

Membangun Kesadaran Ekologis di Era Digital: Eksplorasi Filsafat Nilai Max Scheler dalam Konten Pandawara Group

Ahmad Rama Dony¹

¹Magister Filsafat, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, Indonesia

E-mail: ahmadramadony@mail.ugm.ac.id¹



This is an open-access article under the [CC BY-SA](#) license.

Copyright © XXXX by Author. Published by Universitas Pendidikan Ganesha.

Diterima: 12-12-2023

Direview: 12-01-2024

Publikasi: 30-09-2024

Abstrak

Permasalahan serius terkait sampah telah menjadi katalisator utama dalam krisis lingkungan hidup global saat ini. Tantangan ini mendorong berbagai kalangan untuk merumuskan solusi konkret menghadapi dampak negatif dari manajemen sampah yang belum optimal. Dalam era digital, pertautan antara filsafat nilai dan konten digital menjadi semakin penting, konten digital, khususnya yang tersebar melalui media sosial, mengandung nilai-nilai yang memerlukan eksplorasi mendalam guna memahami implikasi etisnya terhadap transformasi pola pikir dan perilaku masyarakat secara luas. Penelitian ini bertujuan untuk menemukan serta mendeskripsikan nilai-nilai yang ada dalam aksi dan publikasi konten penanganan sampah oleh Pandawara Group dalam perspektif filsafat nilai Max Scheler. Metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis deskriptif. Hasil penelitian ini menggambarkan sejumlah nilai-nilai yang tercermin dalam aksi dan publikasi konten Pandawara Group terkait dengan penanganan sampah. Pertama, munculnya nilai kebahagiaan, yang ditemukan dalam dampak positif yang dirasakan oleh pengguna media secara umum ketika berinteraksi dengan konten Pandawara Group. Kedua, munculnya nilai vital, yang tercermin dalam upaya penyadaran kembali terhadap kesejahteraan umum dan kesehatan. Ketiga, terdapat penggugah kepedulian spiritual terhadap lingkungan sekitar bagi pengguna media sosial dengan menunjukkan keterkaitan antara dimensi spiritual dengan pelestarian lingkungan. Terakhir, pada tahap tertinggi, munculnya nilai-nilai kesucian, yang tercermin dalam penghargaan terhadap hak-hak alam yang harus di jaga. Pandawara Group telah menjelma sebagai suatu entitas yang bukan hanya berperan sebagai agen perubahan, melainkan juga memberikan dampak positif yang signifikan dalam menciptakan nilai-nilai kesadaran, kebijaksanaan, dan kesejahteraan di kalangan masyarakat dalam upaya menjaga kelestarian lingkungan.

Kata Kunci: digital; nilai; Max Scheler; Pandawara Group

Abstract

The serious problem of waste has become a major catalyst in the current global environmental crisis. This challenge has prompted various groups to formulate concrete solutions to deal with the negative impacts of suboptimal waste management. In the digital era, the link between value philosophy and digital content is becoming increasingly important. Digital content, especially those spread through social media, contains values that require in-depth exploration to understand its ethical implications for the transformation of the mindset and behavior of the wider community. This study aims to find and describe the values present in the action and publication of waste management content by Pandawara Group from the perspective of Max Scheler's philosophy of value. The method used is qualitative research with a descriptive analysis approach. The results of this study illustrate a number of values reflected in the action and publication of Pandawara Group's content related to waste management. First, the emergence of happiness value, which is found in the positive impact felt by media users in general when interacting with Pandawara Group's content. Secondly, there is the emergence of vital value, which is reflected in efforts to reawaken awareness of public welfare and health. Third, there is an evocation of spiritual concern for the surrounding environment for social media

users by showing the link between the spiritual dimension and environmental preservation. Finally, at the highest stage, the emergence of sacred values, which are reflected in respect for the rights of nature that must be preserved. Pandawara Group has transformed into an entity that not only acts as an agent of change, but also has a significant positive impact in creating values of awareness, wisdom, and prosperity among the community in an effort to preserve the environment.

Keywords: Digital; Value; Max Scheler; Pandawara Group

1. Pendahuluan

Krisis lingkungan menjadi permasalahan yang begitu memprihatinkan dewasa ini, perubahan iklim yang tidak menentu, naiknya permukaan air laut, serta kebakaran hutan menjadi sebuah kekhawatiran tersendiri. Selain itu, permasalahan sampah semakin meningkat seiring dengan meningkatnya pertumbuhan penduduk di Indonesia (Aulia et al., 2021). Permasalahan sampah di Indonesia dapat dilihat dari beberapa faktor, seperti tingginya jumlah sampah yang dihasilkan, pelayanan pengelolaan sampah yang masih terbatas serta sedikitnya pembuangan akhir (Mahyudin, 2017). Persoalan sampah menjadi lebih memburuk dengan berkurangnya kesadaran masyarakat dalam membuang sampah. Salah satu bagian yang tidak terpisahkan dari krisis ini adalah alam sebagai tempat atas pelampiasan manusia dalam membuang sampah secara sewenang-wenang. Menurut Raharjo (2023), sampah domestik atau rumah tangga dibuang di sungai, menjadi awal bagi segala macam permasalahan. Sampah akan dibawa ke laut dan menumpuk di pinggiran pantai atau bahkan tidak sampai ke laut, sampah menyumbat saluran air dalam ekosistem sungai sehingga menyebabkan banjir.

