

PENGARUH PESAN EDUKASI AKUN TIKTOK @pandawaragroup TERHADAP KESADARAN LINGKUNGAN GENERASI Z

¹Rinzani Ayu Asmara ²Jeni Harianto

¹Universitas Buddhi Dharma

Jl. Imam Bonjol No. 41, Karawaci Ilir, Tangerang-Indonesia

¹rinzani5703@gmail.com ²

Kata Kunci:

*Education
Environmental
Awareness
Generation Z
Social Media
TikTok*

Article history:

Received:

11 November 2025

Accepted:

20 November 2025

Available online :

22 January 2026

ABSTRAK

TikTok kini tidak hanya berfungsi sebagai platform hiburan, tetapi juga sebagai media pendidikan yang efektif, terutama bagi Generasi Z yang aktif menyerap dan menyebarkan informasi. Memanfaatkan platform ini sebagai alat komunikasi lingkungan memiliki potensi besar untuk meningkatkan kesadaran akan isu-isu ekologi. Salah satu akun yang secara konsisten menyuarakan keprihatinan lingkungan melalui pendekatan kreatif adalah @pandawaragroup. Studi ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pesan pendidikan yang disampaikan oleh akun TikTok @pandawaragroup terhadap kesadaran lingkungan Generasi Z di Tangerang. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif, dengan teknik sampling purposif dan insidental yang melibatkan 100 responden Generasi Z. Hasil uji t menunjukkan pengaruh positif yang signifikan antara pesan-pesan edukatif dan kesadaran lingkungan di kalangan Generasi Z, dengan nilai signifikansi 0.000 (< 0.05) dan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.744. Hal ini berarti 74,4% variasi kesadaran lingkungan Generasi Z dapat dijelaskan oleh pesan-pesan edukatif dari akun TikTok @pandawaragroup. Temuan ini menyoroti pentingnya pendekatan komunikasi yang relevan dan adaptif dalam membentuk kesadaran lingkungan di kalangan generasi muda.

ABSTRAK

TikTok now functions not only as an entertainment platform but also as an effective educational medium, especially for Generation Z, who actively absorb and disseminate information. Utilizing this platform as a tool for environmental communication holds significant potential for raising awareness of ecological issues. One account that consistently voices environmental concerns through a creative approach is @pandawaragroup. This study aims to analyze the influence of educational messages delivered by the TikTok account @pandawaragroup on the environmental awareness of Generation Z in Tangerang. The research method used is descriptive quantitative, with purposive and incident sampling techniques involving 100 Gen Z respondents. The t-test results indicate a significant positive influence between educational messages and environmental awareness among Gen Z, with a significance value of 0.000 (< 0.05) and a coefficient of determination (R^2) of 0.744. This means that 74.4% of the variation in Gen Z's environmental awareness can be explained by the educational messages from the TikTok account @pandawaragroup. These findings highlight the importance of relevant and adaptive communication approaches in shaping environmental awareness among the younger generation.

I. PENDAHULUAN

Permasalahan lingkungan hidup dewasa ini menjadi isu global yang mendesak sekaligus kompleks. Indonesia menghadapi tantangan serius berupa perubahan iklim, pencemaran air, tanah, dan udara, serta meningkatnya timbulan sampah dari tahun ke tahun. Data Sistem Pengelolaan Sampah Nasional (SIPSN) (2024) menunjukkan tren peningkatan volume sampah dalam enam tahun terakhir, yang pada tahun 2024 mencapai 33,62 juta ton. Kondisi ini diperparah dengan data pencemaran sungai yang menunjukkan 68% dari 5.886 sungai di Indonesia berada dalam kondisi tercemar ringan hingga berat (Indonesia.go.id, 2024). Di sisi lain, kualitas udara di beberapa kota besar seperti Jakarta, Bandung, dan Medan juga masuk kategori berbahaya, menempatkan Indonesia pada peringkat ke-15 dunia dengan kualitas udara terburuk (IQAir, 2024). Fakta ini menegaskan bahwa krisis lingkungan semakin nyata dan membutuhkan solusi yang melibatkan kesadaran serta partisipasi aktif masyarakat.

