

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. PT. Bank DBS Indonesia

PT. Bank DBS Indonesia didirikan pertama kali pada 30 Juni 1989 dengan nama Bank Mitsubishi Buana, kemudian pada tahun 1997 saham Bank Mitsubishi Buana di ambil alih oleh DBS Bank Ltd sehingga berubah nama menjadi Bank DBS Buana dan baru pada tahun 2000 secara resmi berubah nama menjadi PT. Bank DBS Indonesia (Bank DBS Indonesia).

PT. Bank DBS Indonesia merupakan bagian dari grup DBS yang merupakan grup jasa keuangan terkemuka di Asia dengan kehadiran di 18 Pasar, berkantor pusat di Singapura. PT. Bank DBS Indonesia (Bank DBS Indonesia) memiliki sejarah panjang di Asia. Dengan 32 kantor cabang, 2 kantor kas dan lebih dari 2.900 karyawan aktif yang tersebar di 30 kota besar di Indonesia.

Bank DBS Indonesia berkomitmen untuk menyediakan layanan perbankan secara menyeluruh untuk koperasi, UKM dan melayani aktivitas perbankan nasabah.

Dalam perjalanan di industri perbankan, DBS Indonesia berhasil dinobatkan memiliki predikat sangat baik dalam kategori aset senilai 50 hingga 100 triliun rupiah. Bank DBS Indonesia menjadi layanan perbankan yang terbaik dan ternyaman. Berkontribusi lebih banyak dalam kegiatan perkembangan wirausaha, salah satu bentuk tanggungjawab Bank DBS Indonesia terhadap kehidupan sosial masyarakat di Indonesia. (www.dbs.id)

2. Visi dan Misi PT. Bank DBS Indonesia

a) Visi

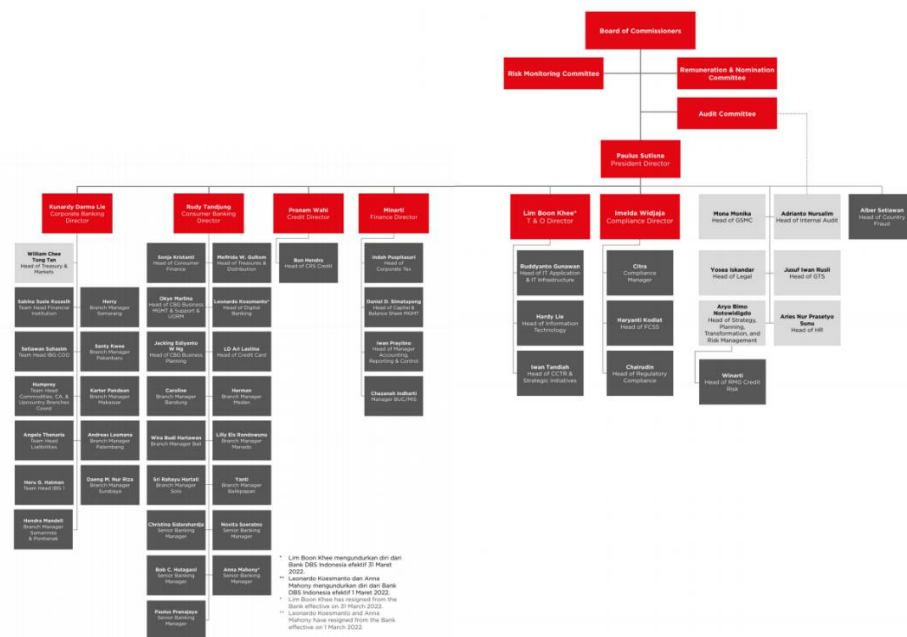
Menjadi Bank pilihan nasabah dengan memanfaatkan jaringan DBS Group di Asia untuk memperoleh pengalaman perbankan yang menyenangkan.

b) Misi

Untuk menjadi bank komersial terkemuka dengan keseimbangan pertumbuhan bisnis baik sektor ritel maupun korporasi serta meneruskan *cross sell* di semua bisnis (www.dbs.id).