Berbagai krisis lingkungan yang terjadi menjadi sebuah hal yang tidak bisa disangkal akibat dari perilaku manusia terhadap alam. Menurut Keraf (2010), kesalahan manusia dalam memandang eksistensinya terhadap alam menjadi sumber utama dari kerusakan lingkungan, cara pandang antroposentrisme membuat manusia berhak memperlakukan apa saja terhadap lingkungan, manusia menempatkan posisinya sebagai bagian yang lebih tinggi dan pusat dari segalanya. Alam semesta dianggap tidak mempunyai nilai terhadap dirinya sendiri selain kepentingan ekonomis yang menguntungkan manusia (Keraf, 2010). Era digital, sebagai periode baru dalam sejarah manusia, telah membuka jalan bagi munculnya tantangan dan peluang baru yang signifikan dalam konteks pelestarian lingkungan. era digital menyajikan tantangan baru seperti meningkatnya konsumsi energi dan limbah elektronik serta dampak negatif terhadap ekosistem akibat penggunaan teknologi informasi dan komunikasi. Namun, seiring dengan tantangan tersebut, era digital juga membawa peluang besar dalam memperbaiki dan mengelola lingkungan secara lebih efisien. Misalnya, teknologi digital dapat digunakan untuk memonitor dan mengelola sumber daya alam, mengurangi jejak karbon, dan memperluas kesadaran masyarakat tentang isu lingkungan melalui platform media sosial dan kampanye online. Oleh karena itu, era digital memiliki andil penting untuk melakukan kolaborasi yang lebih baik antarorganisasi lingkungan, pemerintah, dan masyarakat terkait dengan isu lingkungan (Anindya & Lokita, 2023).

Di balik konteks krisis lingkungan yang tengah melanda, terlihat adanya mobilisasi berbagai entitas, termasuk organisasi resmi pemerintahan, lembaga swadaya masyarakat, dan komunitas-komunitas di sejumlah wilayah di Indonesia. Salah satu bagian dari upaya mempertahankan keseimbangan lingkungan dilakukan oleh Pandawara Group sebagai *Non-Government Organization* memiliki tujuan-tujuan tertentu dalam upaya penyelamatan lingkungan (Rayhan et al., 2023). Dalam melakukan aksinya, Pandawara Group mendokumentasikan berbagai kegiatannya di media sosial sebagai tindakan yang bertujuan untuk mengajak masyarakat terhadap upaya penyelesaian persoalan sampah di beberapa tempat tujuan aksi. Namun tak jarang, beberapa konten yang didokumentasikan oleh Pandawara Group mendapat beberapa kritik, hujatan, bahkan pandangan sebelah mata dari beberapa pihak. Publikasi aksi Pandawara Group di ranah digital, khususnya melalui media sosial, telah membuka babak baru dalam partisipasi pemuda dalam upaya pelestarian alam. Meskipun beberapa pihak mungkin melihatnya dengan pandangan skeptis, konten-konten yang dihadirkan oleh Pandawara Group memiliki nilai dan makna yang mencuat bagi masyarakat. Nilai menurut Max Scheler mempunyai preferensi atau sebuah hierarki nilai serta kekuatan nilai yang menyatakan diri melalui persepsi sentimental. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi pada pemahaman mengenai nilai-nilai yang tersembunyi dalam konten-konten Pandawara Group di media sosial dengan pendekatan perspektif filsafat nilai Max Scheler.

Penulis merasa tertarik untuk menggali nilai-nilai yang melekat dalam aksi yang dipublikasikan oleh Pandawara Group di media sosial sebagai bentuk pembangunan kesadaran ekologis di era digital saat ini.

2. Metode

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan filosofis, khususnya filsafat nilai Max Scheler. Metode filosofis menurut Wittgenstein yang dijelaskan oleh Anton Bakker adalah tidak lain merupakan metode *critique of language*, dalam artian segala hasil dan kesimpulan hanya berdasarkan penelitian bahasa yang logis (Bakker, 1984). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif analisis. Penelitian deskriptif berarti peneliti mendeskripsikan segala sesuatu yang dilihat, didengar, dirasakan, dan ditanyakan (Sugiyono, 2008). Data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka. Selain itu, semua yang dikumpulkan berkemungkinan menjadi objek yang sudah diteliti dan dianalisis dengan jalan memilah antara pengertian yang satu dengan pengertian yang lain (Sudarto, 1996). Penelitian ini melihat konten-konten Pandawara Group sebagai sebuah objek penelitian ilmiah kemudian dilakukan analisis dengan objek formal yang dipilih yaitu tinjauan filsafat nilai dalam pandangan Max Scheler sehingga ditemukan hasil yang diharapkan.

