



Judul Tugas Akhir Skripsi:

**PENGARUH PESAN DI MEDIA SOSIAL TIKTOK
@PANDAWARAGROUP TERHADAP SIKAP PEDULI KEBERSIHAN
LINGKUNGAN**

(SURVEI PADA FOLLOWERS TIKTOK @PANDAWARAGROUP)

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

Nama : Muhammad Alif Ramadhan

NIM : 2010411105



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

PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Muhammad Alif Ramadhan
NIM : 2010411105
PROGRAM STUDI : S1 Ilmu Komunikasi
JUDUL : Pengaruh Pesan Di Media Sosial Tiktok @Pandawaragroup Terhadap Sikap Peduli Kebersihan Lingkungan (Survei Pada Followers Tiktok @Pandawaragroup)

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

Pembimbing

Vinta Sevilla, S.IIP., M.I.Kom.

Penguji 1

Dr. Ir. Drina Intyaswati, M.Si.

Penguji 2

Vina Mahdalena, S.Ikom, M.Si

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi

Dr. Azwar, S.S., M.Si.

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 27 Juni 2024

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Muhammad Alif Ramadhan

NIM : 2010411105

Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

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

Jakarta, 12 Juni 2024

Yang menyatakan,



Muhammad Alif Ramadhan

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI / TUGAS AKHIR
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Muhammad Alif Ramadhan

NIM : 2010411105

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

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

**PENGARUH PESAN DI MEDIA SOSIAL TIKTOK
@PANDAWARAGROUP TERHADAP SIKAP PEDULI KEBERSIHAN
LINGKUNGAN (SURVEI PADA FOLLOWERS TIKTOK
@PANDAWARAGROUP)**

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 dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya:

Dibuat di : Jakarta,

Pada tanggal : 12 Juni 2024

Yang menyatakan,



Muhammad Alif Ramadhan

KATA PENGANTAR

Puji dan rasa syukur peneliti haturkan kepada Allah SWT atas segala keberkahan, rahmat, dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Pesan Di Media Sosial Tiktok @Pandawaragroup Terhadap Sikap Peduli Kebersihan Lingkungan (Survei Pada Followers Tiktok @Pandawaragroup)”. Skripsi ini diajukan sebagai pemenuhan persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini tidaklah sempurna, sehingga kritik dan saran yang membangun sangat diterima oleh peneliti agar lebih baik lagi. Penelitian ini juga dapat terselesaikan atas bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Azwar, S.S., M.Si. selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik UPN Veteran Jakarta.
2. Vinta Sevilla, S.IIP., M.I.Kom. selaku dosen pembimbing yang telah membantu dan memberikan saran atau masukan selama proses penelitian.
3. Mama sebagai orang tua yang peneliti sangat sayangi, beserta keluarga dan saudara-saudara peneliti yang selalu mendoakan dan memberikan semangat tanpa henti kepada peneliti.
4. Rara, teman yang paling berarti bagi peneliti. Teman yang selalu mendukung, menemani, dan mendorong peneliti untuk terus maju dalam melakukan penelitian.
5. Taufik, David, Faisal, serta teman-teman lainnya yang telah memberikan bantuan, dukungan, doa, serta hiburan selama mengerjakan penelitian.

Jakarta, 12 Juni 2024



Muhammad Alif Ramadhan

ABSTRAK

PENGARUH PESAN DI MEDIA SOSIAL TIKTOK @PANDAWARAGROUP TERHADAP SIKAP PEDULI KEBERSIHAN LINGKUNGAN (SURVEI PADA FOLLOWERS TIKTOK @PANDAWARAGROUP)