3. Struktur Organisasi PT. Bank DBS Indonesia

Gambar 8
Struktur Organisasi PT. Bank DBS Indonesia



Sumber : (www.dbs.id)

B. Deskripsi Hasil Penelitian

1. Identitas responden

a. Jenis Kelamin

Tabel 10
Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Presentase
1.	Perempuan	62
2.	Laki-laki	38
Jumlah		100%

Sumber : Hasil Penelitian Kuesioner 2022

Berdasarkan pada tabel di atas, dari keseluruhan responden sebanyak 100 orang dengan jumlah presentase 100% maka dapat diketahui bahwa responden perempuan sebanyak 62 orang dengan presentase 62%, sedangkan laki-laki sebanyak 38 orang dengan presentase 38%. Berdasarkan presentase tersebut maka dapat disimpulkan bahwa perbandingan responden perempuan lebih banyak dari pada responden laki-laki.

b. Usia**Tabel 11****Usia**

No.	Jenis Kelamin	Presentase
1.	< 17 Tahun	1
2.	18 – 25 Tahun	64
3.	26-35 Tahun	30
4.	36 – 51 Tahun	5
Jumlah		100%

Sumber : Hasil perhitungan kuesioner

Berdasarkan data pada tabel diatas, dari seluruh responden sebanyak 100 orang dengan persentase 100%. Maka, dapat diketahui bahwa usia <17 tahun sebanyak 1 orang dengan presentase 1%, usia 18-25 Tahun sebanyak 64 orang dengan presentase 64%, usia 26-35 Tahun sebanyak 30 orang dengan presentase 30% dan pada usia 36-51 Tahun sebanyak 5 orang dengan presentase 5%. Data tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini berusia 18-25 Tahun sebanyak 64 orang.

2. Analisis Pernyataan Mengenai Pengaruh Pesan Kampanye “makan tanpa sisa” (Variabel X)

a. Isi Pesan

- 1) Pesan kampanye #makantanpasisa menggunakan pilihan bahasa yang mudah dipahami.

Tabel 12

Pemilihan Bahasa yang mudah dipahami

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat setuju	40	40%
2.	Setuju	53	53%
3.	Tidak Setuju	5	5%
4.	Sangat tidak setuju	2	2%
Jumlah		100	100%

Sumber : Hasil penelitian kuesioner

Berdasarkan pada tabel di atas, menunjukkan bahwa responden paling banyak ialah 53 orang menyatakan Setuju (S) Bahwa pemilihan bahasa dalam pesan kampanye mudah dipahami. Responden yang menyatakan Sangat Setuju (SS) sebanyak 40 orang, Tidak Setuju (TS) sebanyak 5 orang dan Sangat tidak Setuju sebanyak 2 orang. Jika dijumlahkan, maka responden yang terkumpul sebanyak 100 orang.

Pada penelitian ini mayoritas responden menyatakan setuju bahwa pemilihan bahasa dalam pesan kampanye mudah dipahami.

- 2) Pesan kampanye #makantanpasisa menggunakan kata-kata yang mudah diingat

Tabel 13

Menggunakan kata-kata yang mudah diingat

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat setuju	36	36%
2.	Setuju	56	56%
3.	Tidak Setuju	5	5%
4.	Sangat tidak setuju	3	3%
Jumlah		100	100%

Sumber : Hasil penelitian kuesioner

Berdasarkan pada tabel di atas, menunjukkan bahwa responden paling banyak ialah 56 orang menyatakan Setuju (S) bahwa pesan kampanye #makantanpasisa menggunakan kata-kata yang mudah diingat. Responden yang menyatakan Sangat Setuju (SS) sebanyak 36 orang, Tidak Setuju (TS) sebanyak 5 orang dan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 3 orang. Jika dijumlahkan, maka responden yang terkumpul sebanyak 100 orang.

Pada penelitian ini mayoritas responden menyatakan setuju bahwa pesan kampanye #makantanpasisa menggunakan kata-kata yang mudah diingat.

3) Tampilan gambar Kampanye #makantanpasisa terlihat jelas

Tabel 14**Tampilan gambar terlihat jelas**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat setuju	32	32%
2.	Setuju	59	59%
3.	Tidak Setuju	9	9%
4.	Sangat tidak setuju	0	0%
Jumlah		100	100%

Sumber : Hasil penelitian kuesioner

Berdasarkan pada tabel di atas, menunjukkan bahwa responden paling banyak ialah 59 orang menyatakan Setuju (S) Bahwa tampilan gambar kampanye terlihat jelas, Responden yang menyatakan Sangat Setuju (SS) sebanyak 32 orang, dan Tidak Setuju (TS) sebanyak 9 orang. Jika dijumlahkan, maka responden yang terkumpul sebanyak 100 orang.

Pada penelitian ini mayoritas responden menyatakan setuju bahwa tampilan gambar kampanye #makantanpasisa terlihat jelas.

