

Konten Media Sosial @PandawaraGroup sebagai Mekanisme Pembentuk Kesadaran Lingkungan: Analisis Netnografi dalam Perspektif Akuntansi Sosial dan Lingkungan

**Wulandari L¹, Sheren Amadea Glorianna², Rizki Polimengo³, Putri Aulia Yusuf⁴,
Jamaluddin⁵, Rudy Usman⁶**

Universitas Tadulako, Sulawesi Tengah, Indonesia

wultiar0908@gmail.com¹, sherenamadea572@gmail.com², pr744656@gmail.com³,
putriauliayusuf99@gmail.com⁴, jamaluddin.akuntad@gmail.com⁵,
rudusman77@gmail.com⁶

Submitted: 11th June 2026 | **Edited:** 23rd August 2026 | **Issued:** 01st October 2026

Cited on: Wulandari L, W., Glorianna, S. A., Polimengo, R., Yusuf, P. A., Jamaluddin, J., & Usman, R. (2026). Konten Media Sosial @PandawaraGroup sebagai Mekanisme Pembentuk Kesadaran Lingkungan: Analisis Netnografi dalam Perspektif Akuntansi Sosial dan Lingkungan. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 9(4), 1754-1764.

ABSTRACT

Environmental degradation requires broader forms of social accountability that extend beyond formal regulations. Although social media has become an influential platform for environmental campaigns, limited studies have examined its role in fostering environmental awareness from the perspective of Social and Environmental Accounting (SEA). This study aims to explore how the social media content of @PandawaraGroup contributes to the formation of environmental awareness and expands the concept of social accountability in the digital sphere. A qualitative netnographic approach was employed because it enables an in-depth understanding of interactions, meanings, and collective practices within online communities. Data were collected through participatory observation of videos, user comments, interaction patterns, and the use of the #pandawara hashtag on TikTok and Instagram during May–July 2024. The data were analysed using the interactive model of Miles, Huberman, and Saldaña. The findings reveal three interrelated mechanisms: digital agenda-setting that elevates environmental issues into public concern, the replication of community-based environmental movements across regions, and platform-mediated social pressure that encourages collective environmental responsibility. These findings indicate that social media functions not only as a communication platform but also as an informal social accountability mechanism, extending the application of SEA through a digitally mediated form of environmental engagement referred to as digital social accounting.

Keywords: Digital Social Accounting, Environmental Awareness, Netnography, Pandawara Group, Social Media

PENDAHULUAN

Krisis lingkungan hidup telah berkembang menjadi salah satu tantangan global yang menuntut keterlibatan berbagai pemangku kepentingan, tidak hanya pemerintah dan sektor bisnis, tetapi juga masyarakat sebagai pelaku utama perubahan perilaku. IPCC (2023) menegaskan bahwa keberhasilan upaya mitigasi dan adaptasi perubahan iklim tidak hanya bergantung pada kebijakan formal, tetapi juga pada meningkatnya

partisipasi publik dalam membangun perilaku yang bertanggung jawab terhadap lingkungan. Sejalan dengan perkembangan teknologi digital, media sosial tidak lagi berfungsi sekadar sebagai sarana komunikasi, melainkan telah bertransformasi menjadi ruang publik yang memungkinkan penyebaran informasi secara cepat, pembentukan opini kolektif, serta mobilisasi tindakan sosial dalam berbagai isu, termasuk pelestarian lingkungan. Menurut Dwivedi et al. (2021), media sosial mampu membentuk keterlibatan masyarakat melalui interaksi digital yang bersifat partisipatif, sedangkan Jackson et al. (2020) menjelaskan bahwa aktivitas digital berbasis tagar dapat berkembang menjadi gerakan sosial yang menghasilkan dampak nyata di luar ruang virtual. Perkembangan tersebut menunjukkan bahwa media sosial memiliki potensi strategis sebagai instrumen pembentukan kesadaran lingkungan sekaligus sebagai mekanisme akuntabilitas sosial yang semakin relevan pada era digital.

Permasalahan tersebut menjadi semakin penting dalam konteks Indonesia yang masih menghadapi tantangan besar dalam pengelolaan sampah. Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (2023) melalui Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional melaporkan bahwa timbulan sampah nasional mencapai sekitar 19 juta ton per tahun, sementara lebih dari sepertiganya belum dikelola secara optimal. Kondisi tersebut berdampak pada meningkatnya pencemaran sungai, kawasan pesisir, dan lingkungan permukiman yang pada akhirnya memengaruhi kualitas hidup masyarakat. Oleh karena itu, persoalan sampah tidak lagi dapat dipahami hanya sebagai masalah teknis pengelolaan limbah, tetapi juga sebagai persoalan akuntabilitas sosial yang membutuhkan keterlibatan aktif seluruh elemen masyarakat. Dalam perspektif Social and Environmental Accounting (SEA), Dillard dan Vinnari (2019) menjelaskan bahwa akuntabilitas sosial tidak lagi terbatas pada pelaporan formal organisasi, tetapi berkembang ke arah mekanisme dialogis yang melibatkan berbagai aktor sosial. Selanjutnya, Bebbington, Unerman, dan O'Dwyer (2021) menegaskan bahwa praktik akuntabilitas lingkungan harus mampu menciptakan perubahan sosial yang berorientasi pada keberlanjutan, sedangkan Boiral, Heras-Saizarbitoria, dan Brotherton (2019) menunjukkan bahwa kualitas akuntabilitas lingkungan sangat dipengaruhi oleh keterlibatan para pemangku kepentingan. Dengan demikian, media sosial berpotensi menjadi ruang akuntabilitas sosial nonformal yang mampu mendorong terbentuknya kesadaran kolektif terhadap isu-isu lingkungan.