Salah satu penyebab masih tingginya permasalahan lingkungan adalah minimnya edukasi yang menyentuh aspek emosional dan pengalaman personal masyarakat. Kampanye lingkungan sering kali berhenti pada penyajian fakta informatif, namun belum mampu membentuk makna yang mendorong perubahan sikap. Dalam konteks ini, peran komunikasi publik menjadi strategis. Pesan edukasi lingkungan perlu dikemas secara kreatif, persuasif, dan relevan agar mampu membangun pemahaman, sikap, serta perilaku ramah lingkungan.

Seiring dengan perkembangan teknologi, lahir apa yang disebut sebagai media baru. Menurut Lister et al. (2009), media baru merupakan bentuk media hasil konvergensi teknologi digital, interaktivitas, dan jaringan internet yang memungkinkan partisipasi pengguna secara lebih luas dibandingkan media konvensional. Kaplan dan Haenlein, (2010) mendefinisikan media sosial sebagai kelompok aplikasi berbasis internet yang memungkinkan penciptaan serta pertukaran konten antar pengguna, sehingga audiens tidak lagi sekadar konsumen, tetapi juga produsen informasi. Salah satu platform media sosial yang kini mendominasi adalah TikTok. Montag et al. (2021) menjelaskan bahwa TikTok merupakan media sosial berbasis video singkat yang memadukan musik, filter, dan efek visual untuk mendorong kreativitas serta interaksi pengguna.

Dalam perspektif komunikasi, pesan edukasi memiliki peranan penting. Dirgantari et al. (2024) mendefinisikan pesan edukasi sebagai bentuk komunikasi yang dirancang untuk menyampaikan informasi dan nilai tertentu guna mendorong perubahan sikap, pengetahuan, serta perilaku audiens terhadap isu yang disampaikan. Dalam kaitannya dengan isu lingkungan, Neolaka (2008) mendefinisikan kesadaran lingkungan sebagai pengetahuan mengenai isu-isu lingkungan, nilai ekologis, serta motivasi internal untuk bertindak secara bertanggung jawab terhadap alam.

Generasi yang menjadi fokus utama dalam penyampaian pesan edukasi ini adalah Generasi Z. Seemiller dan Grace (2016) menyebutkan bahwa Generasi Z adalah individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 dan dikenal sebagai digital natives karena tumbuh bersamaan dengan perkembangan teknologi digital. Generasi ini cenderung memperoleh informasi, membangun identitas, dan berinteraksi melalui media digital, sehingga karakter mereka berbeda dengan generasi sebelumnya.

Media sosial, khususnya TikTok, menjadi salah satu platform yang paling dominan dalam kehidupan digital masyarakat Indonesia. DataReportal (2023) mencatat lebih dari 106 juta pengguna aktif TikTok di Indonesia, dengan mayoritas pengguna berasal dari Generasi Z. Survei JakPat (2023) menunjukkan bahwa TikTok kini menjadi sumber informasi utama generasi muda,

melampaui YouTube dan Instagram. Hal ini menegaskan bahwa TikTok bukan sekadar sarana hiburan, melainkan medium informatif dan edukatif yang dipercaya publik. Dengan memanfaatkan fitur khususnya seperti video singkat, musik, efek visual, dan hashtag, pesan edukasi dapat disampaikan secara lebih interaktif dan mudah diterima audiens.

