 7 Bandung di nomor 4 (Fadilah, 2023). Sebelum tingkatan di SMPN 7, ada sebuah SMP, yakni SMPN 13 Bandung yang tidak dihadiri oleh Pandawara. Dengan artian, SMPN 13 merupakan pihak yang dapat menjadi target sesuai sehingga bisa memberikan pandangan serupa terhadap program kerja Ajaraksa namun melalui media sosial Instagram. Mengetahui sampah yang begitu banyak dan kegiatan-kegiatan yang telah dilakukan oleh Pandawara Group dalam rangka untuk membantu keadaan sampah yang ada di Indonesia, program kerja Ajaraksa merupakan salah satu cara yang dapat meraih banyak anak muda untuk mempelajari mengenai sampah. Dengan keberadaan program ini, tentunya banyak siswa/i SMPN Bandung yang dihadiri dan penonton yang melihat melalui Instagram dapat mempelajari pentingnya menjaga lingkungan. Unggahan yang dilakukan oleh Pandawara Group bukan hanya memberikan wawasan dan pengajaran mengenai sampah, namun dapat memicu penonton atau kelompok lain untuk melakukan program kerja sosialisasi mengenai sampah.

Dalam penjelasan yang telah dipaparkan di atas, kita dapat lihat bagaimana Pandawara Group mengadakan program kerja Ajaraksa dan memberikan sebuah pengajaran atau sosialisasi kepada siswa/i SMP di Bandung dan melakukan unggahan ke media sosial Instagram mengenai program tersebut. Dengan adanya program yang sangat bermanfaat ini, peneliti ingin melihat bagaimana penggunaan media sosial Instagram Pandawara Group dalam memberikan informasi terkait program kerja Ajaraksa kepada para pengguna terutama siswa SMP di Bandung lainnya, terutama SMP Favorit yang setara dengan target yakni SMPN 13 Bandung. Keberadaan penelitian ini dapat membantu masyarakat untuk melihat bagaimana media sosial dapat membantu warga internet untuk mendapatkan informasi dan

mendapatkan dampak dan pengaruh baik terutama untuk melaksanakan atau ikut serta program kerja yang serupa dengan Ajaraksa. Dengan itu, berikut adalah penelitian mengenai penggunaan media sosial Instagram Pandawara Group (@pandawaragroup) sebagai media komunikasi program kerja Ajaraksa pada siswa SMPN 13 Bandung.

II. TINJAUAN LITERATUR

A. New Media

New Media atau media baru merupakan sebuah perkembangan dari media konvensional seperti media cetak menjadi sebuah media massa yang menggunakan perkembangan teknologi terutama dengan munculnya internet yang dalam bahasa Inggris berarti *international connection networking*. Menurut Power dan Littlejohn, new media merupakan periode baru dimana teknologi interaktif dan komunikasi jaringan, terutama internet, dapat mengubah masyarakat (Indrawan & Ilmar, 2020). Berdasarkan teori *New Media* Pierre Levy, adapun dua pandangan yang telah diberikan olehnya (Feroza & Misnawati, 2020b):

1. Pandangan interaksi sosial: Pandangan ini membedakan media berdasarkan kedekatan yang dimiliki dengan interaksi secara langsung atau tatap muka. *World Wide Web* atau disingkat menjadi WWW dilihat sebagai suatu lingkungan dengan informasi yang terbuka, fleksibel, dan dinamis sehingga memudahkan manusia untuk mengembangkan pengetahuan yang baru dan juga terlibat dalam dunia demokrasi tentang pembagian mutual dan pemberian kuasa yang lebih interaktif dan berdasarkan pada masyarakat.
2. Pandangan integrasi sosial: Pandangan ini menggambarkan media bukan hanya sebagai sarana penyampaian informasi, interaksi, atau penyebaran, melainkan sebagai suatu ritual atau cara di mana manusia memanfaatkan media untuk membentuk masyarakat. Media tidak sekadar menjadi alat informasi atau sarana untuk menarik perhatian diri sendiri, melainkan merupakan kekuatan yang menggabungkan kita dalam berbagai bentuk masyarakat dan memberikan perasaan kepemilikan bersama.