3. Hasil dan Pembahasan

a. Filsafat Nilai Max Scheler

Filsafat nilai atau aksiologi merupakan sebuah cabang filsafat yang muncul pertama kali pada paruh kedua di abad ke-19 M. Namun, bukan berarti persoalan nilai tidak pernah tersentuh oleh sejarah filsafat. Sejak jaman Yunani kuno, para filsuf klasik telah mengilhami berbagai pemikiran para filsuf baik yang menyangkut nilai keindahan, baik, buruk, dan kerohanian atau kekudusan. Menurut Frondizi, nilai merupakan sebuah tema baru dalam filsafat, penemuan terhadap nilai merupakan salah satu kesuksesan terpenting dalam dunia filsafat (Wijaya, 1993). Filsafat nilai melakukan pencarian akan esensi kebenaran tentang sesuatu secara mendalam, sistematis dan universal. Secara filosofis makna hidup berangkat dari sebuah harga diri terhadap keberlangsungan duniawi yang disebut dengan nilai. Makna nilai adalah segala hakikat yang kembali pada kehendak Tuhan terhadap jiwa manusia. Nilai juga dapat diartikan sebagai sesuatu yang menarik bagi manusia yang berposisi sebagai subjek. Sebuah upaya untuk menemukan nilai yang dilakukan dengan cara radikal, mendalam dan sistematis itulah yang disebut dengan filsafat nilai atau aksiologi (Rasyiddin et al., 2016). Perbedaan pemahaman tentang nilai dapat diketahui dari beberapa faktor, terutamanya cara pandang (*world view*) manusia terhadap sesuatu yang menjadi sebuah objek nilai. Aksiologi pada zaman modern (Max Scheler) dimulai ketika munculnya pembeda antara nilai dan kebaikan yang dilakukan oleh Lotze (Ida Rochmawati, 2019).

Max Scheler dilahirkan di Munchen, Jerman Selatan. Ayahnya berasal dari keluarga menengah ke atas yang beragama protestan dan Ibu Scheler beragama Yahudi, sedangkan Max Scheler tidak tertarik untuk memeluk agama ibunya yang turut membesarkannya. Pada usia 15 tahun, Scheler memeluk agama Katolik di bawah pengaruh seorang pelayan wanita dan seorang guru agama Katolik di sekolah gymnasium. Scheler sangat tertarik untuk mendalami filsafat, usaha untuk menyatukan filsafat dan hidup membangkitkan kekagumannya terhadap Yesus Kristus. Dapat diyakini bahwa hati dari kehidupan religius Max Scheler dapat ditemukan dalam cengkraman Pribadi Yesus. Scheler melewati berbagai kejadian besar dalam hidupnya sehingga mempengaruhi pola pikir dan hidupnya seperti akibat dari Perang Dunia I. Di masa mudanya, Scheler sangat mengagumi Rudolf Eucken dan pengaruh Eucken sangat terlihat dalam karya-karya Scheler. Karya awal Max Scheler berawal dari disertasinya di Jena (1989) dan karier filsafatnya dimulai ketika ia menjadi asisten dosen pada 1901 dengan inspirator utamanya, Rudolf Eucken. Selanjutnya, Scheler berjumpa dengan filsuf lainnya, yaitu Edmund Husserl sebagai penggagas Fenomenologi, Scheler memanfaatkan waktu untuk berdiskusi dengan Husserl ketika menjadi dosen di Jena (Wahana, 2003, p. 23).

Dalam pandangannya tentang nilai, Scheler (1973) mengatakan bahwa nilai merupakan bentuk perasaan yang disengaja dan mempunyai landasan objektif. Nilai adalah sebuah hal yang dituju untuk mewujudkan apriori emosi. Nilai adalah sesuatu yang konkret yang dialami oleh unsur kejiwaan dan emosi, nilai mendahului pengenalan benda, tidak mungkin muncul keindahan pada suatu benda tanpa didahului nilai keindahan yang melekat. Scheler mengusungkan sebuah hierarki nilai yang bersifat mutlak dan mengatasi segala perubahan historis. Dalam semua realitas, terdapat satu susunan hierarkis yang membawa nilai secara