- 4) kampanye #makantanpasisa memiliki tampilan konten visual yang menarik perhatian

Tabel 15

Tampilan konten visual yang menarik perhatian

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat setuju	23	23%
2.	Setuju	63	63%
3.	Tidak Setuju	14	14%
4.	Sangat tidak setuju	0	0%
Jumlah		100	100%

Sumber : Hasil penelitian kuesioner

Berdasarkan pada tabel di atas, menunjukkan bahwa responden paling banyak ialah 63 orang menyatakan Setuju (S) Bahwa tampilan konten visual kampanye menarik perhatian. Responden yang menyatakan Sangat Setuju (SS) sebanyak 23 orang, dan Tidak Setuju (TS) sebanyak 14 orang. Jika dijumlahkan, maka responden yang terkumpul sebanyak 100 orang.

Pada penelitian ini mayoritas responden menyatakan setuju bahwa kampanye #makantanpasisa memiliki tampilan konten visual yang menarik perhatian.

- 5) kampanye #makantanpasisa menggunakan ilustrasi nyata permasalahan sampah makanan yang terjadi di Indonesia

Tabel 16

Ilustrasi nyata permasalahan sampah makanan

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat setuju	27	27%
2.	Setuju	55	55%
3.	Tidak Setuju	15	15%
4.	Sangat tidak setuju	3	3%
Jumlah		100	100%

Sumber : Hasil penelitian kuesioner

Berdasarkan pada tabel di atas, menunjukkan bahwa responden paling banyak ialah 55 orang menyatakan Setuju (S) bahwa kampanye menggunakan ilustrasi nyata permasalahan sampah makanan. Responden yang menyatakan Sangat Setuju (SS) sebanyak 27 orang, Tidak Setuju (TS) sebanyak 15 orang dan Sangat Tidak Setuju sebanyak 3 orang. Jika dijumlahkan, maka responden yang terkumpul sebanyak 100 orang.

Pada penelitian ini mayoritas responden menyatakan setuju bahwa kampanye #makantanpasisa menggunakan ilustrasi nyata permasalahan sampah makanan di Indonesia.

- 6) kampanye #makantanpasisa menampilkan ilustrasi dampak sisa makanan

Tabel 17

Menampilkan ilustrasi dampak sisa makanan

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat setuju	26	26%
2.	Setuju	55	55%
3.	Tidak Setuju	16	16%
4.	Sangat tidak setuju	3	3%
Jumlah		100	100%

Sumber : Hasil penelitian kuesioner

Berdasarkan pada tabel di atas, menunjukkan bahwa responden paling banyak ialah 55 orang menyatakan Setuju (S) Bahwa kampanye menampilkan ilustrasi dampak sisa makanan. Responden yang menyatakan Sangat Setuju (SS) sebanyak 26 orang, Tidak Setuju (TS) sebanyak 16 orang dan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 3 orang. Jika dijumlahkan, maka responden yang terkumpul sebanyak 100 orang.

Pada penelitian ini mayoritas responden menyatakan Setuju bahwa kampanye #makantanpasisa menampilkan ilustrasi dampak sisa makanan.

- 7) Himbauan dalam pesan kampanye #makantanpasisa mendorong sikap untuk lebih ramah terhadap lingkungan

Tabel 18

Himbau mendorong sikap lebih ramah lingkungan

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat setuju	32	32%
2.	Setuju	57	57%
3.	Tidak Setuju	10	10%
4.	Sangat tidak setuju	1	1%
Jumlah		100	100%

Sumber : Hasil penelitian kuesioner

Berdasarkan pada tabel di atas, menunjukkan bahwa responden paling banyak ialah 57 orang menyatakan Setuju (S) Bahwa himbauan pesan kampanye mendorong sikap lebih ramah lingkungan. Responden yang menyatakan Sangat Setuju (SS) sebanyak 32 orang, Tidak Setuju (TS) sebanyak 10 orang dan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 1 orang. Jika dijumlahkan, maka responden yang terkumpul sebanyak 100 orang.

Pada penelitian ini mayoritas responden menyatakan Setuju bahwa himbauan dalam pesan kampanye #makantanpasisa mendorong sikap untuk lebih ramah terhadap lingkungan

- 8) Pesan kampanye #makantanpasisa memberikan rasa takut yang tidak berlebihan

Tabel 19

Memberikan rasa takut yang tidak berlebihan

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat setuju	19	19%
2.	Setuju	73	73%
3.	Tidak Setuju	7	7%
4.	Sangat tidak setuju	1	1%
Jumlah		100	100%

Sumber : Hasil penelitian kuesioner

Berdasarkan pada tabel di atas, menunjukkan bahwa responden paling banyak ialah 73 orang menyatakan Setuju (S) bahwa kampanye memberikan rasa takut yang tidak berlebihan. Responden yang menyatakan Sangat Setuju (SS) sebanyak 19 orang, Tidak Setuju (TS) sebanyak 7 orang dan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 1 orang. Jika dijumlahkan, maka responden yang terkumpul sebanyak 100 orang.