B. Media sosial

Media sosial merupakan suatu bagian dari media baru sesuai dengan kategori McQuail yakni dalam media partisipasi kolektif (McQuail, 2010). Media sosial menjadi suatu bagian besar dari kehidupan masyarakat Indonesia dengan perhitungan di tahun 2023 oleh Data Indonesia dimana sebanyak 167 juta pengguna atau 60,4% dari seluruh penduduk di Indonesia (Widi, 2023). Media sosial merupakan suatu bagian dari media yang memiliki manfaat yang berguna bagi para penggunanya. Menurut Puntodi di tahun 2011, beberapa manfaat yang diberikan oleh media sosial adalah (Fitriani, 2017):

1. Media sosial dapat memberikan kesempatan para pengguna untuk bersosialisasi, berkomunikasi, berkoneksi, dan mendapatkan popularitas.
2. Media sosial dapat memberikan keuntungan bagi pengguna dalam mencari informasi baru seperti pengenalan produk baru.
3. Media sosial dapat membantu pengguna selaku pemasar untuk lebih mudah berkomunikasi dengan target pasar dalam perihal menjual suatu barang atau memberikan suatu pesan seperti informasi.
4. Media sosial mempermudah para pengguna dalam memberikan informasi lebih luas dikarenakan media sosial memiliki kemungkinan sebuah informasi atau pesan untuk viral atau tersebar secara luas dan cepat.

Media sosial memiliki beberapa karakteristik yang membedakan media sosial dengan media massa lainnya. Menurut Hadi Purnama, adapun beberapa karakteristik yang dimiliki oleh media sosial, yakni (Jiyanto & Miftah, 2017):

1. Jangkauan atau *reach*, dimana media sosial dapat menjangkau mulai dari skala terkecil seperti daerah dimana konten disebar hingga mencapai skala global seperti daerah internasional diluar dari negara dimana konten tersebut dibuat.
2. Aksesibilitas atau *accessibility*, dimana media sosial dapat diakses oleh para pengguna secara mudah dan memiliki biaya yang dapat dijangkau oleh para pengguna.
3. Penggunaan atau *usability*, dimana media sosial dapat digunakan dengan tanpa keterampilan khusus dan dapat digunakan secara mudah oleh para pengguna.
4. Aktualitas atau *immediacy*, dimana dalam media sosial respon atau *feedback* yang diberikan oleh khalayak jauh lebih cepat.
5. Tetap atau *permanence*, dimana media sosial memiliki karakteristik dimana komentar dan konten dapat diubah atau ada penyuntingan.

C. Instagram

Instagram merupakan sebuah media sosial yang digunakan dengan fokus untuk mengunggah foto dan video. Dengan berbagai macam fitur yang dimiliki oleh Instagram, pengguna dapat mengekspresikan dirinya dan mengungkapkan apa yang dirasakan. Adapun beberapa fitur dengan manfaatnya masing-masing yang dimiliki oleh Instagram, yakni (Antasari & Pratiwi, 2022):