Salah satu contoh konkret keberhasilan strategi komunikasi digital ditunjukkan oleh akun TikTok @pandawaragroup. Akun ini dikelola oleh lima pemuda asal Bandung yang aktif melakukan aksi bersih-bersih sungai dan lingkungan. Melalui konten kreatif yang menampilkan visual before-after serta narasi sederhana namun emosional, Pandawara Group berhasil menarik perhatian publik dan membangun jutaan pengikut. Keberhasilan ini tidak hanya terletak pada aksi nyata di lapangan, tetapi juga pada kemampuannya dalam mengemas pesan edukasi lingkungan secara inspiratif dan komunikatif. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa strategi komunikasi melalui media digital mampu menjadikan pesan edukasi lingkungan lebih dekat, relevan, dan berpengaruh bagi generasi muda.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pesan edukasi akun TikTok @pandawaragroup terhadap kesadaran lingkungan Generasi Z. Fokus utama diarahkan pada Generasi Z sebagai pengguna dominan platform ini sekaligus agen perubahan potensial dalam mewujudkan pengelolaan lingkungan yang berkelanjutan.

II METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif karena bertujuan untuk mengetahui pengaruh pesan edukasi dalam konten TikTok @pandawaragroup terhadap kesadaran lingkungan generasi Z secara objektif dan terukur. Pendekatan kuantitatif, sebagaimana dijelaskan Sugiyono (2019), merupakan metode penelitian yang menggunakan data berbentuk angka yang dianalisis dengan teknik statistik, dengan tujuan utama menguji hipotesis mengenai hubungan atau pengaruh antarvariabel. Oleh karena itu, metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan jenis deskriptif, yang dirancang untuk menganalisis signifikansi pengaruh variabel bebas, yaitu pesan edukasi, terhadap variabel terikat, yaitu kesadaran lingkungan.

Subjek penelitian ini adalah generasi Z, yakni individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 yang dikenal sebagai digital natives dan aktif menggunakan media sosial, khususnya TikTok. Objek penelitian difokuskan pada pengaruh pesan edukasi dalam konten akun TikTok @pandawaragroup sebagai variabel independen terhadap kesadaran lingkungan generasi Z sebagai variabel dependen. Populasi penelitian adalah seluruh generasi Z yang berdomisili di Kabupaten Tangerang dengan jumlah 873.828 jiwa dan Kota Tangerang dengan jumlah 339.829 jiwa. Karena populasi yang besar, penelitian ini menggunakan teknik non-probability sampling dengan pendekatan purposive sampling dan incident sampling. Kriteria utama responden adalah generasi Z yang aktif menggunakan TikTok dan mengenal konten Pandawara Group. Jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan rumus Lemeshow, yang pada tingkat kepercayaan 95% dan *margin of error* 10% menghasilkan ukuran sampel sebesar 96 responden, sehingga dalam penelitian ini digunakan 100 responden.

Data penelitian dikumpulkan melalui teknik *cross section*, yaitu pengumpulan data pada satu periode waktu tertentu. Instrumen yang digunakan berupa angket tertutup dengan skala *Likert* lima poin, mulai dari "sangat tidak setuju" hingga "sangat setuju", yang dirancang untuk mengukur sikap, persepsi, dan kesadaran responden terhadap pesan edukasi maupun isu lingkungan.

Variabel independen dalam penelitian ini adalah pesan edukasi dalam konten TikTok @pandawaragroup yang diukur melalui indikator: 1) Kejelasan informasi, 2) Relevansi dengan kebutuhan khalayak, 3) Nilai edukatif, 4) Tujuan yang terarah, 5) Dukungan data, 6) Kemampuan menginspirasi, 7) Konsistensi nilai, dan 8) Ajakan untuk bertindak (Syafрина, 2022). Variabel dependen adalah kesadaran lingkungan generasi Z, yang dioperasionalkan berdasarkan indikator dari Neolaka (2008), meliputi 1) Pengetahuan tentang pentingnya pelestarian lingkungan, 2) Pemahaman terhadap penyebab kerusakan lingkungan, 3) Kesadaran akan peran manusia dalam menjaga ekosistem, 4) Sikap positif terhadap pelestarian, 5) Empati terhadap makhluk hidup, serta 6) Kebiasaan nyata dalam menjaga kelestarian seperti membuang sampah pada tempatnya, menghemat energi, menggunakan produk ramah lingkungan, dan berpartisipasi dalam kegiatan pelestarian lingkungan.

