

PENGARUH PESAN KAMPANYE #WASTEDOWNBEAUTYUP DI INSTAGRAM TERHADAP KESADARAN LINGKUNGAN PADA FOLLOWERS INSTAGRAM SOCIOLLA

Tugas Akhir Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama: Revina Larasati

NIM: 1810411214



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA**

2022

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Judul yang dipilih dalam penelitian yang dilakukan sejak April 2022 ini adalah Pengaruh Pesan Kampanye #WasteDownBeautyUp di Instagram terhadap Kesadaran Lingkungan pada *Followers* Instagram Sociolla. Penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah sangat membantu dalam menyelesaikan dalam penyusunan skripsi ini dari awal hingga selesai, antara lain kepada:

1. Kepada Allah SWT atas karunia-Nya yang telah memberikan ketenangan dan nikmat sehat serta bahagia sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
2. Kedua orang tua peneliti, Ibu Djeni Iriantini, Bapak Fahrul Rizal dan juga kepada kakak penulis yaitu Mas Rayhan atas segala doa-doa yang diberikan, dukungan yang tak pernah henti, serta kerja keras kedua orang tua saya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Kepada yang terhormat Ibu Lusia Handayani, M.Si selaku dosen pembimbing utama yang telah selalu membimbing penulis dalam penyusunan skripsi ini dari awal hingga akhir, serta segala kemudahan, bantuan, serta semangat yang diberikan untuk penulis. Serta Ibu Vina Mahdalena, M.Si selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan banyak masukan serta saran tentang teknik penulisan sehingga skripsi ini menjadi lebih baik.
4. Kepada seluruh responden yang telah bersedia untuk berpartisipasi dalam penelitian ini.
5. Kepada teman-teman penulis yaitu Gaby, Anne, Devi, Meltan, Cindy, Restika, Gadis, dan Sekar yang selalu memberikan semangat serta berbagi ilmu satu sama lain selama penyusunan skripsi ini.

Jakarta, 25 Oktober 2022

Revina Larasati

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Revina Larasati

NIM : 1810411214

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Depok, 25 Oktober 2022

Yang menyatakan,



Revina Larasati

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Revina Larasati
NIM : 1810411214
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

PENGARUH PESAN KAMPANYE #WASTEDOWNBEAUTYUP DI INSTAGRAM TERHADAP KESADARAN LINGKUNGAN PADA FOLLOWERS INSTAGRAM SOCIOLLA

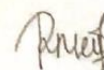
Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Depok

Pada Tanggal: 25 Oktober 2022

Yang Menyatakan,



Revina Larasati

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

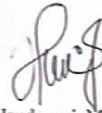
Skripsi diajukan oleh:

Nama : Revina Larasati
NIM : 1810411214
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Pengaruh Pesan Kampanye #WasteDownBeautyUp di Instagram Terhadap Kesadaran Lingkungan pada Followers Instagram Sociolla