1. Profil dan Bio: fitur ini berguna untuk mengenalkan siapa penggunanya dan memberikan informasi kepada pengikut secara sederhana.
2. Unggah foto dan video: fitur ini berguna untuk mengekspresikan diri pengguna atau memberikan informasi kepada pengguna lain dalam bentuk foto atau video. Fitur ini dapat diunggah dalam jumlah lebih dari satu.
3. Fitur *Stories*: fitur ini berguna untuk mengunggah informasi dalam bentuk foto atau video dengan tayangan berdurasi selama 24 jam.
4. Caption: fitur ini berguna untuk memberikan keterangan tentang video atau foto yang diunggah.
5. Komentar: fitur ini berguna untuk memberikan komentar terhadap unggahan yang diberikan oleh pengguna.
6. *Hashtag*: fitur ini berguna untuk mengelompokkan unggahan berupa video dan foto yang dapat diakses oleh orang-orang sehingga mempermudah pengguna untuk mencari konten serupa.
7. *Like*: fitur ini berguna untuk memberikan tanda suka oleh pengguna terhadap unggahan pengguna lain dengan cara mengetuk dua kali atau biasa dikenal sebagai *double-tap*.
8. *Activity*: fitur ini berguna untuk melihat aktivitas yang dilakukan oleh pengguna seperti berapa lama telah membuka *Instagram*.
9. *Direct Message (DM)*: fitur ini berguna untuk bertukar pesan antar pengguna dimana pesan yang dikirimkan tidak terbuka untuk umum dan hanya dapat diakses oleh pemilik.
10. *Geotagging (Tak Lokasi)*: fitur ini berguna untuk mengelompokkan unggahan berdasarkan lokasi yang telah disambungkan dengan foto atau video yang telah diunggah.
11. *Story Archive*: fitur ini berguna untuk melihat *story* yang telah diunggah dan telah melewati durasi 24 jam. Fitur ini hanya dapat dilihat oleh pengguna.

III. METODOLOGI PENELITIAN

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan cara mewawancarai, observasi, dan dokumentasi. Penelitian ini membutuhkan 6 subjek, yakni 4 siswa/i SMPN 13 Bandung, 1 anggota dari Pandawara Group, dan 1 informan ahli. Dalam penelitian ini, adapun unit analisis sebagai berikut:

Unit Analisis	Sub Analisis	
Teori “New Media” Pierre Levy	Interaksi Sosial	Informasi yang diterima oleh pengikut Pandawara Group mengenai unggahan program kerja Ajaraksa
	Integrasi Sosial	Respon yang diberikan oleh pengikut Pandawara Group mengenai unggahan program kerja Ajaraksa

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pandangan Interaksi Sosial

Berdasarkan dengan pemahamannya, pandangan interaksi sosial merupakan sebuah pandangan dari teori new media Pierre Levy yang mengatakan bahwa media baru memberikan informasi yang dinamis, terbuka, serta merupakan tempat untuk menambahkan pengetahuan baru. Instagram sendiri merupakan sebuah jejaring sosial yang memperbolehkan penggunanya untuk mengunggah foto ataupun video dan memperbolehkan para penggunanya untuk berinteraksi dengan pengguna akun lain (Denishtsany, 2023).

Pada tahun 2024, (Annur, 2024) sebuah media informasi online yang memberikan data-data yang ada di Indonesia yakni KataData.co.id mengatakan bahwa Instagram merupakan media sosial yang lebih sering digunakan dibandingkan beberapa media sosial lainnya dikarenakan memiliki fitur-fitur yang cukup banyak dimana memperbolehkan para pengguna untuk mengunggah foto 1x24 jam yaitu story, mengunggah foto dan video di halaman pribadi yaitu post dan reels, memperbolehkan para pengguna untuk mengirim pesan satu dengan lainnya yaitu direct message, dan fitur lainnya.

Akun Instagram Pandawara Group sendiri merupakan sebuah akun yang memberikan informasi dan berinteraksi dengan para pengikutnya. Kelompok ini berisi dengan Ikhsan Destian, Gilang Rahma, Muhammad Rifqi, Raffly Pasya, dan Agung Permana dimana kelima anggota menjalankan akun dengan mengisi konten-konten akun mereka mengenai sampah dan program kerja yang mereka laksanakan, salah satunya yakni program kerja Ajaraksa.