mandiri dan berkedudukan lebih tinggi atau lebih rendah. Kriteria dalam hierarki nilai Scheler dibagi menjadi lima bagian. Pertama, nilai memiliki sifat tahan lama. Sebuah objek yang memiliki sifat tahan lama cenderung lebih sukar berubah. Semua nilai yang dialami oleh indra, pada hakikatnya bersifat fana atau sementara dibanding nilai-nilai yang non indrawi. Kedua, sifat dapat dibagi. Dalam tingkatan hierarki nilai, semakin tinggi posisinya maka semakin kecil juga peluang sifatnya untuk dibagi-bagi. Ketiga, sifat nilai tidak bergantung pada nilai lain. Keempat, sifat membahagiakan. Tinggi rendahnya sebuah nilai dalam tingkatan hierarki nilai tidak ditentukan oleh seberapa besar nilai kenikmatan, tetapi lebih kepada banyak tidaknya nilai kebahagiaan dalam objek tersebut. Terakhir adalah sifat nilai tidak bergantung pada sebuah kenyataan tertentu. Nilai selalu mengacu pada esensi pada nilai itu sendiri dan tidak tergantung terhadap sebuah relativitas dari sifat pengembalian nilai. Scheler menggolongkan hierarki nilai berdasarkan empat kelompok yaitu, nilai kenikmatan, nilai yang vital, nilai ruhani, dan nilai yang tertinggi (Deeken, 1974).

Tingkat pertama dari hierarki nilai Max Scheler adalah nilai kenikmatan atau kesenangan, nilai dalam tingkatan ini berisi nilai-nilai yang menyenangkan dan tidak menyenangkan. Tingkatan nilai ini erat hubungannya dengan perasaan indrawi seperti nikmat, sedih, sakit. Kedua, nilai kehidupan atau nilai vital. Nilai dalam tahapan kedua ini berisi nilai-nilai yang bermanfaat bagi kehidupan manusia, kesejahteraan, kesehatan, dan lainnya. Nilai vital tidak dapat direduksi dan tidak bergantung terhadap apapun baik kepada nilai yang lebih rendah (nilai kesenangan) maupun yang lebih tinggi (nilai spiritual). Selanjutnya, pada tingkatan ketiga yaitu nilai spiritual atau kejiwaan, nilai dalam bagian ketiga ini tidak terpengaruh lagi pada aspek fisik dalam kehidupan manusia. Nilai spiritual lebih kepada peningkatan aspek batiniah dengan menempatkan nilai lebih tinggi daripada dua tingkat sebelumnya. Terakhir adalah nilai kerohanian atau nilai yang tertinggi. Nilai ini merupakan nilai tertinggi dari pada nilai-nilai lainnya. Pada tingkat ini, nilai tidak bergantung terhadap waktu dan pembawanya (Scheler, 1973).

b. Lingkungan di Era Digital: Tantangan dan Peluang

Dalam abad ke-21 yang ditandai dengan transformasi digital yang cepat dan semakin canggih serta menjadi sebab terjadinya perubahan besar dunia, perhatian terhadap pelestarian lingkungan juga telah menjadi semakin krusial. Transisi atas revolusi digital 1980 dari teknologi mekanik dan analog ke teknologi digital terus berkembang hingga hari ini (Setiawan, 2017). Era digital ditandai oleh tiga elemen kunci yang menjadi ciri utamanya, yaitu media sosial, identitas personal, dan ilmu pengetahuan berbasis data yang intensif. Ketiga elemen ini menandai pergeseran fundamental dalam paradigma ilmu pengetahuan dan pengalaman manusia di era digital. Pertama, media sosial telah mengubah cara manusia berinteraksi, berkomunikasi, dan mengonsumsi informasi, membentuk lanskap sosial yang terhubung secara digital. Kedua, konsep identitas personal mengalami transformasi signifikan, terutama melalui eksposur yang luas terhadap platform digital yang memfasilitasi pembentukan dan ekspresi identitas individu secara online. Terakhir, ilmu pengetahuan yang intensif data, didefinisikan oleh penggunaan teknik komputasi dan analisis data yang canggih, telah memungkinkan kemajuan besar dalam pemahaman terhadap fenomena alam dan manusia serta dalam aplikasi praktis di berbagai bidang, mulai dari kesehatan hingga kebijakan publik (Jannah, 2018).

Era digital membawa tantangan yang kompleks seiring dengan berbagai peluang baru yang berpotensi memengaruhi cara manusia dalam memahami, mengelola, dan melestarikan lingkungan secara global. Salah satu tantangan utama yang hadir adalah meningkatnya penggunaan energi dan limbah elektronik sebagai hasil dari pertumbuhan teknologi digital. Proses produksi, penggunaan, dan pembuangan perangkat elektronik menciptakan dampak lingkungan yang signifikan, termasuk meningkatnya jejak karbon dan risiko kerusakan pada lingkungan seperti polusi udara, air, dan tanah. Selain itu, pertumbuhan konektivitas digital juga dapat memicu urbanisasi yang cepat dan meningkatnya konsumsi sumber daya alam, yang berpotensi mengancam keberlanjutan lingkungan. Namun, di balik tantangan tersebut, era digital juga membawa peluang besar dalam upaya pelestarian lingkungan teknologi informasi dan komunikasi dapat digunakan untuk meningkatkan efisiensi dalam pengelolaan sumber daya alam, memantau pola konsumsi energi, dan mengelola limbah secara lebih efektif seperti *Cyber Physical System (CPS)*, *Cloud Computing*, *Smart Sensor*, dan *Internet of Things* dan lain sebagainya (Nais, 2021). Selain itu, platform media sosial dan kampanye online dapat digunakan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang isu lingkungan dan menggalang dukungan untuk tindakan pelestarian, seperti Instagram, Tik Tok, Youtube, Facebook, dan