Pada penelitian ini mayoritas responden menyatakan Setuju bahwa pesan kampanye #makantanpasisa memberikan rasa takut yang tidak berlebihan.

- 9) Pesan kampanye #makantanpasisa disampaikan dengan konten yang variatif

Tabel 20

Kampanye disampaikan dengan konten yang variatif

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat setuju	32	32%
2.	Setuju	61	61%
3.	Tidak Setuju	5	5%
4.	Sangat tidak setuju	2	2%
Jumlah		100	100%

Sumber : Hasil penelitian kuesioner

Berdasarkan pada tabel di atas, menunjukkan bahwa responden paling banyak ialah 61 orang menyatakan Setuju (S) Bahwa kampanye disampaikan dengan konten yang variatif. Responden yang menyatakan Sangat Setuju (SS) sebanyak 32 orang, Tidak Setuju (TS) sebanyak 5 orang dan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 2 orang. Jika dijumlahkan, maka responden yang terkumpul sebanyak 100 orang.

Pada penelitian ini mayoritas responden menyatakan Setuju bahwa pesan kampanye #makantanpasisa disampaikan dengan konten yang variatif.

- 10) Pesan kampanye #makantanpasisa menampilkan sekelompok orang yang menginspirasi untuk turut serta berperan dalam kegiatan kampanye

Tabel 21

Menampilkan sekelompok orang yang menginspirasi

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat setuju	22	22%
2.	Setuju	56	56%
3.	Tidak Setuju	16	16%
4.	Sangat tidak setuju	6	6%
Jumlah		100	100%

Sumber : Hasil penelitian kuesioner

Berdasarkan pada tabel di atas, menunjukkan bahwa responden paling banyak ialah 56 orang menyatakan Setuju (S) bahwa kampanye menampilkan sekelompok orang yang menginspirasi. Responden yang menyatakan Sangat Setuju (SS) sebanyak 22 orang, Tidak Setuju (TS) sebanyak 16 orang dan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 6 orang. Jika dijumlahkan, maka responden yang terkumpul sebanyak 100 orang.

Pada penelitian ini mayoritas responden menyatakan Setuju bahwa pesan kampanye #makantanpasisa menampilkan sekelompok orang yang menginspirasi untuk turut berperan dalam kegiatan kampanye.

b. Struktur Pesan

11) Pesan kampanye #makantanpasisa memberikan maksud yang jelas dalam mencegah dampak buruk bagi lingkungan di masa depan

Tabel 22

Memberikan maksud yang jelas dalam mencegah dampak buruk lingkungan di masa depan

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat setuju	33	33%
2.	Setuju	58	58%
3.	Tidak Setuju	7	7%
4.	Sangat tidak setuju	2	2%
Jumlah		100	100%

Sumber : Hasil penelitian kuesioner

Berdasarkan pada tabel di atas, menunjukkan bahwa responden paling banyak ialah 58 orang menyatakan Setuju (S). Bahwa pesan kampanye memberikan maksud yang jelas dalam mencegah dampak buruk lingkungan di masa depan. Responden yang menyatakan Sangat Setuju (SS) sebanyak 33 orang, Tidak Setuju (TS) sebanyak 7 orang dan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 2 orang. Jika dijumlahkan, maka responden yang terkumpul sebanyak 100 orang.

Pada penelitian ini mayoritas responden menyatakan Setuju bahwa pesan kampanye #makantanpasisa memberikan maksud yang jelas dalam mencegah dampak buruk bagi lingkungan dimasa depan.

- 12) Kampanye #makantanpasisa memberikan argumentasi yang jelas mengenai perlunya memberikan dampak positif bagi lingkungan

Tabel 23

Argumentasi yang jelas mengenai perlunya memberikan dampak positif bagi lingkungan

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat setuju	30	30%
2.	Setuju	62	62%
3.	Tidak Setuju	6	6%
4.	Sangat tidak setuju	2	2%
Jumlah		100	100%

Sumber : Hasil penelitian kuesioner

Berdasarkan pada tabel di atas, menunjukkan bahwa responden paling banyak ialah 62 orang menyatakan Setuju (S) bahwa kampanye memberikan argumentasi yang jelas mengenai perlunya memberikan dampak positif bagi lingkungan. Responden yang menyatakan Sangat Setuju (SS) sebanyak 30 orang, Tidak Setuju (TS) sebanyak 6 orang dan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 2 orang. Jika dijumlahkan, maka responden yang terkumpul sebanyak 100 orang.

