

Konten Pesan *VICE Indonesia* Seri “*The Pledge*” Di *Youtube* dan Perilaku Ramah Lingkungan

BAGUS EKA EFRIAWAN

Abstrak

Berdasarkan data dari Asosiasi Industri Plastik Indonesia dan Badan Pusat Statistik, sampah plastik di Indonesia mencapai 64 juta ton pertahun dimana sebanyak 3,2 juta ton merupakan sampah plastik yang dibuang ke laut. Melihat semakin tingginya jumlah sampah yang dihasilkan oleh Indonesia, terutama sampah plastik telah menjadi permasalahan lingkungan hidup yang dihadapi oleh masyarakat Indonesia maupun dunia. Hal tersebut pun mendorong media digital *VICE Indonesia* membuat konten tentang sampah plastik yang berjudul “*The Pledge*”. Penelitian ini bertujuan untuk melihat seberapa besar pengaruh konten pesan *VICE Indonesia* seri “*The Pledge*” di *Youtube* terhadap perilaku ramah lingkungan. Teori yang digunakan adalah teori S-O-R (Stimulus, Organism, dan Respon). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian Kuantitatif dengan jenis penelitian *eksplanatif*. Penelitian ini menggunakan kuesioner untuk pengumpulan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh dari konten pesan *VICE Indonesia* seri “*The Pledge*” di *Youtube* terhadap perilaku ramah lingkungan yang berdasarkan dari uji hipotesis dengan hasil t hitung $3,580 > 1,660$ t tabel. Koefisien determinasi menunjukkan besarnya pengaruh yaitu 11,6% perilaku ramah lingkungan adalah kontribusi dari konten pesan *VICE Indonesia* seri “*The Pledge*”. Maka dapat diartikan bahwa adanya pengaruh konten pesan *VICE Indonesia* seri “*The Pledge*” di *Youtube* terhadap perilaku ramah lingkungan. Karena beberapa faktor yang diantaranya makna pesan, audio visual, dan ilustrasi yang disajikan bersifat informatif, persuasif, serta berkualitas baik. *VICE Indonesia* sebagai media yang terus berkecimpung di dunia digital seperti media sosial diharapkan selalu memberikan konten yang positif dan bermanfaat sekaligus mengedukasi masyarakat, terutama tentang perilaku ramah lingkungan.

Kata Kunci: Konten Pesan, *Youtube*, Perilaku, Perilaku Ramah Lingkungan

***VICE Indonesia Message Content "The Pledge" Series on Youtube and
Environmentally Friendly Behavior***

BAGUS EKA EFRIAWAN

Abstract

Based on data from the Indonesian Plastic Industry Association and the Central Statistics Agency, plastic waste in Indonesia reaches 64 million tons per year, of which 3.2 million tons are plastic waste disposed into the sea. Seeing the increasing amount of waste produced by Indonesia, especially plastic waste has become an environmental problem faced by the people of Indonesia and the world. This also encouraged VICE Indonesia's digital media to create content about plastic waste entitled "The Pledge". This study aims to see how much influence the content of the VICE Indonesia "The Pledge" message on Youtube has on environmentally friendly behavior. The theory used is the theory of S-O-R (Stimulus, Organism, and Response). In this study, researchers used quantitative research methods with types of explanatory research. This study uses a kuesioner for data collection. The results showed that the influence of the content content of the VICE Indonesia series "The Pledge" on Youtube on environmentally friendly behavior based on hypothesis testing with the results of t count 3,580 > 1.660 t tabel. Determination coefficient shows the magnitude of influence, namely 11,6% environmentally friendly behavior is a contribution from the message content of VICE Indonesia series "The Pledge". It's can be interpreted that the influence of the VICE Indonesia "The Pledge" series message content on Youtube on environmentally friendly behavior. Because of several factors including the meaning of the message, audio visual, and the illustrations presented are informative, persuasive, and of good quality. VICE Indonesia as a media that continues to engage in the digital world such as social media is expected to always provide positive and useful content while educating the public, especially about environmentally friendly behavior.

Keywords: *Message Content, Youtube, Behavior, Environmentally Friendly Behavior*