semacamnya. Era digital telah menjadi kekuatan yang signifikan dalam memobilisasi kesadaran dan aksi lingkungan melalui media sosial dan kampanye online. Dengan mudahnya akses informasi dan kemampuan untuk berbagi pengalaman secara cepat, masyarakat dapat aktif terlibat dalam upaya pelestarian lingkungan. Selain meningkatkan kesadaran, era digital juga memfasilitasi tindakan nyata dalam menjaga lingkungan. Contohnya, melalui media sosial, individu dapat berpartisipasi dalam gerakan untuk mengurangi penggunaan plastik sekali pakai dengan membagikan tips, mempromosikan produk ramah lingkungan, atau bahkan mengorganisir kegiatan pembersihan pantai atau sungai bersama-sama. Secara keseluruhan, era digital membuka peluang bagi partisipasi aktif masyarakat dalam upaya pelestarian lingkungan melalui akses mudah terhadap informasi, serta kemampuan untuk berkomunikasi dan berkolaborasi secara global. Namun, untuk memanfaatkan potensi era digital secara maksimal, penting bagi individu dan organisasi untuk menggunakan platform digital dengan bijak dan bertanggung jawab, serta terlibat dalam tindakan nyata yang dapat memberikan dampak positif dalam menjaga keberlanjutan lingkungan.

c. Pandawara Group dan Konten Penanganan Sampah

Nama Pandawara Group seringkali menjadi perbincangan di kalangan generasi milenial saat ini, bahkan beberapa aksinya menjadi trending topik beberapa waktu lalu di media sosial. Pandawara group adalah sebuah komunitas pemuda asal Bandung yang terdiri dari lima orang, yaitu Ikhsan Destian, Gilang Rahma, Muhammad Rifqi, Rafly Pasya, dan Agung Permana. Kelima pemuda ini memiliki visi misi yang sama dalam menyelesaikan persoalan tentang sampah di Indonesia, khususnya di daerah mereka yang sering terkena banjir akibat sampah yang menumpuk di sungai. Nama Pandawara Group bukan tidak memiliki arti, dalam sebuah *talkshow* yang dipandu oleh Denny Sumargono, Pandawara Group membagi asal muasal nama ini yang berasal dari kata "Panda" dan "Wara". Panda diambil dari kisah pewayangan Mahabharata yang berarti lima, sedangkan Wara berasal dari bahasa sunda yaitu baik. Maksud dari nama Pandawara adalah lima pemuda yang membawa kabar baik (Rayhan et al., 2023). Pandawara Group telah mengadopsi serangkaian tindakan strategis dalam menangani permasalahan sampah yang signifikan. Tidak hanya menggelar aksi bersih-bersih secara rutin, namun mereka juga secara khusus menargetkan daerah-daerah yang memiliki tingkat pemenuhan sampah yang cukup parah, seperti sungai, pemukiman, dan pantai. Selain itu, dokumentasi dari kegiatan ini secara teratur dibagikan melalui platform media sosial, termasuk TikTok dan Instagram, dengan tujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga kebersihan lingkungan dan menciptakan perubahan perilaku yang berkelanjutan (Shabrina et al., 2023). Meskipun awalnya menghadapi keraguan dari sebagian pihak yang meragukan motif kegiatan tersebut sebagai upaya semata untuk mendapatkan popularitas dalam dunia digital, Pandawara Group terus membuktikan komitmennya dengan tetap melaksanakan aksi bersih-bersih secara konsisten di berbagai lokasi. Selain itu, melalui konten yang mereka hasilkan, mereka berupaya untuk menginspirasi masyarakat untuk lebih memperhatikan kebersihan lingkungan dan mengubah perilaku mereka dengan tidak membuang sampah sembarangan, terutama di tempat-tempat umum seperti sungai. Konten yang dipublikasikan oleh Pandawara Group tidak selalu menerima respon yang positif dari masyarakat, baik itu di media sosial maupun dalam interaksi langsung. Terkadang, konten yang dibagikan melalui akun Instagram Pandawara Group memicu tanggapan negatif dari sebagian pihak, yang merasa bahwa konten tersebut merendahkan atau mengotori nama suatu daerah yang menjadi sasaran dari aksi Pandawara Group. Hal ini menunjukkan adanya polarisasi dalam persepsi terhadap kegiatan yang dilakukan oleh Pandawara Group. Meskipun tujuan dari kegiatan tersebut murni untuk pelestarian lingkungan, beberapa pihak mungkin merasa tersinggung atau terganggu dengan cara konten tersebut dipresentasikan atau dampaknya terhadap citra suatu daerah.