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing I



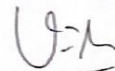
Lusia Handayani, M.Si

Penguji I



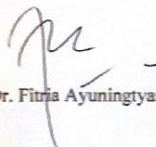
Dr. Drina Intyaswati

Penguji II



Vina Mahdalena, M.Si

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. Fitria Ayuningtyas, M.Si

Ditetapkan di: Jakarta

Tanggal Ujian: 3 Januari 2023

PENGARUH PESAN KAMPANYE #WASTEDOWNBEAUTYUP DI INSTAGRAM TERHADAP KESADARAN LINGKUNGAN PADA FOLLOWERS INSTAGRAM SOCIOLLA

ABSTRAK

Revina Larasati

Kehidupan manusia saat ini sangat erat hubungannya dengan penggunaan plastik. Plastik digunakan dalam berbagai macam kegiatan dan untuk berbagai macam kebutuhan. Terlepas dari kemudahan serta keuntungan yang dirasakan, penggunaan plastik yang berlebihan juga dapat membawa dampak negatif bagi lingkungan. Hal tersebut menjadi permasalahan bersama karena penggunaan plastik yang berlebihan dan terus menerus meningkat ditambah dengan kurangnya kesadaran masyarakat akan tanggung jawabnya terhadap sampah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pesan kampanye #WasteDownBeautyUp di Instagram terhadap kesadaran lingkungan *followers* Instagram Sociolla dengan menggunakan model kampanye Nowak dan Warneryd. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Metode survei digunakan oleh peneliti untuk menyebarkan kuesioner kepada 100 responden yaitu *followers* akun Instagram @sociolla dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai t hitung $3,637 > t$ tabel $1,984$ dan nilai sig $0,000 < 0,05$, yang dapat ditarik kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, yang mana dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh pesan kampanye #WasteDownBeautyUp di Instagram terhadap kesadaran lingkungan pada *followers* Instagram Sociolla.

Kata kunci: Pesan Kampanye, Kesadaran Lingkungan, Masalah Sampah Plastik

**THE EFFECT OF THE #WASTEDOWNBEAUTYUP CAMPAIGN
MESSAGE AT INSTAGRAM ON ENVIRONMENTAL AWARENESS ON
SOCIOLLA'S INSTAGRAM FOLLOWERS**

Abstract

Revina Larasati

Human life today is closely related to the use of plastic. Plastics are used in a variety of activities and for various purposes. Apart from the convenience and perceived benefits, excessive use of plastic can also have a negative impact on the environment. This is a common problem because of the excessive and continuously increasing use of plastic coupled with the lack of public awareness of their responsibility towards waste. This study aims to determine the effect of the #WasteDownBeautyUp campaign message at Instagram on the environmental awareness of Sociolla's Instagram followers by using the Nowak and Warneryd campaign models. The method used in this research is quantitative. The survey method was used by researchers to distribute questionnaires to 100 respondents, namely followers of the Instagram account @sociolla with purposive sampling technique. The results showed that the t-count value was $3.637 > t\text{-table } 1.984$ and the sig value $0.000 < 0.05$, which can be concluded that H_0 is rejected and H_a is accepted. The results shows that there is an effect of the #WasteDownBeautyUp campaign message at Instagram on environmental awareness among followers Sociolla's Instagram.

Keywords: Campaign Message, Enviromental Awareness, Plastic Waste Problem

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	i
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	i
ABSTRAK	i
DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR TABEL	i
DAFTAR GAMBAR.....	i
DAFTAR LAMPIRAN	i
BAB I.....	2
PENDAHULUAN	2
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	2
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Akademis.....	6
1.4.2 Manfaat Praktis.....	6
1.5 Sistematika Penelitian	7
BAB II.....	8
TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Konsep dan Model Penelitian	8
2.1.1 Kampanye.....	8
2.1.2 Model Kampanye Nowak & Warneryd.....	9
2.1.3 Pesan Kampanye.....	10
2.1.4 Instagram.....	11
2.1.5 Kesadaran.....	12
2.2 Kerangka berpikir	14
2.3 Hipotesis.....	14
BAB III.....	15
METODOLOGI PENELITIAN	15
3.1 Pendekatan & Jenis Penelitian	15

3.2 Populasi & Sampel.....	15
3.2.1 Populasi.....	15
3.2.2 Sampel.....	16
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	18
3.3.1 Data Primer.....	18
3.3.2 Data Sekunder.....	19
3.4 Operasional Variabel.....	19
3.5 Metode Analisis Data.....	24
3.5.1 Uji Validitas.....	24
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	27
3.5.3 Uji Normalitas.....	28
3.5.4 Uji Korelasi.....	28
3.5.5 Uji Regresi.....	29
3.5.6 Koefisien Determinasi.....	29
3.5.7 Uji Hipotesis.....	30
3.6 Waktu dan Tempat Penelitian.....	30
BAB IV.....	32
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	32
4.1 Profil Sociolla.....	32
4.2 Hasil Penelitian.....	33
4.2.1 Karakteristik Responden.....	34
4.2.2 Analisis Pernyataan Variabel X.....	35
4.2.3 Analisis Pernyataan Variabel Y.....	47
4.2.4 Hasil Uji Normalitas.....	52
4.2.5 Hasil Uji Korelasi.....	53
4.2.6 Hasil Uji Regresi.....	54
4.2.7 Hasil Koefisien Determinasi.....	55
4.2.8 Hasil Uji Hipotesis.....	57
4.3 Pembahasan.....	58
BAB V.....	66
KESIMPULAN DAN SARAN.....	66
5.1 Kesimpulan.....	66
5.2 Saran.....	66
5.2.1 Saran Praktis.....	66