Di tengah meningkatnya pemanfaatan media sosial sebagai ruang partisipasi publik, kemunculan komunitas @PandawaraGroup menjadi salah satu fenomena digital yang menarik untuk dikaji dalam perspektif akuntansi sosial dan lingkungan. Berawal dari pengalaman mereka menghadapi banjir akibat penumpukan sampah, komunitas yang terdiri atas lima pemuda asal Bandung tersebut secara konsisten memanfaatkan platform TikTok dan Instagram untuk mendokumentasikan kegiatan pembersihan sungai, pantai, serta kawasan permukiman. Pendekatan tersebut tidak hanya menyajikan informasi mengenai kondisi lingkungan, tetapi juga membangun narasi yang mendorong keterlibatan masyarakat dalam aksi nyata. Menurut Bennett dan Segerberg (2012), karakteristik gerakan digital seperti ini mencerminkan connective action, yaitu partisipasi masyarakat yang dibangun melalui keterikatan terhadap nilai bersama tanpa harus berada dalam struktur organisasi formal. Pada saat penelitian dilaksanakan, akun TikTok @pandawaragroup telah diikuti lebih dari 12 juta pengguna dan akun Instagramnya menjangkau sekitar 4 juta pengikut. Besarnya jangkauan tersebut menunjukkan bahwa media sosial memiliki kapasitas untuk memperluas penyebaran

nilai-nilai lingkungan sekaligus membangun partisipasi publik secara lebih luas dibandingkan kampanye konvensional.

Berbagai penelitian sebelumnya telah membuktikan bahwa konten media sosial @PandawaraGroup berpengaruh terhadap peningkatan kepedulian lingkungan, khususnya pada kalangan mahasiswa dan generasi muda. Bernadeth dan Junaidi (2024) serta Putra dan Raymond (2024) menemukan bahwa konten TikTok Pandawara Group mampu mendorong perubahan perilaku dalam menjaga kebersihan lingkungan. Sementara itu, Ramadhan dan Rochmaniah (2023) serta Shabrina et al. (2023) lebih banyak menyoroti strategi komunikasi digital yang digunakan dalam kampanye kebersihan lingkungan. Dari sisi efektivitas media kampanye, Andaresta dan Nuh (2024) serta Dwi Yanti et al. (2024) menunjukkan bahwa konten yang disajikan Pandawara Group berhasil meningkatkan perhatian masyarakat terhadap isu lingkungan. Meskipun demikian, sebagian besar penelitian tersebut masih berfokus pada perspektif komunikasi, perilaku, maupun efektivitas kampanye digital. Hingga saat ini, masih sangat terbatas penelitian yang menjelaskan bagaimana konten media sosial dapat dipahami sebagai mekanisme pembentukan akuntabilitas sosial dalam kerangka Social and Environmental Accounting (SEA). Selain itu, mekanisme terbentuknya tekanan sosial digital (digital social pressure), proses replikasi gerakan lingkungan pada berbagai komunitas, serta implikasinya terhadap perluasan konsep akuntabilitas sosial di ruang digital juga belum memperoleh perhatian yang memadai dalam literatur, baik nasional maupun internasional. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan penelitian yang masih terbuka dan memerlukan kajian lebih mendalam.

Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis bagaimana konten media sosial @PandawaraGroup membentuk kesadaran lingkungan masyarakat melalui mekanisme akuntabilitas sosial dalam perspektif Social and Environmental Accounting. Berbeda dengan penelitian terdahulu yang lebih menitikberatkan pada efektivitas komunikasi digital, penelitian ini mengintegrasikan perspektif SEA, teori legitimasi, agenda setting, connective action, dan pendekatan netnografi untuk menjelaskan proses terbentuknya akuntabilitas sosial di ruang digital. Kebaruan penelitian ini terletak pada pengenalan konsep digital social accounting, yaitu pemaknaan media sosial sebagai mekanisme akuntabilitas sosial nonformal yang tidak hanya mendistribusikan informasi lingkungan, tetapi juga membentuk norma sosial, mendorong tekanan sosial digital, serta menggerakkan tindakan kolektif masyarakat secara berkelanjutan. Secara teoretis, penelitian ini diharapkan memperluas pengembangan konsep Social and Environmental Accounting pada konteks masyarakat digital. Secara praktis, hasil penelitian diharapkan menjadi referensi bagi pemerintah, komunitas lingkungan, dan akademisi dalam merancang strategi kolaboratif yang memanfaatkan media sosial sebagai instrumen penguatan kesadaran dan akuntabilitas lingkungan.