Setelah mendapatkan hasil analisis dari wawancara dan dokumentasi, media sosial Instagram merupakan media yang dapat memberikan informasi yang cukup mengenai program kerja Ajaraksa. Hal ini dikarenakan Instagram sendiri memberikan beberapa fitur pendukung yang mengizinkan untuk pengikut dan pengguna berinteraksi lebih banyak. Tetapi, untuk mencapai dan menjangkau warga internet lebih banyak adapun media sosial TikTok yang memiliki fitur halaman utama yang mempersilahkan video-video dari orang yang tidak dikenal atau tidak diikuti untuk masuk sehingga mencapai lebih banyak orang. Hal ini pun direkomendasikan oleh informan ahli dalam memilih media.

Berdasarkan dengan hasil penelitian dan jawaban yang diberikan, dapat dikatakan bahwa informasi yang diberikan oleh Pandawara Group mengenai program kerja Ajaraksa sudah cukup sesuai. Dalam pemahaman mengenai apa itu Ajaraksa, untuk siapa Ajaraksa, bagaimana Ajaraksa dilaksanakn, kapan, dan dimana Ajaraksa, adapun informasi yang didapatkan cukup sesuai.

Mengenai bagaimana program kerja ini berjalan dan apa saja kegiatan yang dilakukan, Pandawara sendiri pun mengatakan bahwa kegiatan dalam program kerja Ajaraksa itu berisi dengan kegiatan yang berisi permainan atau games dan dilanjut dengan sebuah edukasi terkait dengan sampah dan lingkungan, kemudian diadakan sebuah lomba antar kelas untuk memunculkan sifat gotong royong dan kerja samanya dalam menjaga lingkungan dalam bentuk sebuah karya yang dibuat dari barang bekas. Berdasarkan dari apa yang telah dilihat dan ditonton oleh Pandawara Group, para informan kunci mendapatkan informasi terkait kegiatan yang dilakukan dalam program kerja Ajaraksa ini. Semua informan menyebutkan mengenai edukasi yang dilakukan, pemungutan sampah yang dilakukan, dan lomba atau games dalam membuat sampah menjadi karya.

Mengenai siapa target dari program ini, Pandawara telah menjelaskan bagaimana target yang dipilih merupakan siswa-siswi SMP di Bandung dikarenakan siswa/i SMP merupakan target yang paling sesuai untuk diberikan edukasi dan menjadi target pertama dalam program kerja ini. Siswa SMP sudah cukup besar untuk memahami informasi yang diberikan namun tidak berada di tingkat SMA dimana setiap dari siswa memiliki pandangan dan perspektif masing-masing. Berdasarkan dari unggahan yang diberikan, informan dari SMPN 13 Bandung mendapatkan informasi terkait target dari program kerja Ajaraksa memang sudah mengerucut kepada anak sekolahan dan anak SMP Bandung. Beberapa jawaban dari informan melihat subjek dari program kerja untuk masyarakat sekolahan di SMP tapi diutamakan kepada siswa dan siswi SMP.

Tujuan program kerja Ajaraksa dalam Pandawara Group berdasarkan pihak Pandawara Group merupakan sebuah keadaan dimana Pandawara Group merasa bahwa kegiatan yang biasa dilakukan dalam membersihkan lingkungan seperti sungai, kali, dan pantai dari sampah-sampah yang ada sudah banyak namun adanya rasa ingin memberikan sebuah penyuluhan untuk meningkatkan edukasi terhadap sampah. Muncullah Ajaraksa dengan keadaan dimana program ini dibuat untuk memberikan edukasi kepada siswa-siswi SMP di Bandung dalam bentuk sosialisasi dan kegiatan seru layaknya lomba membuat karya dari barang bekas sehingga meningkatkan edukasi kepada masyarakat dan dimulai melalui remaja. Dalam hal ini, informan kunci dari SMPN 13 Bandung melihat bahwa program kerja Ajaraksa merupakan sebuah program kerja yang bertujuan untuk menyadarkan masyarakat terutama para siswa dan siswi di jenjang SMP untuk lebi sadar akan lingkungan dan keberadaan sampah.