5.2.2 Saran Akademis	67
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN.....	70

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Skala Likert	18
Tabel 2 Operasional Variabel X	19
Tabel 3 Operasional Variabel Y	23
Tabel 4 Uji Validitas Variabel X (Pesan Kampanye)	25
Tabel 5 Uji Validitas Variabel Y (Kesadaran Lingkungan)	26
Tabel 6 Nilai Alpha Cronbach's	27
Tabel 7 Uji Reliabilitas Variabel X (Pesan Kampanye)	27
Tabel 8 Uji Reliabilitas Variabel Y (Kesadaran Lingkungan)	28
Tabel 9 Rank Spearman	29
Tabel 10 Waktu Penelitian	31
Tabel 11 Jenis Kelamin Responden	34
Tabel 12 Usia Responden	34
Tabel 13 Pernyataan 1 (X1)	35
Tabel 14 Pernyataan 2 (X2)	36
Tabel 15 Pernyataan 3 (X3)	36
Tabel 16 Pernyataan 4 (X4)	37
Tabel 17 Pernyataan 5 (X5)	38
Tabel 18 Pernyataan 6 (X6)	38
Tabel 19 Pernyataan 7 (X7)	39
Tabel 20 Pernyataan 8 (X8)	40
Tabel 21 Pernyataan 9 (X9)	40
Tabel 22 Pernyataan 10 (X10)	41
Tabel 23 Pernyataan 11 (X11)	42
Tabel 24 Pernyataan 12 (X12)	42
Tabel 25 Pernyataan 13 (X13)	43
Tabel 26 Pernyataan 14 (X14)	44
Tabel 27 Pernyataan 15 (X15)	44
Tabel 28 Pernyataan 16 (X16)	45
Tabel 29 Pernyataan 17 (X17)	46
Tabel 30 Pernyataan 18 (X18)	46
Tabel 31 Pernyataan 1 (Y1)	48
Tabel 32 Pernyataan 2 (Y2)	48
Tabel 33 Pernyataan 3 (Y3)	49
Tabel 34 Pernyataan 4 (Y4)	50
Tabel 35 Pernyataan 5 (Y5)	50
Tabel 36 Pernyataan 6 (Y6)	51
Tabel 37 Pernyataan 7 (Y7)	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Tampilan Kampanye pada Website Sociolla	3
Gambar 2 Model Kampanye Nowak & Warneryd.....	9
Gambar 3 Kerangka Berpikir Penelitian	14
Gambar 4 Laman Instagram Sociolla.....	16
Gambar 5 Logo Sociolla	32
Gambar 6 Postingan Kampanye #WasteDownBeautyUp	33
Gambar 7 Hasil Uji Normalitas.....	52
Gambar 8 Hasil Uji Korelasi.....	53
Gambar 9 Uji Regresi.....	55
Gambar 10 Hasil Koefisien Determinasi	56
Gambar 11 Hasil Uji T	57
Gambar 12 Nilai Rata-rata Variabel X.....	61
Gambar 13 Nilai Rata rata Variabel Y	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Riwayat Hidup.....	70
Lampiran 2 Kartu Bimbingan Tugas Akhir Skripsi	71
Lampiran 3 Kontrak Penelitian Tugas Akhir Skripsi.....	72
Lampiran 4 Kuesioner Penelitian.....	73
Lampiran 5 Data Variabel X dan Y	79
Lampiran 6 Hasil Uji Validitas Variabel X dan Y.....	83
Lampiran 7 Uji-Uji	85
Lampiran 8 Hasil Turnitin.....	86