

**KAMPANYE *PUBLIC RELATIONS* ANLENE INDONESIA
DAN SIKAP HIDUP SEHAT
(Survei terhadap Komunitas Indo Sweat Camp Depok)**

PUSPA NINGRUM ANGGRAENI

Abstrak

Kesehatan tulang sangat penting untuk dijaga. Lewat kampanye *public relations*, Anlene Indonesia berusaha untuk dapat mengurangi faktor-faktor resiko terjangkit penyakit tulang. Anlene harus mampu membuat khalayaknya mengerti dan membuat pesan kampanye nya tersampaikan dengan baik. Populasi pada penelitian ini adalah Komunitas Indo Sweat Camp Depok dengan total 1980 orang. Melalui teknik purposive sampling, sampel yang diambil hanya 95 responden yang disederhanakan menggunakan rumus Yamane. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori persuasi dengan menggunakan *Health Belief Model*. Kampanye *Public Relations* Anlene diukur berdasarkan dua (2) dimensi yaitu dimensi isi pesan dan struktur pesan. Sikap hidup sehat juga diukur berdasarkan tiga (3) dimensi yaitu aspek kognitif,afektif dan konatif. Dari hasil koefisien determinasi r hitung yaitu 0,641 sebesar 41,0% dan sisanya 58,9% dipengaruhi oleh faktor lain diluar dari variabel X dan variabel Y tersebut dan tidak diteliti yang menunjukkan bahwa nilai tersebut cukup berarti. Hasil uji hipotesis t hitung 8,045 > t table 1,661 maka H_0 ditolak dan H_a diterima (besar pengaruh)

Kata Kunci: Kampanye *Public Relations*, Sikap Hidup Sehat, Teori Persuasi, dan *Health Belief Model*

**CAMPAIGN PUBLIC RELATIONS OF ANLENE INDONESIA
AND HEALTHY LIFE ATTITUDE**

(Survey of Indo Sweat Camp Community Depok)

PUSPA NINGRUM ANGGRAENI

Abstract

Bone health is very important to be maintained. Through public relations campaigns, Anlene Indonesia seeks to reduce risk factors for bone disease. Anlene must be able to make his audience understand and make his campaign message well delivered. The population in this study is Indo Sweat Camp Depok Community with a total of 1980 people. Through purposive sampling technique, samples taken only 95 respondents are simplified using the Yamane formula. The theory used in this research is the theory of persuasion by using Health Belief Model. Campaign Public Relations Anlene is measured based on two (2) dimensions: the dimensions of message content and message structure. Healthy life attitude is also measured based on three (3) dimensions of cognitive, affective and conative aspects. From the coefficient of determination r calculate that is 0,641 equal to 41,0% and the rest 58,9% influenced by other factor outside of variable X and Y variable and not examined that indicate that value is mean enough. Hypothesis test results t arithmetic 8,045 > t table 1,661 then H_0 is rejected and H_a accepted (big influence)

Keywords: *Public Relations Campaign, Healthy Lifestyle, Persuasion Theory, and Health Belief Model*