

ABSTRAK

Diskusi tentang isu lingkungan semakin intensif dilakukan seiring dengan semakin kompleksnya permasalahan lingkungan yang terjadi di berbagai belahan dunia. Menyikapi permasalahan tersebut, solusi dan upaya peduli lingkungan dari berbagai aspek ilmu pengetahuan semakin gencar diimplementasikan oleh berbagai pihak. Salah satunya pada 2022 lalu, Pandawara Group muncul sebagai kelompok peduli lingkungan di Indonesia yang aktif membagikan pesan peduli lingkungan dan menjadi viral di TikTok. Viralitas tersebut menunjukkan bahwa pesan dalam konten-konten gerakan Pandawara Group dinilai menarik oleh audiens. Berlandaskan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk melihat karakteristik pesan seperti apa yang dianggap menarik jika didasarkan pada konsep topik dan genre pesan komunikasi lingkungan. Dalam mengkategorikan genre, penelitian ini akan berpedoman pada konsep genre dalam video pendek komunikasi lingkungan milik Vaughan & Johns (2021). Metode yang digunakan adalah analisis konten dalam periode Februari 2023-Februari 2024. Berdasarkan analisis data, konten TikTok @pandawaragroup dikemas dalam empat kategori topik utama, yakni ajakan dan gerakan peduli lingkungan, edukasi dan informasi lingkungan, *personal branding* Pandawara Group, dan topik lainnya. Selanjutnya, penelitian ini menemukan bahwa dalam aspek penyampaian informasi, Pandawara Group cenderung mengemas konten dengan genre kognitif tipe *dialogical* dibandingkan dengan tipe *deficit* dan impresi visual. Penelitian ini juga menemukan kecenderungan penggunaan emosi positif ditunjukkan dari kecenderungan genre emosional *hopeful* dibandingkan *fearful* pada konten TikTok @pandawaragroup.

Kata kunci: komunikasi lingkungan, Pandawara Group, genre pesan, topik pesan

ABSTRACT

Environmental discussions are becoming increasingly contentious as the world's environmental challenges become more complex. In response to this issues, numerous parties are progressively implementing remedies and raising environmental awareness through various element of research. Pandawara Group, which began in 2022 as an environmental concern group in Indonesia, aggressively spreads environmental awareness messages, and got viral on TikTok. This virality indicates that Pandawara Group movement's content contains massages that the audience find attractive. Based on this background, the purpose of this study is to determine which message qualities are considered attractive based on the topic and genre of environmental communication messages. This study will categorize genres using Vaughan and Johns' (2021) definition of genre in short environmental communication videos. The method employed is content analysis from February 2023-February 2024. Based on data analysis, the TikTok content of @pandawaragroup divided into four major topic categories: invitations and environmental movements, environmental education and information, Pandawara Group's personal branding, and other topics. Furthermore, this study discovered that, when it comes to information transmission, Pandawara Group prefers to present content with a dialogical cognitive genre rather than the deficit or visual impression genres. This study also discovered a tendency to use positive emotions, as evidenced by the trend of the hopeful emotional genre compared to the fearful one in the @pandawaragroup TikTok content.

Keywords: *Environmental communication, Pandawara Group, message topic, message genre*