Dalam pandangan interaksi sosial ini, tentunya ada beberapa tanggapan dari informan ahli mengenai bagaimana informasi seharusnya disuluhkan untuk mendapatkan hasil yang lebih maksimal. Pertama-tama, dapat memaksimalkan video atau kegiatan yang ada dengan mengunggah video yang menjawab rincian dari kegiatan. Hal-hal seperti ini mencakup informasi dasar seperti apakah program kerja tersebut, bagaimanakah dijalankannya, untuk siapa, dimana, dan kapan dilaksanakan. Hal ini menunjukkan bahwa informasi yang diberikan untuk membantu penonton untuk menerima informasi secara efisien adalah dengan memberikan informasi secara lengkap dan rinci. Penjelasan mengenai apa itu program kerja Ajaraksa, siapa yang berada dalam program ini dan menjadi targetnya, kapan dan dimana program ini dilaksanakan, kenapa program ini dilaksanakan atau tujuan dari program ini, serta bagaimana program ini dijalankan. Dilihat dari tangkapan oleh siswa SMPN 13 Bandung, memang masih ada beberapa informasi yang tidak dapat tertangkap jelas dan hanya dapat diterima oleh penonton apabila ditanyakan ke pihak langsung atau sudah mengalami Ajaraksa secara sendiri. Hal ini bisa dilihat lebih pada bagian when dan where, dikarenakan informan kunci tidak dapat mengetahui secara jelas kapan dan dimana kegiatan program kerja Ajaraksa

itu dilakukan tapi hanya mengetahui secara garis besar dan general. Tiga dari empat informan tidak ingat persis akan informasi kapan dan dimana secara jelas atau masih bersifat tidak yakin.

Kedua, dengan informasi yang diberikan oleh Pandawara Group, ahli mengatakan bagaimana video yang diunggah dapat diberikan penjelasan lebih rinci dan durasi diperpanjang. Hal ini dikarenakan informasi yang diberikan akan lebih jelas dan informasi yang diberikan tidak terpotong-potong dan akan lebih lengkap.

Dengan perbandingan informasi yang dilakukan dan diberikan secara langsung dan informasi yang bisa didapatkan dari Instagram, dapat dikatakan teori media baru dimana informasi merupakan suatu hal yang terbuka dengan sifat dinamis dan fleksibel, dalam hal ini Instagram Pandawara Group telah memberikan informasi yang mendekati dengan kenyataan namun tidak mencapai informasi yang sempurna dikarenakan masih ada beberapa detail yang tidak tersampaikan secara jelas.

B. Pandangan Integrasi Sosial

Pandangan integrasi sosial merupakan sebuah pandangan dari Pierre Levy yang tidak terfokuskan kepada informasi yang diberikan, interaksi yang dilakukan, atau penyebaran oleh media baru tersebut, melainkan melihat media baru dalam ritual yang dimiliki. Hal ini kita bisa ambil dari bagaimana penonton atau penerima informasi itu bertindak dan berperilaku setelah menerima informasi yang diberikan melalui media ini.

Pada bagian integrasi sosial, hasil wawancara menunjukkan bahwa Ajaraksa diadakan dan disebar luaskan dikarenakan kekhawatiran yang dimiliki oleh pihak Pandawara Group terhadap keadaan anak muda pada anak muda. Pandawara Group membuat program kerja Ajaraksa menjadi sebuah kegiatan yang informatif dan juga berkegiatan menyenangkan. Hal ini juga diterapkan di video yang diunggah oleh Pandawara Group. Instagram merupakan sebuah media sosial yang sesuai dalam membentuk sebuah komunitas, dikarenakan Instagram sendiri memberikan sebuah bantuan sederhana dan dukungan kepada para pencipta konten untuk membangun komunitas atau penonton mereka (Instagram, 2024).

