

ABSTRAK

Sosial media TikTok Pandawara Group secara tidak langsung memberikan informasi mengenai sampah serta mengajak masyarakat untuk membuang atau mengolah sampah sesuai pada tempatnya. Hal ini memberikan dampak positif bagi masyarakat, karena banyaknya pengguna TikTok yang termotivasi untuk membuat konten yang sama dengan Pandawara. Penelitian bertujuan untuk ini mengetahui pengelolaan yang dilakukan oleh Pandawara Group dalam membuat dan menyebarkan konten video TikTok dan untuk mengetahui hal apa yang melandasi Pandawara Group dalam mengembangkan media sosial untuk meningkatkan kepedulian masyarakat terhadap lingkungan. Dengan menggunakan teori *The Circular Model of Some* (Model Some) milik Regina Luttrell, penelitian ini mengevaluasi efektivitas strategi media sosial yang diterapkan oleh Pandawara Group. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis untuk memperoleh banyak pemahaman yang membantu peneliti memahami fenomena yang diteliti. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pandawara Group berhasil memanfaatkan media sosial, khususnya TikTok, untuk mengedukasi dan mengajak masyarakat dalam menjaga kebersihan lingkungan melalui konten yang persuasif dan edukatif. Selain itu, aktivitas nyata di lapangan juga berperan penting dalam meningkatkan kesadaran dan kepedulian masyarakat terhadap lingkungan. Rekomendasi praktis meliputi pengembangan strategi konten media sosial yang lebih terstruktur dan kolaborasi dengan pemerintah serta LSM untuk memperluas jangkauan dan dampak kampanye lingkungan.

Kata Kunci : Aktivitas sosial, Kepedulian Masyarakat, Pengelolaan Media Sosial