LANDASAN TEORI

Social and Environmental Accounting (SEA)

Perkembangan Social and Environmental Accounting (SEA) menunjukkan adanya pergeseran paradigma dari fungsi akuntansi yang semula berorientasi pada penyediaan informasi ekonomi menuju instrumen yang mampu menjelaskan konsekuensi sosial dan lingkungan dari aktivitas suatu entitas. Dalam perkembangannya, SEA tidak lagi dipandang sebatas mekanisme pelaporan keberlanjutan, tetapi juga sebagai sarana untuk membangun dialog, transparansi, dan akuntabilitas kepada berbagai kelompok

pemangku kepentingan. Menurut Adams dan Abhayawansa (2022), praktik akuntansi keberlanjutan pada era digital menuntut organisasi maupun aktor sosial untuk menghasilkan informasi yang mampu mendorong perubahan perilaku dan menciptakan nilai publik. Pandangan tersebut diperkuat oleh Cho, Laine, Roberts, dan Rodrigue (2021) yang menyatakan bahwa akuntansi sosial dan lingkungan perlu dipahami sebagai proses yang bersifat dinamis karena dipengaruhi oleh perubahan ekspektasi masyarakat, perkembangan teknologi informasi, serta meningkatnya tuntutan terhadap transparansi lingkungan.

Perkembangan tersebut memperluas ruang lingkup SEA sehingga akuntabilitas lingkungan tidak lagi dimonopoli oleh organisasi formal, melainkan juga dapat dibangun melalui interaksi sosial di ruang digital. Dalam konteks ini, media sosial memungkinkan proses penyebaran informasi lingkungan berlangsung secara partisipatif sehingga masyarakat tidak hanya berperan sebagai penerima informasi, tetapi juga sebagai produsen, evaluator, sekaligus pengawas terhadap berbagai isu lingkungan. Michelon, Pilonato, dan Ricceri (2020) menjelaskan bahwa efektivitas akuntabilitas sosial dipengaruhi oleh kualitas komunikasi yang mampu membangun kepercayaan serta partisipasi para pemangku kepentingan. Selanjutnya, Bellucci, Simoni, Acuti, dan Manetti (2019) menegaskan bahwa media digital telah membuka ruang dialog yang lebih luas antara organisasi, komunitas, dan masyarakat sehingga proses akuntabilitas tidak lagi berlangsung secara satu arah. Berdasarkan perkembangan tersebut, penelitian ini memandang SEA sebagai kerangka konseptual yang mampu menjelaskan bagaimana informasi lingkungan yang diproduksi melalui media sosial dapat membentuk kesadaran kolektif, mendorong perubahan perilaku, serta memperkuat akuntabilitas sosial secara partisipatif. Perspektif ini menjadi landasan penting untuk memahami fenomena konten @PandawaraGroup sebagai bentuk praktik akuntabilitas lingkungan yang berkembang melalui interaksi digital masyarakat.

Teori Legitimasi

Teori legitimasi menjelaskan bahwa keberlangsungan suatu organisasi, komunitas, maupun aktor sosial sangat dipengaruhi oleh tingkat penerimaan masyarakat terhadap nilai, tindakan, dan tujuan yang mereka representasikan. Dalam perkembangannya, legitimasi tidak lagi dipahami sebagai bentuk kepatuhan terhadap regulasi formal semata, tetapi sebagai hasil dari proses interaksi yang terus berlangsung antara aktor dengan para pemangku kepentingan. O'Dwyer dan Unerman (2020) menjelaskan bahwa legitimasi dibangun melalui kemampuan suatu entitas dalam menunjukkan kesesuaian antara tindakan yang dilakukan dengan nilai-nilai sosial yang berkembang di masyarakat. Sejalan dengan itu, Cho, Michelon, Patten, dan Roberts (2022) menegaskan bahwa legitimasi pada era digital semakin dipengaruhi oleh keterbukaan informasi dan meningkatnya partisipasi publik dalam mengevaluasi isu-isu sosial maupun lingkungan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa legitimasi tidak lagi bersifat statis, tetapi terus mengalami penyesuaian mengikuti perubahan ekspektasi masyarakat terhadap praktik tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Dalam perspektif Social and Environmental Accounting (SEA), legitimasi menjadi mekanisme yang menjembatani proses penyampaian informasi lingkungan dengan terbentuknya akuntabilitas sosial. Informasi yang disampaikan secara terbuka memungkinkan masyarakat memberikan penilaian, dukungan, maupun tekanan terhadap perilaku individu atau komunitas yang berkaitan dengan isu lingkungan. Lodhia, Jacobs, dan Park (2020) menyatakan bahwa perkembangan media digital telah mengubah pola pembentukan legitimasi dari komunikasi satu arah menuju komunikasi dialogis yang