d. Nilai-Nilai dalam Konten Pandawara Group

Pandawara Group, sebagai komunitas pemuda yang aktif dalam upaya penyelamatan lingkungan, mengemban tujuan-tujuan khusus dalam mendidik dan mengajak masyarakat untuk mempraktikkan perilaku membuang sampah pada tempatnya. Namun, dalam pelaksanaan aksi-aksi mereka, Pandawara menghadapi tantangan yang bervariasi, baik melalui media sosial maupun secara langsung dalam bentuk penolakan dari sebagian pihak. Lebih lanjut, terlihat bahwa aksi Pandawara Group tidak hanya terbatas pada dimensi fisik upaya keberlanjutan bumi, tetapi kontennya juga menyimpan nilai-nilai yang bersifat otonom. Dalam perspektif

hierarki nilai Max Scheler, nilai-nilai yang tercermin dalam konten-konten yang dipublikasikan oleh Pandawara Group dapat dikaji sebagai berikut:

1) Nilai Kenikmatan

Pada tingkat dasar, nilai-nilai yang terungkap melibatkan persepsi terhadap pengalaman yang menyenangkan atau tidak menyenangkan. Aksi Pandawara Group secara langsung memberikan kebahagiaan bagi masyarakat di sekitar tempat pelaksanaan. Masyarakat sangat terbantu dalam mengatasi persoalan sampah yang memburuk di lingkungan mereka. Selain itu, publikasi konten Pandawara Group di media sosial tidak hanya meningkatkan kesadaran akan pentingnya menjaga lingkungan, tetapi juga membangun kenikmatan dengan pengalaman positif bagi pengguna media sosial untuk mendorong mereka turut serta dalam upaya merawat lingkungan melalui tindakan nyata, seperti mengurangi pembuangan sampah sembarangan. Pandawara dengan antusias mempersembahkan sebuah undangan terbuka kepada masyarakat untuk turut serta dalam aksi bersih-bersih sampah yang diperjuangkan melalui media sosial. Dengan sikap yang penuh semangat, mereka mengajak individu-individu untuk menjadi bagian dari perubahan positif dalam menjaga kebersihan lingkungan, serta menyebarkan pesan-pesan kesadaran melalui platform digital.

2) Nilai Vital

Nilai vital merupakan salah satu pilar bagian kedua dari hierarki nilai Max Scheler. Aksi-aksi yang dipublikasikan oleh Pandawara Group dalam konten media sosial mereka memiliki relevansi yang vital dalam upaya meningkatkan kesadaran akan kesejahteraan umum dan kesehatan masyarakat. Tujuan utama Pandawara Group adalah menyediakan kenyamanan bagi masyarakat, terutama di wilayah perairan sungai dan pantai yang rentan terhadap dampak kerusakan lingkungan akibat penumpukan sampah. Konten yang dihasilkan oleh Aksi Pandawara Group mencerminkan komitmen nyata dalam membangun kesadaran yang penting terhadap pelestarian lingkungan dengan tujuan menciptakan harmoni dan mengamankan keberlangsungan lingkungan yang sehat.

3) Nilai Spiritual

Menurut Max Scheler, nilai spiritual berada pada tingkatan ketiga dalam hierarki nilai. Nilai spiritual ini memiliki sifat dengan tidak bergantung pada hal-hal fisik dan lingkungan alam sekitar. Jenis nilai pokok dari nilai spiritual ini adalah nilai estetis yang berkaitan dengan nilai benar atau salah, indah atau tidak, baik atau buruk. Dengan mengaitkan dimensi nilai spiritual dengan aksi yang diwujudkan oleh Pandawara Group dalam publikasi media sosial, tergambar sebuah hubungan yang erat antara praktik nyata dan aspirasi nilai yang mendalam. Tindakan membersihkan sampah di sepanjang sungai dan pantai mencerminkan niatan untuk menghidupkan unsur keindahan di lokasi-lokasi yang sebelumnya dianggap tidak terawat, hingga menjadi tempat yang elok dan dapat berfungsi sesuai dengan tujuannya yang sejati. Melalui pemulihan visual dan fungsionalitas tempat aksi yang dilakukan Pandawara Group, Konten Pandawara mengusung nilai-nilai spiritual. Tindakan membersihkan bukan hanya sekadar transformasi fisik, melainkan juga sebuah perwujudan perhatian dan rasa tanggung jawab terhadap alam semesta. Dalam konteks ini, upaya-upaya mereka tidak hanya menciptakan perubahan material, tetapi juga menggugah kepedulian spiritual terhadap lingkungan sekitar bagi pengguna media sosial terutama masyarakat secara langsung, menciptakan harmoni antara manusia dan alam melalui tindakan nyata yang bermakna. Hal ini diperkuat melalui konten yang diunggah oleh Pandawara Group pada tanggal 24 Juli 2023. Pada permulaan video tersebut, Pandawara Group mengutarakan, "*bukan sungai terkotor, bukan juga tempat terkotor. Tapi ini bisa mencoreng nama baik Bandung Raya.*" Aksi-aksi yang dilakukan oleh Pandawara Group memiliki tujuan yang mendasar untuk meningkatkan apresiasi terhadap keindahan lingkungan yang menjadi fokus dari setiap inisiatif mereka, termasuk di area pantai, sungai, atau bahkan pemukiman penduduk. Selain itu, kegiatan yang dilakukan oleh Pandawara Group juga merangkum nilai kenikmatan, yang tidak hanya mencakup aspek fisik, tetapi juga mengedepankan kebersamaan antara berbagai lapisan masyarakat yang turut serta dalam upaya bersama Pandawara Group dalam mengatasi permasalahan sampah.

