

# **PENGARUH KAMPANYE #JAGAJAKARTA TERJADAP KESADARAN WARGA JAKARTA DALAM MENJAGA FASILITAS UMUM PASCA KERICUHAN DEMO DPR 2025**

## **Abstrak**

Fasilitas umum merupakan sarana bersama yang keberadaannya sangat bergantung pada kesadaran warga dalam menjaga dan merawatnya. Pasca kericuhan demonstrasi DPR pada Agustus 2025, Pemerintah Provinsi DKI Jakarta meluncurkan kampanye #JagaJakarta sebagai upaya membangun kembali kesadaran kolektif masyarakat terhadap fasilitas umum. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pesan kampanye #JagaJakarta terhadap kesadaran warga Jakarta dalam menjaga fasilitas umum. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik survei melalui penyebaran kuesioner kepada 96 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Analisis data dilakukan menggunakan uji korelasi Spearman Rank, uji hipotesis, dan koefisien determinasi dengan bantuan software SPSS. Hasil penelitian menunjukkan nilai koefisien korelasi sebesar 0,679 dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$ , yang berarti terdapat hubungan positif dan kuat antara pesan kampanye #JagaJakarta dengan kesadaran warga. Nilai koefisien determinasi sebesar 46,1% menunjukkan bahwa pesan kampanye memberikan kontribusi pengaruh yang signifikan terhadap kesadaran warga dalam menjaga fasilitas umum.

**Kata kunci:** kampanye publik, pesan kampanye, kesadaran warga, fasilitas umum, #JagaJakarta

# **THE EFFECT OF THE #JAGAJAKARTA CAMPAIGN ON JAKARTA CITIZENS' AWARENESS IN MAINTAINING PUBLIC FACILITIES AFTER THE 2025 DPR DEMONSTRATION RIOT**

## **Abstract**

Public facilities are shared assets whose sustainability highly depends on public awareness in maintaining and protecting them. Following the DPR demonstration riot in August 2025, the Government of DKI Jakarta launched the #JagaJakarta campaign as an effort to strengthen citizens' awareness of public facilities. This study aims to examine the influence of the #JagaJakarta campaign message on public awareness in maintaining public facilities. This research employs a quantitative approach using a survey method by distributing questionnaires to 96 respondents selected through purposive sampling. Data were analyzed using Spearman Rank correlation, hypothesis testing, and coefficient of determination with the assistance of SPSS software. The results show a correlation coefficient of 0,679 with a significance value of  $0.000 < 0.05$ , indicating a strong and positive relationship between the #JagaJakarta campaign message and public awareness. The coefficient of determination of 46,1% indicates that the campaign message contributes significantly to shaping citizens' awareness of maintaining public facilities.

**Keywords:** public campaign, campaign message, public awareness, public facilities, #JagaJakarta