melibatkan partisipasi publik secara aktif. Pada saat yang sama, Manetti, Bellucci, dan Bagnoli (2021) menjelaskan bahwa interaksi digital memberikan ruang bagi masyarakat untuk membangun ekspektasi bersama mengenai perilaku yang dianggap bertanggung jawab terhadap lingkungan. Dalam konteks penelitian ini, konten @PandawaraGroup tidak hanya menyampaikan informasi mengenai kondisi lingkungan, tetapi juga membentuk persepsi publik mengenai pentingnya keterlibatan masyarakat dalam menjaga kebersihan lingkungan. Semakin luas penerimaan masyarakat terhadap nilai-nilai yang dikomunikasikan, semakin kuat legitimasi sosial yang diperoleh komunitas tersebut. Proses inilah yang selanjutnya menghasilkan tekanan sosial (digital social pressure) yang mendorong individu maupun kelompok lain untuk menyesuaikan perilakunya dengan norma lingkungan yang berkembang di ruang digital. Dengan demikian, teori legitimasi tidak hanya menjelaskan mengapa suatu gerakan memperoleh dukungan publik, tetapi juga memberikan dasar konseptual mengenai bagaimana legitimasi tersebut berkembang menjadi mekanisme pembentukan akuntabilitas sosial dalam kerangka Social and Environmental Accounting.

Agenda Setting, Connective Action, dan Netnografi

Perkembangan media sosial telah mengubah cara isu-isu lingkungan dibangun, disebarluaskan, dan memperoleh perhatian publik. Dalam konteks komunikasi digital, teori agenda setting tidak lagi dipahami sebagai proses yang sepenuhnya dikendalikan oleh media arus utama, tetapi sebagai mekanisme yang memungkinkan berbagai aktor, termasuk komunitas masyarakat, memengaruhi prioritas perhatian publik melalui produksi dan distribusi konten digital. Menurut Meraz dan Papacharissi (2019), media sosial menciptakan proses networked agenda setting yang memungkinkan isu berkembang melalui interaksi antarpengguna, sehingga perhatian publik terbentuk secara kolaboratif. Pandangan tersebut diperkuat oleh Feezell (2020) yang menjelaskan bahwa intensitas interaksi berupa komentar, berbagi konten, dan partisipasi pengguna berperan penting dalam meningkatkan visibilitas suatu isu di ruang digital. Dengan demikian, agenda lingkungan tidak hanya dibentuk oleh penyampaian informasi, tetapi juga oleh keterlibatan masyarakat yang secara aktif memperkuat, mendiskusikan, dan mereproduksi pesan yang disampaikan melalui media sosial. Dalam penelitian ini, konten yang dipublikasikan oleh @PandawaraGroup dipahami sebagai pemicu terbentuknya agenda publik mengenai pengelolaan sampah dan pelestarian lingkungan yang kemudian berkembang melalui interaksi antarpengguna media sosial.

Terbentuknya agenda publik tersebut selanjutnya berkaitan dengan konsep connective action, yaitu bentuk partisipasi kolektif yang berkembang melalui jejaring digital tanpa bergantung pada struktur organisasi yang bersifat hierarkis. Berbeda dengan aksi kolektif konvensional, connective action menempatkan pengalaman, identitas, dan keterlibatan individu sebagai penggerak utama terbentuknya gerakan sosial. Theocharis (2021) menjelaskan bahwa media sosial memungkinkan individu berpartisipasi dalam gerakan sosial melalui berbagai bentuk kontribusi, seperti menyebarkan informasi, memberikan dukungan, maupun mereplikasi tindakan yang dianggap memiliki nilai sosial. Sementara itu, Velasquez dan LaRose (2020) menegaskan bahwa interaksi digital mampu membangun norma sosial baru yang mendorong masyarakat untuk menyesuaikan perilaku dengan nilai-nilai yang berkembang dalam komunitas daring. Dalam konteks penelitian ini, keterlibatan masyarakat pada konten @PandawaraGroup tidak hanya tercermin melalui tingginya tingkat interaksi digital, tetapi juga melalui munculnya berbagai aksi pembersihan lingkungan yang dilakukan oleh komunitas lain sebagai bentuk replikasi gerakan.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai saluran komunikasi, melainkan juga sebagai ruang pembentukan tindakan kolektif yang memperkuat akuntabilitas sosial terhadap isu lingkungan.