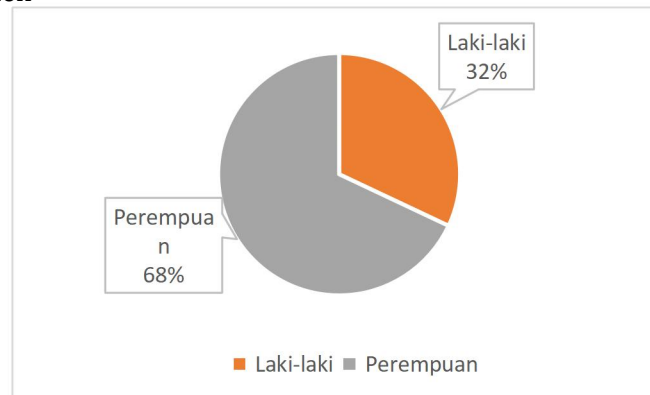
Analisis data dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 25. Tahap pertama adalah analisis statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik responden serta kecenderungan jawaban terhadap variabel penelitian. Selanjutnya dilakukan uji instrumen melalui uji validitas dengan teknik korelasi Pearson Product Moment dan uji reliabilitas dengan koefisien Cronbach's Alpha. Data yang valid dan reliabel kemudian diuji asumsi klasik, meliputi uji normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov dan P-P Plot, uji heteroskedastisitas dengan Glejser dan Scatterplot, uji linearitas dengan ANOVA, serta uji autokorelasi dengan statistik Durbin-Watson. Setelah data memenuhi asumsi klasik, dilakukan analisis regresi linier sederhana untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, dengan persamaan:

$$KL = \alpha + \beta X + \varepsilon$$

di mana KL adalah kesadaran lingkungan, α adalah konstanta, β adalah koefisien regresi pesan edukasi, dan ε adalah standar kesalahan. Uji kelayakan model dilakukan melalui analisis inferensial dan uji koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui sejauh mana variabel bebas menjelaskan variasi variabel terikat. Selanjutnya digunakan analisis korelasi untuk mengidentifikasi tingkat hubungan antara kedua variabel. Uji hipotesis dilakukan dengan uji t, di mana kriteria pengujian adalah menolak H_0 dan menerima H_1 jika thitung lebih besar dari ttabel atau jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, yang berarti terdapat pengaruh signifikan pesan edukasi konten TikTok @pandawaragroup terhadap kesadaran lingkungan generasi Z.

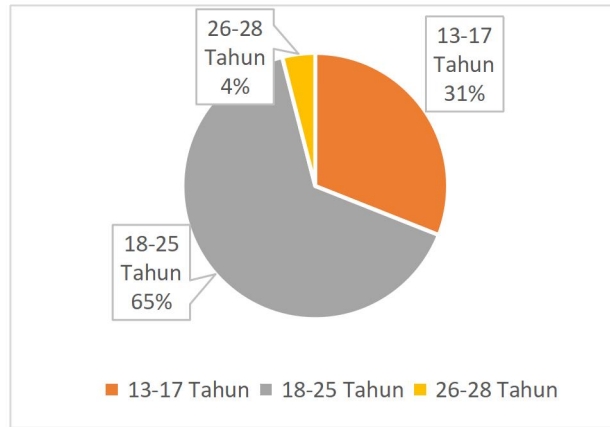
I. RESULTS (40%)

