

PENGARUH KAMPANYE *#NOSTRAWMOVEMENT* KFC TERHADAP KESADARAN MASYARAKAT UNTUK TIDAK MENGGUNAKAN SEDOTAN PLASTIK

(Survei pada pengunjung KFC di Cinere Mall Depok pada Bulan Mei 2019)

Abel Tania Ramadhanti

ABSTRAK

Pencemaran lingkungan akibat sampah plastik ini menjadi masalah besar bagi dunia, termasuk Indonesia. Indonesia merupakan salah satu negara pengguna sedotan plastik tertinggi di dunia. Sedotan merupakan sampah plastik terbesar kelima di dunia, dan 6 juta batang berada di pantai dan laut. Menurut Komunitas Divers Clean Action (2017), tercatat 93 juta batang sedotan plastik digunakan setiap harinya yang bersumber dari restoran, minuman kemasan, dan sumber lainnya. Melihat masalah tersebut, KFC bersama komunitas Divers Clean Action mengadakan kampanye *#NoStrawMovement* yang bertujuan untuk mengurangi penggunaan sedotan plastik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya Pengaruh Kampanye *#NoStrawMovement* KFC Terhadap Kesadaran Masyarakat Untuk Tidak Menggunakan Sedotan Plastik dengan menggunakan model kampanye Ostergaard. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah pengunjung KFC di Cinere Mall Depok berjumlah 17.000 orang. Untuk mengetahui adanya hubungan dan pengaruh, peneliti menggunakan uji korelasi, uji koefisien determinasi dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hasil hipotesis penelitian membuktikan H_0 ditolak dan H_a diterima, terdapat pengaruh yang masih rendah antara kampanye *#NoStrawMovement* KFC Terhadap Kesadaran Masyarakat Untuk Tidak Menggunakan Sedotan Plastik. Hal ini karena apabila tingkat kesadaran masyarakat sudah tinggi, maka masyarakat tidak akan lagi menggunakan sedotan plastik.

Kata kunci : Kampanye, Kesadaran masyarakat, Model Kampanye Ostergaard

THE INFLUENCE OF #NOSTRAWMOVEMENT KFC CAMPAIGN AGAINST PUBLIC AWARENESS NOT TO USE PLASTIC STRAW

(Survey on the visitors of KFC at Cinere Mall Depok in May 2019)

Abel Tania Ramadhanti

Abstract

Environmental pollution due to plastic waste is a big problem for the world, including Indonesia. Indonesia is one of the highest users of plastic straws in the world. Straws are the fifth largest plastic waste in the world, and 6 million rods are on the beach and sea. According to the Divers Clean Action Community (2017), recorded 93 million plastic straw rods are used every day sourced from restaurants, bottled drinks, and other sources. Looking at the problem, KFC with the Divers Clean Action Community held a #NoStrawMovement aimed at reducing the use of plastic straw. This research aims to determine whether or not the Influence of #NoStrawMovement KFC Campaign Against Public Awareness Not to Use Plastic Straw by using Ostergaard campaign model. The approach used in this research is quantitative. The population in this research is the visitors of KFC in Cinere Mall Depok amounted to 17,000 people. To identify relationships and influences, researchers use correlation tests, coefficient of determination and hypothesis testing. The results showed that the research hypothesis proved that H_0 was rejected and H_a accepted, there was a low influence between the campaign #NoStrawMovement KFC Against Public Awareness Not to Use Plastic Straw. This is because if the level of public awareness level is high, then the community will no longer use plastic straw.

Keywords: Campaign, Public Awareness, Ostergaard Campaign Model