Untuk memahami proses tersebut secara komprehensif, penelitian ini menggunakan pendekatan netnografi karena mampu menangkap dinamika interaksi, makna, dan praktik sosial yang berkembang di komunitas digital. Kozinets (2020) menjelaskan bahwa netnografi merupakan pengembangan metode etnografi yang dirancang untuk mengkaji budaya dan perilaku komunitas daring melalui observasi partisipatif terhadap berbagai bentuk interaksi digital. Dalam perkembangannya, metode ini tidak hanya berfungsi mendeskripsikan perilaku pengguna media sosial, tetapi juga menjelaskan bagaimana makna sosial dibentuk, dinegosiasikan, dan direproduksi melalui komunikasi digital. Menurut Costello, McDermott, dan Wallace (2021), netnografi memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai hubungan antara konten digital, respons pengguna, dan terbentuknya norma sosial dalam komunitas daring. Oleh karena itu, penggunaan pendekatan netnografi dalam penelitian ini tidak hanya bertujuan mengidentifikasi pola komunikasi pada akun @PandawaraGroup, tetapi juga menganalisis bagaimana interaksi digital tersebut membentuk legitimasi, memperkuat akuntabilitas sosial, serta memperluas implementasi Social and Environmental Accounting melalui mekanisme yang oleh penelitian ini dikonsepkan sebagai digital social accounting.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode netnografi untuk memahami bagaimana interaksi digital pada media sosial membentuk kesadaran lingkungan melalui aktivitas komunitas @PandawaraGroup. Metode ini dipilih karena memungkinkan peneliti mengamati perilaku, makna, serta dinamika komunikasi yang berkembang secara alami di komunitas daring tanpa melakukan intervensi terhadap partisipan. Mengacu pada Kozinets (2020), penelitian dilaksanakan melalui beberapa tahapan, yaitu *entr  e* dengan menetapkan akun @PandawaraGroup sebagai komunitas digital yang menjadi fokus penelitian berdasarkan intensitas aktivitas dan relevansinya terhadap isu lingkungan; *immersion*, yaitu observasi mendalam terhadap pola komunikasi dan interaksi pengguna; *data collection*, yaitu pengumpulan data berupa unggahan video, narasi (*caption*), komentar pengguna, jumlah interaksi (*likes*, *shares*, dan *views*), serta penggunaan tagar #pandawara pada platform TikTok dan Instagram selama periode penelitian. Data dipilih secara *purposive* dengan mempertimbangkan keterkaitan langsung terhadap kampanye kebersihan lingkungan, tingginya tingkat interaksi pengguna, serta representasi tema yang muncul secara berulang sehingga mampu menggambarkan fenomena yang diteliti secara komprehensif. Seluruh proses observasi dilakukan pada konten yang tersedia secara publik tanpa melibatkan interaksi langsung dengan pengguna media sosial.

Analisis data dilakukan menggunakan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña (2020) yang meliputi kondensasi data, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan. Proses analisis diawali dengan *open coding* untuk mengidentifikasi tema-tema utama dari konten dan respons pengguna, kemudian dilanjutkan dengan *axial coding* untuk menghubungkan kategori-kategori yang memiliki keterkaitan konseptual, serta *selective coding* guna membangun interpretasi mengenai mekanisme pembentukan kesadaran lingkungan dalam perspektif Social and Environmental Accounting. Keabsahan data diperkuat melalui triangulasi sumber dan

triangulasi teori dengan membandingkan hasil observasi pada berbagai unggahan, pola interaksi pengguna, serta temuan penelitian terdahulu yang relevan. Selain itu, penelitian ini menerapkan prinsip etika penelitian digital sebagaimana direkomendasikan oleh Association of Internet Researchers (AoIR, 2020), yaitu hanya memanfaatkan data yang tersedia secara publik, menjaga kerahasiaan identitas pengguna yang dikutip, serta memastikan bahwa interpretasi yang dihasilkan tidak merugikan individu maupun komunitas yang menjadi objek penelitian. Pendekatan tersebut diharapkan mampu meningkatkan kredibilitas, dependabilitas, dan konfirmabilitas temuan penelitian sehingga interpretasi yang dihasilkan memiliki dasar metodologis yang kuat.

HASIL PENELITIAN

Hasil observasi netnografis menunjukkan bahwa @PandawaraGroup merupakan salah satu komunitas digital yang memiliki jangkauan luas dalam kampanye pelestarian lingkungan melalui media sosial. Selama periode pengamatan, akun TikTok @pandawaragroup memiliki lebih dari 12 juta pengikut, sedangkan akun Instagramnya diikuti sekitar 4 juta pengguna. Tingginya jumlah pengikut tersebut menunjukkan bahwa komunitas ini memiliki kapasitas untuk menjangkau audiens dalam skala besar melalui dua platform media sosial yang banyak digunakan masyarakat Indonesia. Selain itu, pengamatan terhadap pola publikasi konten memperlihatkan adanya konsistensi dalam penyampaian pesan mengenai kebersihan lingkungan melalui dokumentasi kegiatan pembersihan sungai, pantai, dan ruang publik lainnya.