1. Demografi Responden



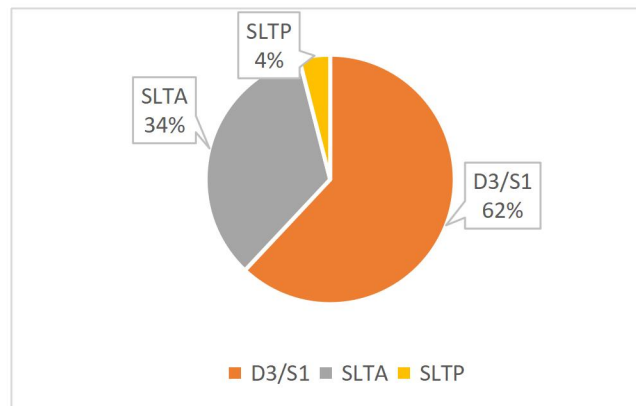
Gambar 1 Jenis Kelamin Responden

Dari 100 responden, 68% adalah perempuan dan 32% laki-laki. Hal ini menunjukkan dominasi responden perempuan, yang mengindikasikan keterlibatan atau ketertarikan lebih tinggi terhadap pesan edukasi lingkungan dari akun TikTok @pandawaragroup.



Gambar 2 Usia Responden

Mayoritas responden berusia 18–25 tahun (65%), disusul 13–17 tahun (31%), dan 26–28 tahun (4%). Kelompok usia 18–25 tahun menjadi segmen dominan Gen Z yang aktif menggunakan media sosial dan kritis terhadap isu lingkungan, sehingga respons mereka dinilai paling representatif.



Gambar 3 Pendidikan Responden

Sebagian besar responden berpendidikan D3/S1 (62%), diikuti SLTA (34%) dan SLTP (4%). Dominasi pendidikan tinggi menunjukkan literasi yang baik serta kemampuan lebih kritis dalam memahami dan merespons pesan edukatif lingkungan di media sosial.

2. Statistik Deskriptif

Tabel 1 Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pesan Edukasi Pandawara	100	25	39	33.33	2.954
Kesadaran Lingkungan Gen Z	100	44	58	51.45	2.921
Valid N (listwise)	100				

Sumber: Data primer diolah SPSS 25, 2025

Statistik deskriptif menunjukkan 100 responden menilai variabel Pesan Edukasi (X) dengan skor 25–39, rata-rata 33,33 dan standar deviasi 2,954, menandakan penilaian cukup tinggi dan relatif homogen. Variabel Kesadaran Lingkungan (Y) memiliki skor 44–58, rata-rata 51,45 dengan standar deviasi 2,921, menunjukkan tingkat kesadaran tinggi dan seragam. Secara keseluruhan, Generasi Z di Tangerang menilai positif pesan edukasi @pandawaragroup yang sejalan dengan tingginya kesadaran lingkungan mereka.

3. Uji Asumsi Klasik

A. Uji Normalitas

Tabel 2 Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	1.47677751	
Most Extreme Differences	Absolute	.064	
	Positive	.057	
	Negative	-.064	
Test Statistic			.064
Asymp. Sig. (2-tailed)			.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. This is a lower bound of the true significance.			

Sumber: Data primer diolah SPSS 25, 2025

Berdasarkan hasil Uji normalitas Kolmogorov-smirnov yang disajikan pada Tabel 2 diperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200. Karena nilai tersebut melebihi batas signifikansi 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data residual terdistribusi secara normal. Dengan demikian, asumsi normalitas dalam model regresi linear telah terpenuhi, sehingga data dinyatakan layak untuk dianalisis lebih lanjut.