Berdasarkan apa yang dikatakan oleh pihak Pandawara, pihak Pandawara memiliki keinginan untuk menjadi sebuah pengaruh kepada masyarakat sehingga menciptakan local heroes (pahlawan lokal yang melakukan hal-hal serupa dengan Pandawara Group) untuk melaksanakan hal yang sama. Dengan keadaan itu, Pandawara memiliki harapan apa yang mereka unggah dapat memberikan dampak baik dan memberikan pengaruh juga kepada masyarakat yang menonton bukan hanya dari pihak SMPN Bandung yang telah dihadiri mereka.

Informan kunci memandang adanya pengaruh yang diberikan oleh Pandawra Group melalui program kerja Ajaraksa ini. Mereka merasa bahwa kesan yang diberikan oleh Pandawara Group melalui unggahan ini adalah positif sehingga membantu diri mereka pribadi atau lingkungan untuk memilah-milah sampah dan juga menjaga lingkungan. Bukan hanya itu siswa SMPN 13 Bandung yang menjadi informan kunci juga merasa adanya perubahan dari diri mereka yang ingin lebih menjaga kebersihan lingkungan bahkan ada tindakan yang mereka lakukan seperti membersihkan ruang OSIS, membersihkan dan memilah sampah di rumah, dan lain sebagainya.

Selain itu, informan kunci juga mengatakan keinginan mereka untuk menjadi target dari program kerja Ajaraksa. Dalam hal ini, perasaan yang dimunculkan adalah keinginan mereka untuk diberikan edukasi lebih lagi terkait sampah dan bagaimana pemilahnya. Informan kunci juga mengatakan selaku mereka sebagai pribadi-pribadi yang berada dalam organisasi OSIS, mereka ingin melakukan hal yang sama atau serupa dengan program kerja Ajaraksa. Hal ini memunculkan sebuah ide dan gagasan baru untuk mereka menciptakan sebuah program edukasi, seperti melakukan pengajaran ke SD-SD, atau program dengan tema menjaga kebersihan lingkungan, seperti membuat sebuah program bank sampah dimana mengumpulkan sampah yang nantinya dapat menjadi karya.

Berdasarkan informan ahli, integrasi sosial merupakan sebuah pengelompokan dengan sebuah suara yang sama. Dengan keadaan dimana SMP yang dihadiri akhirnya memiliki pandangan integrasi sosial yang serupa dimana mereka mendapatkan pengaruh yang serupa, memiliki keinginan setelah menonton yang serupa, dan tindakan yang serupa, maka dari itu dapat dikatakan bahwa unggahan yang dilakukan oleh Pandawara Group mengenai program kerja Ajaraksa menghasilkan sebuah integrasi sosial yang mengumpulkan para penonton atau mengelompokkan penonton yang bisa menjadi target program kerja Ajaraksa dengan sebuah hasil yang sama atau serupa.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan masalah penelitian dan pembahasan yang dilakukan pada bab sebelumnya, peneliti mampu menarik kesimpulan sebagai dimana pandangan interaksi sosial dari penggunaan media sosial Instagram Pandawara Group

(@pandawaragroup) sebagai media komunikasi program kerja Ajaraksa pada siswa SMPN 13 Bandung adalah Instagram merupakan media yang sesuai dan dapat menjangkau banyak orang tapi menurut ahli, alangkah baiknya untuk menggunakan TikTok dengan tujuan untuk memperluas penyebaran informasi. Pandangan integrasi sosial dari penggunaan media sosial Instagram Pandawara Group (@pandawaragroup) sebagai media komunikasi program kerja Ajaraksa pada siswa SMPN 13 Bandung mendapatkan sebuah pengaruh yang menciptakan sebuah tindakan, perilaku, dan pengaruh kepada mereka sehingga memunculkan sikap, keinginan, dan perilaku kedepannya yang membentuk sebuah didikan baru dan membuat informan bukan hanya menerima informasi tersebut namun bertindak akan informasi yang diterima.