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh masalah pencemaran lingkungan di Indonesia yang disebabkan karena kurangnya kepedulian masyarakat terkait penumpukan sampah. Akun TikTok @pandawaragroup merupakan akun yang berusaha menginspirasi masyarakat melalui berbagai pesan yang diunggahnya, meliputi kegiatan-kegiatan dan aktivitas yang menumbuhkan rasa kepedulian terhadap kebersihan lingkungan. Saat ini, akun tersebut telah mengekspos kegiatan-kegiatan yang dilakukan mereka sehingga perlu untuk diukur seberapa besar pengaruh pesan media terhadap sikap kepedulian masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara pesan di media sosial TikTok @pandawaragroup terhadap sikap peduli kebersihan lingkungan *followers*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif eksplanatif dan teknik pengumpulan data *Non-Probability Sampling* dengan teknik *Accidental/Insidental Sampling*. Peneliti menggunakan kuesioner berupa Google Form yang disebarakan secara *online* kepada responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pesan di media sosial TikTok @pandawaragroup berpengaruh sebesar 53,8% terhadap sikap peduli kebersihan lingkungan *followers* dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Kesimpulan dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh pesan di media sosial TikTok @pandawaragroup terhadap sikap peduli kebersihan lingkungan.

Kata Kunci: Pesan, TikTok, Pandawaragroup, Sikap, Peduli Kebersihan Lingkungan

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF MESSAGES ON TIKTOK @PANDAWARAGROUP SOCIAL MEDIA ON ATTITUDES TOWARD ENVIRONMENTAL CLEANLINESS (SURVEY ON TIKTOK FOLLOWERS @PANDAWARAGROUP)

This research is motivated by the environmental pollution issues in Indonesia caused by the lack of public concern regarding waste accumulation. The TikTok account @pandawaragroup endeavors to inspire the community through various messages it uploads, including activities fostering environmental cleanliness awareness. Currently, the account has showcased its activities, prompting the need to measure the extent of media messages' influence on public concern attitudes. This study aims to determine the influence of messages on the TikTok social media platform, specifically @pandawaragroup, on followers' attitudes toward environmental cleanliness. The research employs an explanatory quantitative method and Non-Probability Sampling technique with Accidental/Incidental Sampling. Researchers distributed a Google Form questionnaire online to respondents. The findings indicate that messages on the TikTok social media platform @pandawaragroup influence followers' attitudes toward environmental cleanliness by 53.8%, with the remaining influenced by other unexamined factors. The conclusion drawn from this research is that there is an influence of messages on the TikTok social media platform @pandawaragroup on attitudes toward environmental cleanliness.

Keywords: *Messages, TikTok, Pandawaragroup, Attitudes, Environmental Cleanliness Awareness*

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR BAGAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.3.1 Tujuan Praktis	7
1.3.2 Tujuan Teoritis	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Praktis	8
1.4.2 Manfaat Akademis	8
1.5 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Konsep dan Teori Penelitian	16
2.1.1 Pesan	16
2.1.2 Media Sosial.....	18
2.1.3 Sikap.....	21
2.1.4 Peduli Kebersihan Lingkungan	23
2.1.5 Teori Integrasi Informasi.....	25
2.2 Kerangka Berpikir	26
2.3 Hipotesis	27
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Objek Penelitian	28
3.2 Jenis Penelitian	28
3.3 Teknik Pengumpulan Data	29