B. Uji Heterokedastisitas

Tabel 3 Uji Glejser

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.095	1.041		2.972	.004
	Pesan Edukasi Pandawara	-.059	.031	-.187	-1.881	.063

a. Dependent Variable: Absolut_Residual

Sumber: Data primer diolah SPSS 25, 2025

Berdasarkan hasil uji Glejser, diperoleh nilai signifikansi (Sig.) variabel Pesan Edukasi Pandawara sebesar 0,063 > 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dalam model regresi. Dengan demikian, model dinilai memenuhi asumsi klasik heteroskedastisitas dan layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

C. Uji Linieritas

Tabel 4 Uji Linieritas

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kesadaran Lingkungan Gen Z * Pesan Edukasi Pandawara	Between Groups	(Combined)	672.297	14	48.021	23.669	.000
		Linearity	628.844	1	628.844	309.950	.000
		Deviation from Linearity	43.454	13	3.343	1.648	.088
	Within Groups		172.453	85	2.029		
	Total		844.750	99			

Sumber: Data primer diolah SPSS 25, 2025

Hasil uji linearitas menunjukkan bahwa nilai signifikansi pada kolom *Linearity* sebesar 0,000 < 0,05, sedangkan nilai signifikansi pada kolom *Deviation from Linearity* sebesar 0,088 > 0,05. Berdasarkan batasan yang ditetapkan, hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara variabel pesan edukasi akun TikTok @pandawaragroup dengan kesadaran lingkungan Generasi Z. Dengan demikian, asumsi linearitas terpenuhi dan analisis regresi dapat dilanjutkan.

4. Analisis Regresi Linier

Tabel 5 Uji Regresi Linier

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	23.017	1.689		13.624	.000
	Pesan Edukasi Pandawara	.853	.050	.863	16.895	.000

a. Dependent Variable: Kesadaran Lingkungan Gen Z

Sumber: Data primer diolah SPSS 25, 2025

Berdasarkan hasil regresi pada Tabel 4.17, diperoleh persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut:

$$\text{Kesadaran Lingkungan} = 23,017 + 0,853\text{Pesan Edukasi Pandawara}$$

Persamaan regresi menunjukkan bahwa tanpa pengaruh pesan edukasi Pandawara ($X = 0$), kesadaran lingkungan Gen Z (Y) diperkirakan sebesar 23,017. Koefisien regresi 0,853 menandakan setiap peningkatan satu satuan pada pesan edukasi berkontribusi menaikkan kesadaran lingkungan sebesar 0,853 satuan.

5. Uji Koefisien Determinasi

Tabel 6 Model Summary

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.863 ^a	.744	.742	1.484

a. Predictors: (Constant), Pesan Edukasi Pandawara
b. Dependent Variable: Kesadaran Lingkungan Gen Z

Sumber: Data primer diolah SPSS 25, 2025

Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,744 menunjukkan bahwa 74,4% variasi dalam variabel Kesadaran Lingkungan Gen Z dapat dijelaskan oleh variabel Pesan Edukasi Pandawara. Sementara sisanya, yaitu 25,6%, dijelaskan oleh faktor lain di luar model. Nilai R^2 yang tinggi ini menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan yang kuat dalam menjelaskan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, sehingga model regresi yang digunakan layak untuk digunakan dalam penelitian ini.

6. Uji Hipotesis

Tabel 7 Uji Hipotesis

Coefficients ^a				
Model	Unstandardized	Standardized	t	Sig.

		Coefficients		Coefficients Beta		
		B	Std. Error			
1	(Constant)	23.017	1.689		13.624	.000
	Pesan Edukasi Pandawara	.853	.050	.863	16.895	.000

a. Dependent Variable: Kesadaran Lingkungan Gen Z

Sumber: Data prime diolah SPSS 25, 2025

Hasil uji hipotesis melalui uji t pada tabel 7 menunjukkan bahwa variabel Pesan Edukasi Pandawara (X) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000, yang berarti lebih kecil dari batasan 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara pesan edukasi yang disampaikan oleh akun TikTok @pandawaragroup terhadap kesadaran lingkungan Gen Z. Dengan demikian, hipotesis nol (H₀) ditolak dan hipotesis diterima. Artinya, pesan edukasi akun TikTok @pandawaragroup berpengaruh positif signifikan terhadap kesadaran lingkungan generasi Z.