Analisis terhadap karakteristik konten menunjukkan bahwa unggahan @PandawaraGroup memiliki pola penyajian yang relatif seragam. Setiap konten umumnya menampilkan kondisi lingkungan sebelum dan sesudah proses pembersihan, dilengkapi narasi yang menggambarkan pentingnya menjaga kebersihan lingkungan serta ajakan kepada masyarakat untuk berpartisipasi dalam kegiatan serupa. Interaksi pengguna pada setiap unggahan juga memperlihatkan tingkat keterlibatan yang tinggi, yang tercermin dari banyaknya komentar, tanda suka, serta pembagian ulang konten. Hasil pengamatan terhadap kolom komentar menunjukkan dominasi respons positif berupa dukungan terhadap kegiatan yang dilakukan, ungkapan kepedulian terhadap kondisi lingkungan, serta keinginan pengguna untuk ikut berpartisipasi dalam aksi kebersihan. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa konten yang dipublikasikan mampu menarik perhatian publik dan mendorong keterlibatan pengguna media sosial terhadap isu lingkungan.

Salah satu indikator nyata dari keterlibatan tersebut dapat dilihat dari jumlah partisipasi masyarakat dalam kegiatan pembersihan lingkungan yang diselenggarakan oleh @PandawaraGroup. Data mengenai mobilisasi sukarelawan pada beberapa lokasi kegiatan disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Data Mobilisasi Sukarelawan dalam Aksi Pembersihan Lingkungan

Lokasi Kegiatan	Jumlah Sukarelawan	Catatan
Pantai Cirebon, Jawa Barat	> 10.800 orang	Mobilisasi terbesar yang tercatat
Pantai Lombok, Nusa Tenggara Barat	± 3.100 orang	Menunjukkan jangkauan partisipasi lintas provinsi
Pantai Semarang, Jawa Tengah	± 1.300 orang	Terlaksana melalui kolaborasi dengan komunitas lokal

Sumber : Hasil Penelitian, 2026

Berdasarkan Tabel 1, kegiatan pembersihan lingkungan yang diinisiasi @PandawaraGroup berhasil melibatkan masyarakat dalam jumlah yang besar pada berbagai lokasi. Partisipasi tertinggi tercatat pada kegiatan di Pantai Cirebon, Jawa Barat, dengan jumlah sukarelawan lebih dari 10.800 orang. Sementara itu, kegiatan di Pantai Lombok, Nusa Tenggara Barat, melibatkan sekitar 3.100 sukarelawan yang menunjukkan bahwa partisipasi masyarakat tidak terbatas pada wilayah asal komunitas, tetapi telah menjangkau daerah lain di Indonesia. Adapun kegiatan di Pantai Semarang, Jawa Tengah, diikuti sekitar 1.300 sukarelawan melalui kolaborasi dengan komunitas lokal. Perbedaan jumlah partisipan pada setiap lokasi menunjukkan adanya variasi tingkat keterlibatan masyarakat sesuai karakteristik wilayah dan pelaksanaan kegiatan. Secara umum, data tersebut menggambarkan bahwa kampanye lingkungan yang dilakukan @PandawaraGroup tidak hanya memperoleh perhatian di ruang digital, tetapi juga diikuti oleh keterlibatan masyarakat dalam kegiatan pembersihan lingkungan di berbagai daerah.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kampanye lingkungan yang dilakukan @PandawaraGroup tidak berhenti pada peningkatan perhatian masyarakat di media sosial, tetapi mampu mendorong partisipasi nyata dalam kegiatan pembersihan lingkungan. Tingginya jumlah sukarelawan pada setiap lokasi kegiatan, khususnya di Pantai Cirebon yang melibatkan lebih dari 10.800 peserta, mengindikasikan bahwa media sosial dapat berfungsi sebagai sarana yang efektif untuk menghubungkan kesadaran digital dengan tindakan kolektif di dunia nyata. Dalam perspektif Social and Environmental Accounting (SEA), temuan ini menunjukkan bahwa akuntabilitas lingkungan tidak hanya diwujudkan melalui penyampaian informasi, tetapi juga melalui terbentuknya tanggung jawab sosial yang mendorong masyarakat untuk berpartisipasi secara sukarela dalam menyelesaikan persoalan lingkungan. Hal tersebut sejalan dengan pandangan Adams dan Abhayawansa (2022) yang menegaskan bahwa praktik akuntabilitas keberlanjutan pada era digital perlu menghasilkan perubahan perilaku dan menciptakan nilai sosial bagi masyarakat, bukan hanya menyediakan informasi mengenai isu lingkungan.

Temuan penelitian ini juga memperlihatkan bahwa media sosial berperan sebagai ruang yang memfasilitasi terbentuknya tindakan kolektif melalui interaksi antarpengguna. Keterlibatan ribuan sukarelawan pada berbagai lokasi menunjukkan bahwa informasi yang disampaikan secara konsisten mampu membangun kesadaran bersama mengenai pentingnya menjaga kebersihan lingkungan. Kondisi tersebut mendukung hasil penelitian Theocharis (2021) yang menyatakan bahwa platform digital memungkinkan masyarakat berpartisipasi dalam gerakan sosial melalui berbagai bentuk keterlibatan, baik dalam penyebaran informasi maupun aksi nyata. Demikian pula, Velasquez dan LaRose (2020) menjelaskan bahwa interaksi yang berlangsung di media sosial berkontribusi terhadap pembentukan norma sosial baru yang mendorong individu untuk menyesuaikan perilakunya dengan nilai yang berkembang dalam komunitas digital. Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat argumentasi bahwa media sosial tidak hanya menjadi saluran komunikasi, tetapi juga berfungsi sebagai ruang pembentukan tindakan kolektif yang berorientasi pada kepentingan publik.