3.3.1	Kuesioner	29
3.3.2	Populasi	30
3.3.3	Sampel.....	30
3.3.4	Teknik Sampling	31
3.4	Sumber Data	31
3.4.1	Data Primer	31
3.4.2	Definisi Operasional Variabel.....	32
3.5	Teknik Analisis Data	33
3.5.1	Uji Validitas	33
3.5.2	Uji Reliabilitas	36
3.5.3	Uji Korelasi	38
3.5.4	Uji Koefisien Determinasi	39
3.5.5	Uji Regresi Linear	39
3.5.6	Uji Hipotesis	40
3.6	Tabel Rencana Waktu.....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		42
4.1.	Hasil Penelitian.....	42
4.1.1.	Karakteristik Responden	42
4.1.2.	Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel X.....	43
4.1.3.	Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel Y	52
4.1.4.	Hasil Uji Korelasi.....	61
4.1.5.	Hasil Uji Regresi Linear.....	62
4.1.6.	Hasil Uji Koefisien Determinasi	63
4.1.7.	Hasil Uji Hipotesis	64
4.2.	Pembahasan	64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		70
5.1.	Kesimpulan.....	70
5.2.	Saran	70
5.2.1.	Saran Praktis	70
5.2.2.	Saran Teoritis	70
DAFTAR PUSTAKA		72
LAMPIRAN.....		76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Data Pengguna Media Sosial di Indonesia	2
Gambar 2	Profil Akun TikTok @pandawaragroup	4
Gambar 3	Contoh Konten pada Akun TikTok @pandawaragroup	5
Gambar 4	Hasil Uji Reliabilitas Pesan di Media Sosial (Variabel X)	37
Gambar 5	Hasil Uji Reliabilitas Sikap Peduli Kebersihan Lingkungan (Variabel Y)	38
Gambar 6	Hasil Uji Korelasi	61
Gambar 7	Hasil Uji Regresi Linear	62
Gambar 8	Hasil Uji Koefisien Determinasi	63
Gambar 9	Nilai T Hitung	64

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Matriks Penelitian	10
Tabel 2	Skala Likert	29
Tabel 3	Definisi Operasional Variabel	32
Tabel 4	Hasil Uji Validitas Pesan di Media Sosial (Variabel X)	34
Tabel 5	Hasil Uji Validitas Sikap Peduli Kebersihan Lingkungan (Variabel Y)	35
Tabel 6	Kriteria Reliabilitas	37
Tabel 7	Nilai Interpretasi Koefisien Korelasi	39
Tabel 8	Tabel Rencana Waktu	41
Tabel 9	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Tabel 10	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	43
Tabel 11	Dimensi Valensi Pernyataan 1	43
Tabel 12	Dimensi Valensi Pernyataan 2	44
Tabel 13	Dimensi Valensi Pernyataan 3	45
Tabel 14	Dimensi Valensi Pernyataan 4	45
Tabel 15	Dimensi Valensi Pernyataan 5	46
Tabel 16	Dimensi Valensi Pernyataan 6	46
Tabel 17	Dimensi Bobot Pernyataan 7	47
Tabel 18	Dimensi Bobot Pernyataan 8	47
Tabel 19	Dimensi Bobot Pernyataan 9	48
Tabel 20	Dimensi Bobot Pernyataan 10	49
Tabel 21	Dimensi Bobot Pernyataan 11	49
Tabel 22	Dimensi Bobot Pernyataan 12	50
Tabel 23	Dimensi Bobot Pernyataan 13	50
Tabel 24	Dimensi Bobot Pernyataan 14	51
Tabel 25	Dimensi Bobot Pernyataan 15	51
Tabel 26	Dimensi Kognitif Pernyataan 1	52
Tabel 27	Dimensi Kognitif Pernyataan 2	53
Tabel 28	Dimensi Kognitif Pernyataan 3	53
Tabel 29	Dimensi Kognitif Pernyataan 4	54

Tabel 30 Dimensi Kognitif Pernyataan 5	54
Tabel 31 Dimensi Kognitif Pernyataan 6	55
Tabel 32 Dimensi Afektif Pernyataan 7	56
Tabel 33 Dimensi Afektif Pernyataan 8	56
Tabel 34 Dimensi Afektif Pernyataan 9	57
Tabel 35 Dimensi Afektif Pernyataan 10	57
Tabel 36 Dimensi Afektif Pernyataan 11	58
Tabel 37 Dimensi Afektif Pernyataan 12	58
Tabel 38 Dimensi Afektif Pernyataan 13	59
Tabel 39 Dimensi Afektif Pernyataan 14	60
Tabel 40 Dimensi Afektif Pernyataan 15	60

DAFTAR BAGAN

Bagan 1 Kerangka Berpikir	27
--	-----------