Keikutsertaan bersama ini tidak hanya menciptakan kesadaran akan pentingnya pelestarian lingkungan, melainkan juga memupuk semangat kebersamaan yang mampu menyatukan berbagai kalangan dalam menjalankan tanggung jawab kolektif terhadap penanganan sampah.

4) Nilai Kerohanian

Nilai kerohanian menempati posisi tertinggi dari hierarki nilai Max Scheler, nilai kerohanian memiliki modalitas nilai yang suci dan tidak suci. Nilai kerohanian memiliki tempat yang khas dengan menyatakan diri sebagai sesuatu yang mutlak. Tindakan-tindakan yang terdokumentasi dalam konten mereka di Media Sosial mencapai nilai kerohanian dengan menekankan suatu jenis cinta khusus yang secara hakiki terarah pada pribadi. Meski Pandawara Group tidak pernah menyatakan hal-hal yang berkaitan dengan nilai kerohanian, tetapi aksi yang terekam dalam konten mereka tercermin nilai-nilai kekudusan dalam tindakan merawat lingkungan. Tuhan memberikan perintah untuk menjaga bumi dan merawat bumi sebaik mungkin. Arna Naes sebagai salah satu penggagas *deep ecology* mengatakan bahwa alam mempunyai hak-hak yang sama di antara semua makhluk hidup sebagai konsekuensi dari prinsip egalitarianisme biosentris (Keraf, 2010). Dalam pandangan lain, alam adalah representasi atas kehadiran Tuhan dan manusia sebagai wakil Tuhan di muka bumi, sehingga hal tersebut merupakan satu entitas kosmos yang tidak bisa dipisahkan (Dony, 2021). Konten Aksi yang dilakukan oleh Pandawara Group terbukti telah menyumbangkan nilai-nilai yang bersifat kerohanian melalui serangkaian tindakan dan inisiatif sebagai bagian dari upaya merawat alam. Melalui langkah-langkah ini, mereka berperan aktif dalam memberikan penghormatan pada hak-hak alam untuk dapat berkelanjutan dan lestari sesuai dengan kodratnya.

4. Simpulan dan Saran

Krisis sampah merupakan hal yang menjadi perhatian Indonesia bahkan dunia saat ini. Berbagai negara di dunia menghadapi tantangan besar terkait dengan manajemen sampah. Volume sampah yang tinggi, manajemen yang tidak efektif, keterbatasan pengumpulan sampah dan tingkat kesadaran masyarakat menjadi beberapa faktor yang menyebabkan sebuah krisis. Pandawara Group sebagai sebuah Organisasi Non-Pemerintah (NGO), mengemukakan bahwa penyelesaian persoalan sampah dapat tercapai melalui dua pendekatan kunci. Pertama, membangun kesadaran akan pentingnya pelestarian lingkungan. Kedua, menggerakkan aksi nyata dalam rangka membersihkan dan mengelola sampah dengan lebih efektif. Melalui upaya dan inisiatif yang mereka lakukan, Pandawara Group telah mampu menginspirasi masyarakat untuk ikut serta dalam upaya bersama dalam membersihkan lingkungan. Selain itu, melalui konten yang mereka publikasikan di berbagai platform media sosial, Pandawara Group juga berperan dalam mendidik dan mengedukasi pengguna media sosial tentang pentingnya menjaga keseimbangan antara manusia dan alam, termasuk dengan cara tidak membuang sampah sembarangan. Publikasi konten aksi Pandawara Group di media sosial menunjukkan menonjolnya nilai-nilai yang signifikan, yang dapat dianalisis dengan menggunakan perspektif filsafat nilai. Terlihat bahwa nilai-nilai seperti kenikmatan, dalam bentuk kesejahteraan dan kenyamanan hidup, nilai spiritual yang menyoroti pencarian kebenaran, serta nilai kerohanian yang menegaskan hubungan antara manusia, Tuhan, dan alam, secara konsisten tercermin dalam konten yang mereka sajikan. Dengan demikian, Pandawara Group tidak hanya menjadi agen perubahan dalam menanggulangi krisis sampah, tetapi juga membawa dampak positif dalam menciptakan kesadaran, kebijaksanaan, dan kesejahteraan di antara masyarakat dalam menjaga kelestarian lingkungan. Penelitian ini masih relatif terbatas pada teori Max Scheler terkait dengan aksi dan konten Pandawara Group. Tentunya pada penelitian selanjutnya, diperlukan analisis yang berbeda terhadap aksi dan konten Pandawara Group secara lebih luas dengan para pemikir serta teori yang lebih variatif lainnya.