B. Saran

1. Saran Akademis

Peneliti menyarankan kepada para peneliti selanjutnya untuk menggunakan konsep lain dan meneliti lebih ke arah Pandawara Groupnya, bisa menggunakan teori social movement atau gerakan sosial baik untuk program kerja Ajaraksa atau program kerja lainnya.

2. Saran Praktis

Diharapkan kepada masyarakat yang menggunakan akun Instagram dalam penyebaran informasi terkait sampah ataupun informasi lainnya untuk mengembangkan penggunaan fitur yang ada agar menjangkau warga internet lebih luas. Juga kepada pengguna Instagram untuk menjaga etika dalam menggunakan internet baik dengan apa yang dikomentari, dibagi, dan yang diunggah.

REFERENSI

- Agatha, A. B., Hasna, N. S., & Maya, F. A. (2020). *Kelola Sampah di Sekitar Kita*.
- Antasari, C., & Pratiwi, R. D. (2022). *PEMANFAATAN FITUR INSTAGRAM SEBAGAI SARANA KOMUNIKASI PEMASARAN KEDAI BABAKKEROYOKAN DI KOTA PALU* (Vol. 9, Issue 2).
- Deputi 5. (2023, August 5). *7,2 Juta Ton Sampah di Indonesia Belum Terkelola Dengan Baik*. KEMENKO PMK.
- Fadilah, M. F. (2023). *REKOMENDASI PPDB 2023: 5 SMP Negeri Terbaik di Kota Bandung, Masuk ke Sekolah ini Auto Bangga!* Ayo Bandung. <https://www.ayobandung.com/bandung-roya/798825700/rekomendasi-ppdb-2023-5-smp-negeri-terbaik-di-kota-bandung-masuk-ke-sekolah-ini-auto-bangga?page=2>
- Feroza, C. S., & Misnawati, D. (2020a). *PENGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA AKUN @YHOOPHII_OFFICIALSEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DENGAN PELANGGAN*. *Jurnal Inovasi*.
- Feroza, C. S., & Misnawati, D. (2020b). *PENGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA AKUN @YHOOPHII_OFFICIALSEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DENGAN PELANGGAN*.
- Fitriani, Y. (2017). *Analisis Pemanfaatan Berbagai Media Sosial Sebagai Sarana Penyebaran Informasi Bagi Masyarakat*. 19(2).
- Indraswari, D. L. (2023, August 7). *Jalan Panjang Menuju Indonesia Bebas Sampah*. Kompas.ID. <https://www.kompas.id/baca/riset/2023/07/28/darurat-pengelolaan-sampah-di-indonesia>
- Indrawan, J., & Ilmar, A. (2020). *KEHADIRAN MEDIA BARU (NEW MEDIA) DALAM PROSES KOMUNIKASI POLITIK*.
- Jiyanto, & Miftah, M. (2017). *Pemanfaatan media SoSial Pada PerPuStakan kota literaSi (Studi kasus Perpustakaan daerah kabupaten Sragen)* (Vol. 5, Issue 1). www.edukasi.kompas.com/read/2016/08/29/07175131/minat.baca.indonesia.ada.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory*.
- Mulyati. (2021). *DAMPAK SAMPAH TERHADAP KESEHATAN LINGKUNGAN DAN MANUSIA*.
- Widada, C. K. (2018). *MENGAMBIL MANFAAT MEDIA SOSIAL DALAM PENGEMBANGAN LAYANAN*. *Journal of Documentation and Information Science*, 2(1), 23–30. <https://doi.org/10.33505/jodis.v2i1.130>
- Widi, S. (2023, February 3). *Pengguna Media Sosial di Indonesia Sebanyak 167 Juta pada 2023*. <https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-sebanyak-167-juta-pada-2023>