Apabila dibandingkan dengan penelitian terdahulu, hasil penelitian ini memiliki persamaan sekaligus perbedaan. Penelitian Bernadeth dan Junaidi (2024) serta Putra dan Raymond (2024) menunjukkan bahwa konten @PandawaraGroup mampu meningkatkan kepedulian masyarakat terhadap kebersihan lingkungan. Temuan tersebut

sejalan dengan penelitian ini karena sama-sama menunjukkan adanya pengaruh positif media sosial terhadap perilaku masyarakat. Namun demikian, penelitian ini memberikan kontribusi yang lebih luas dengan menunjukkan bahwa dampak kampanye digital tidak hanya tercermin pada perubahan sikap atau meningkatnya kepedulian, tetapi juga pada kemampuan memobilisasi ribuan masyarakat untuk terlibat langsung dalam kegiatan pembersihan lingkungan. Dengan kata lain, penelitian ini memperluas pemahaman mengenai efektivitas media sosial dari aspek komunikasi menuju aspek akuntabilitas sosial yang diwujudkan melalui tindakan kolektif.

Implikasi temuan ini menunjukkan bahwa komunitas digital memiliki potensi menjadi mitra strategis bagi pemerintah, organisasi masyarakat, maupun lembaga lingkungan dalam memperkuat partisipasi publik. Keberhasilan @PandawaraGroup memobilisasi sukarelawan dalam jumlah besar memperlihatkan bahwa kampanye berbasis media sosial dapat melengkapi pendekatan regulatif yang selama ini lebih banyak mengandalkan kebijakan formal. Dari sisi pengembangan ilmu pengetahuan, hasil penelitian ini memperluas implementasi Social and Environmental Accounting dengan menunjukkan bahwa akuntabilitas sosial dapat dibangun melalui interaksi digital yang mendorong tindakan nyata masyarakat. Temuan tersebut memperkuat gagasan mengenai digital social accounting, yaitu bentuk akuntabilitas sosial yang berkembang melalui media digital dan menghasilkan dampak yang terukur terhadap partisipasi masyarakat dalam menjaga keberlanjutan lingkungan.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa konten media sosial @PandawaraGroup tidak hanya berperan sebagai media penyampaian informasi lingkungan, tetapi juga berkembang menjadi mekanisme pembentuk kesadaran dan akuntabilitas sosial dalam ruang digital. Melalui pendekatan netnografi, ditemukan bahwa konsistensi penyajian konten, interaksi pengguna, serta kemampuan membangun keterlibatan publik mampu mengubah perhatian masyarakat terhadap isu lingkungan menjadi tindakan kolektif melalui kegiatan pembersihan di berbagai wilayah. Dalam perspektif Social and Environmental Accounting (SEA), fenomena tersebut menunjukkan adanya perluasan makna akuntabilitas sosial yang tidak lagi terbatas pada pelaporan formal organisasi, melainkan dapat terbentuk melalui partisipasi masyarakat yang dimediasi oleh teknologi digital. Konsep digital social accounting yang ditawarkan dalam penelitian ini menegaskan bahwa media sosial memiliki kapasitas sebagai ruang pembentukan norma lingkungan, penguatan legitimasi sosial, serta penggerak tanggung jawab kolektif terhadap keberlanjutan. Dengan demikian, keberadaan komunitas digital seperti @PandawaraGroup memberikan implikasi bahwa strategi pengelolaan isu lingkungan pada era digital perlu mengintegrasikan kekuatan komunikasi publik, partisipasi masyarakat, dan kolaborasi lintas pemangku kepentingan untuk menciptakan perubahan lingkungan yang lebih berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

Adams, C. A., & Abhayawansa, S. (2022). Connecting the COVID-19 pandemic, environmental, social and governance (ESG) investing and sustainable development goals. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 13(1), 7-17.