III. SIMPULAN

Berdasarkan uji t, diperoleh nilai signifikansi 0,000 yang menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara pesan edukasi akun TikTok @pandawaragroup terhadap kesadaran lingkungan Gen Z. Persamaan regresi menunjukkan setiap peningkatan satu satuan pesan edukasi meningkatkan kesadaran lingkungan sebesar 0,853, dengan nilai dasar 23,017 saat pesan edukasi tidak ada. Koefisien determinasi (R²) sebesar 0,744 berarti 74,4% variasi kesadaran lingkungan dijelaskan oleh pesan edukasi, sedangkan sisanya dipengaruhi faktor lain.

Temuan ini sejalan dengan Asemah (2022) yang menekankan pentingnya pesan edukasi yang relevan dan menarik, serta Neolaka (2008) yang menyatakan kesadaran lingkungan terbentuk dari paparan informasi berkelanjutan. Studi Sarah (2023) dan Utami (2024) juga mendukung adanya pengaruh signifikan media sosial terhadap kesadaran lingkungan. Secara praktis, hasil penelitian menegaskan bahwa TikTok efektif sebagai sarana penyampaian pesan lingkungan, dan kolaborasi komunitas digital dengan pendidik lingkungan dianjurkan untuk memperkuat dampaknya.

DAFTAR PUSTAKA

- Asemah, E. S. (2022). *Principles and Practice of Mass Communication* (4th ed.). Matkol Press.
- DataReportal. (2023). *Digital 2023 October Global Statshot Report* (Global Statshot Report) [Stats Report]. datareportal.com.
- Dirgantari, A. S., Ansar, Rustandi, E., & Lestaluhu, S. A. (2024). *Buku Referensi Dasar-Dasar Komunikasi: Pengantar Komprehensif untuk Pemahaman Proses Komunikasi* (1st ed.). PT Media Penerbit Indonesia.
- Indonesia.go.id. (2024). Agar Sungai tak Berhenti Mengalir [Goverment]. *Indonesia.Go.Id: Portal Informasi Indonesia*. <https://indonesia.go.id/kategori/editorial/8068/>
- IQAir. (2024). *Kualitas udara di Indonesia* (Air Quality Indeks No. IQAir Foundation). <https://www.iqair.com/id/indonesia>

- JakPat. (2023). *Understanding GEN Z Insight Report Vol. 1* (Stats Report No. 1). JakPat.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53, 59–68. <http://dx.doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Grant, I., & Kelly, K. (2009). *New Media: A critical introduction* (2009th ed.). Routledge.
- Montag, C., Yang, H., & Elhai, J. D. (2021). On the Psychology of TikTok Use: A First Glimpse From Empirical Findings. *Frontier In Public Health*, 9. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2021.641673>
- Neolaka, A. (2008). *Kesadaran Lingkungan* (1st ed.). Rineka Cipta.
- Sarah, M. A. (2023). *Pengaruh Konten Tiktok @Pandawaragroup Terhadap Kesadaran Lingkungan Generasi Z* [Undergraduate (S1) Thesis, Universitas Kristen Satya Wacana]. <https://repository.uksw.edu/handle/123456789/31958>
- Seemiller, C., & Grace, M. (2016). *Generation Z Goes to College*. Jossey-Bass.
- Sistem Pengelolaan Sampah Nasional (SIPSN). (2024). *Timbulan Sampah Nasional Tahun 2019-2024* (No. Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan) [Dataset]. <https://sipsn.menlhk.go.id/sipsn/public/data/timbulan>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabet.
- Syafrina, A. E. (2022). *Komunikasi Massa* (1st ed.). CV. Mega Press Nusantara.
- Utami, S. Y. (2024). *Pengaruh Mengakses Media Sosial Green Influencer terhadap Kesadaran Followers dalam Menjaga Lingkungan (Studi pada Akun Instagram @Pandawaragroup)* [Undergraduate (S1) Thesis, Universitas Lampung]. <http://digilib.unila.ac.id/82175/3>