5. Daftar Pustaka

Anindya, A., & Lokita, R. (2023). Tantangan dan Peluang Dalam Mengembangkan Komunikasi Lingkungan Yang Efektif di Era Digital. *Jurnal FATEKSA: Jurnal Teknologi ...*, Query date: 2023-11-09 03:54:26. <https://uswim.e-journal.id/fateksa/article/view/456>.

- Aulia, D. C., Situmorang, H. K., Prasetya, A. F. H., Fadilla, A., Nisa, A. S., Khoirunnisa, A., Farhan, D., Nindya, D. N., Purwantari, H., Jasmi, I. O. D., Akbar, J. A., Ginting, N. M. C. B., Lubis, R. F., & G, Z. P. (2021). Peningkatan Pengetahuan dan Kesadaran Masyarakat tentang Pengelolaan Sampah dengan Pesan Jepang. *Jurnal Pengabdian Kesehatan Masyarakat (Pengmaskemas)*, 1(1), Article 1. <https://journal.fkm.ui.ac.id/pengmas/article/view/5516>.
- Bakker, A. (1984). *Metode Metode Filsafat*. Ghalia Indonesia.
- Deeken, A. (1974). *Process and Permanence in Ethics: Max Scheler's moral philosophy*. New York: Paulist Press. <http://archive.org/details/processpermanenc00deek>.
- Dony, A. R. (2021). *Pandangan Muhammad Quraish Shihab Dan Buya Hamka Tentang Konsep Ekoteologi Dalam Al-Qur'an*. Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
- Ida Rochmawati. (2019). Pendidikan Karakter dalam Kajian Filsafat Nilai. *Jurnal Pendidikan Islam*, 3(1), 1–12. <https://doi.org/10.37286/ojs.v3i1.40>.
- Jannah, R. (2018). Menciptakan Kewarganegaraan Ekologis di Era Digital melalui Kampanye Recycle Jember. *Journal of Urban Sociology*, 1(2), Article 2. <https://doi.org/10.30742/jus.v1i2.567>.
- Keraf, S. (2010). *Etika Lingkungan Hidup*. PT Kompas Media Nusantara.
- Mahyudin, R. P. (2017). Kajian Permasalahan Pengelolaan Sampah dan Dampak Lingkungan di TPA (Tempat Pemrosesan Akhir). *Jukung (Jurnal Teknik Lingkungan)*, 3(1). <https://doi.org/10.20527/jukung.v3i1.3201>.
- Nais, M. F. (2021). *Tantangan dan Peluang Pengelolaan Lingkungan Hidup Indonesia di Era Industri 4.0*.
- Raharjo, S. (2023). Menjaga Sang Bengawan, Menjaga Peradaban. *STANDAR: Better Standard Better Living*, Query date: 2023-11-09 03:54:26. <https://majalah.bsilhk.menlhk.go.id/index.php/STANDAR/article/view/137>.
- Rasyiddin, A., Amroein, Faisal, M., Muhammad, & Angkat, M. (2016). *Nilai Perspektif Filsafat*. Perdana Publishing.
- Rayhan, A., Widjaya, R., & Lita, T. (2023). Partisipasi NGO Pandawara Group dalam Mengelola Lingkungan di Pantai Teluk Labuan Sebagai Upaya Mewujudkan Welfare State. *National Conference on ...*, Query date: 2023-11-09 03:54:26. <https://conference.upnvj.ac.id/index.php/ncols/article/view/2679>.
- Scheler, M. (1973). *Formalism in Ethics and Non-Formal Ethics of Values*. Northwestern University Press.
- Setiawan, W. (2017). *Era Digital dan Tantangannya*.
- Shabrina, A., Nuraini, K., & Naufal, A. (2023). Strategi Kampanye Kebersihan Lingkungan Oleh Pandawara Group Melalui Media Tiktok. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (SNIIS)*, 2, 1544–1556. <https://proceeding.unesa.ac.id/index.php/sniis/article/download/930/401>.
- Sudarto. (1996). *Metodologi Penelitian Filsafat*. PT RajaGrafindo.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Wijaya, C. A. (1993). Nilai Menurut Risieri Frondizi. *Jurnal Filsafat*.