- Andaresta, F., & Nuh, M. (2024). Pengaruh konten media sosial TikTok @pandawaragroup terhadap minat mahasiswa dalam membersihkan lingkungan. *Jurnal Komunikasi dan Media Digital*, 3(2), 124-133.
- Association of Internet Researchers. (2020). *Internet research: Ethical guidelines 3.0*. Association of Internet Researchers.
- Bebbington, J., Unerman, J., & O'Dwyer, B. (2021). *Sustainability accounting and accountability* (3rd ed.). Routledge.
- Bellucci, M., Simoni, L., Acuti, D., & Manetti, G. (2019). Stakeholder engagement and dialogic accounting: Empirical evidence in sustainability reporting. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 32(5), 1467-1499.
- Bennett, W. L., & Segerberg, A. (2012). The logic of connective action: Digital media and the personalization of contentious politics. *Information, Communication & Society*, 15(5), 739-768.
- Bernadeth, G. Y., & Junaidi, A. (2024). Pengaruh konten TikTok terhadap perubahan perilaku menjaga kebersihan pengikut Pandawara Group. *Koneksi*, 8(1), 188-195.
- Boiral, O., Heras-Saizarbitoria, I., & Brotherton, M. C. (2019). Assessing and improving the quality of sustainability reports: The auditors' perspective. *Journal of Business Ethics*, 155(3), 703-721.
- Cho, C. H., Laine, M., Roberts, R. W., & Rodrigue, M. (2021). Organized hypocrisy, organizational façades and sustainability reporting. *Accounting, Organizations and Society*, 89, 101188.
- Cho, C. H., Michelon, G., Patten, D. M., & Roberts, R. W. (2022). CSR disclosure and legitimacy theory: Current perspectives and future directions. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 35(7), 1635-1654.
- Costello, L., McDermott, M. L., & Wallace, R. (2021). Netnography: Range of practices, misperceptions, and missed opportunities. *International Journal of Qualitative Methods*, 20, 1-12.
- Dillard, J., & Vinnari, E. (2019). Critical dialogical accountability: From monological financial accounting to dialogical social accounting. *Critical Perspectives on Accounting*, 62, 16-38.
- Dwi Yanti, D., Lestari, D. M., & Fajarwati, N. K. (2024). Efektivitas konten media sosial TikTok @Pandawaragroup sebagai media kampanye membersihkan lingkungan. *Filosofi: Publikasi Ilmu Komunikasi, Desain, Seni Budaya*, 1(2), 67-77.
- Dwivedi, Y. K., Ismagilova, E., Hughes, D. L., Carlson, J., Filieri, R., Jacobson, J., Jain, V., Karjaluoto, H., Kefi, H., Krishen, A. S., Kumar, V., Rahman, M. M., Raman, R., Rauschnabel, P. A., Rowley, J., Salo, J., Tran, G. A., & Wang, Y. (2021). Setting the future of digital and social media marketing research: Perspectives and research propositions. *International Journal of Information Management*, 59, 102168.
- Feezell, J. T. (2020). Agenda setting through social media: The importance of user engagement in political and social communication. *Social Science Computer Review*, 38(2), 145-160.
- Intergovernmental Panel on Climate Change. (2023). *Climate change 2023: Synthesis report*. IPCC.
- Jackson, S. J., Bailey, M., & Foucault Welles, B. (2020). *#HashtagActivism: Networks of race and gender justice*. MIT Press.

- Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan. (2023). *Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional (SIPSN)*. <https://sipsn.menlhk.go.id/sipsn/>
- Kozinets, R. V. (2020). *Netnography: The essential guide to qualitative social media research* (3rd ed.). Sage Publications.
- Lodhia, S., Jacobs, K., & Park, Y. J. (2020). Driving public accountability through social media: The role of digital engagement in sustainability communication. *Meditari Accountancy Research*, 28(6), 1105-1125.
- Manetti, G., Bellucci, M., & Bagnoli, L. (2021). Stakeholder engagement, social media, and dialogic accounting: Emerging challenges for sustainability accountability. *Journal of Public Budgeting, Accounting & Financial Management*, 33(4), 513-530.
- Meraz, S., & Papacharissi, Z. (2019). Networked framing and networked agenda setting in the digital public sphere. *International Journal of Press/Politics*, 24(2), 197-216.
- Michelon, G., Pilonato, S., & Ricceri, F. (2020). CSR reporting practices and the quality of disclosure: An empirical analysis. *Critical Perspectives on Accounting*, 71, 102078.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2020). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (4th ed.). Sage Publications.
- O'Dwyer, B., & Unerman, J. (2020). Shifting the focus of sustainability accounting from reporting to accountability. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 11(4), 765-782.
- Putra, K. N., & Raymond, A. (2024). Pengaruh akun TikTok Pandawara Group terhadap kampanye pengurangan sampah plastik pada generasi Z. *Jurnal Komunikasi Digital*, 1(1), 101-109.
- Ramadhan, R. E. P., & Rochmaniah, A. (2023). Analysis of garbage education @Pandawaragroup TikTok account content. *Repository Universitas Muhammadiyah Sidoarjo*.
- Shabrina, A., Nuraini, K., & Naufal, A. (2023). Strategi kampanye kebersihan lingkungan oleh Pandawara Group melalui media TikTok. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu-Ilmu Sosial*, 2, 1544-1556.
- Theocharis, Y. (2021). The dynamics of connective action in digital activism. *Information, Communication & Society*, 24(10), 1393-1411.
- Velasquez, A., & LaRose, R. (2020). Social media and social change: The role of online participation in collective action. *New Media & Society*, 22(7), 1225-1243.