Pada penelitian ini mayoritas responden menyatakan Setuju bahwa Kampanye #makantanpasisa memberikan argumentasi yang jelas mengenai perlunya memberikan dampak positif bagi lingkungan.

13) Pesan kampanye #makantanpasisa disampaikan secara berurutan

Tabel 24

Pesan disampaikan secara berurutan

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat setuju	20	20%
2.	Setuju	68	68%
3.	Tidak Setuju	9	9%
4.	Sangat tidak setuju	3	3%
Jumlah		100	100%

Sumber : Hasil penelitian kuesioner

Berdasarkan pada tabel di atas, menunjukkan bahwa responden paling banyak ialah 68 orang menyatakan Setuju (S) Bahwa Pesan kampanye disampaikan secara berurutan. Responden yang menyatakan Sangat Setuju (S) sebanyak 20 orang, Tidak Setuju (TS) sebanyak 9 orang dan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 3 orang. Jika dijumlahkan, maka responden yang terkumpul sebanyak 100 orang.

Pada penelitian ini mayoritas responden menyatakan Setuju bahwa pesan kampanye #makantanpasisa disampaikan secara berurutan.

- 14) Pesan kampanye #makantanpasisa menyajikan permasalahan sampah makanan pada bagian awal secara jelas

Tabel 25

Menyajikan permasalahan sampah makanan pada bagian awal secara jelas

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat setuju	21	21%
2.	Setuju	65	65%
3.	Tidak Setuju	12	12%
4.	Sangat tidak setuju	2	2%
Jumlah		100	100%

Sumber : Hasil penelitian kuesioner

Berdasarkan pada tabel di atas, menunjukkan bahwa responden paling banyak ialah 65 orang menyatakan Setuju (S) Bahwa kampanye menyajikan permasalahan sampah makanan pada bagian awal secara jelas. Responden yang menyatakan Sangat Setuju (SS) sebanyak 21 orang, Tidak Setuju (TS) sebanyak 12 orang dan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 2 orang. Jika dijumlahkan, maka responden yang terkumpul sebanyak 100 orang.

Pada penelitian ini mayoritas responden menyatakan Setuju bahwa pesan kampanye #makantanpasisa menyajikan permasalahan sampah makanan pada bagian awal secara jelas.

- 15) Pesan kampanye #makantanpasisa menyajikan penjelasan mengenai tujuan kampanye dalam penyampaiannya

Tabel 26

Menyajikan penjelasan mengenai tujuan kampanye

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat setuju	29	29%
2.	Setuju	59	59%
3.	Tidak Setuju	10	10%
4.	Sangat tidak setuju	2	2%
Jumlah		100	100%

Sumber : Hasil penelitian kuesioner

Berdasarkan pada tabel di atas, menunjukkan bahwa responden paling banyak ialah 59 orang menyatakan Setuju (S) Bahwa pesan kampanye menyajikan penjelasan mengenai tujuan kampanye. Responden yang menyatakan Sangat Setuju (SS) sebanyak 29 orang, Tidak Setuju (TS) sebanyak 10 orang dan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 2 orang. Jika dijumlahkan, maka responden yang terkumpul sebanyak 100 orang.

Pada penelitian ini mayoritas responden menyatakan Setuju bahwa pesan kampanye #makantanpasisa menyajikan penjelasan mengenai tujuan kampanye dalam penyampaiannya.

- 16) Isu yang diangkat dalam kampanye #makantanpasisa relevan dengan kondisi lingkungan secara nyata

Tabel 27

Isu yang relevan dengan kondisi lingkungan secara nyata

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat setuju	32	32%
2.	Setuju	64	64%
3.	Tidak Setuju	1	1%
4.	Sangat tidak setuju	3	3%
Jumlah		100	100%

Sumber : Hasil penelitian kuesioner

Berdasarkan pada tabel di atas, menunjukkan bahwa responden paling banyak ialah 64 orang menyatakan Setuju (S) Bahwa Isu yang diangkat relevan dengan kondisi lingkungan secara nyata. Responden yang menyatakan Sangat Setuju (SS) sebanyak 32 orang, Tidak Setuju (TS) sebanyak 1 orang dan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 3 orang. Jika dijumlahkan, maka responden yang terkumpul sebanyak 100 orang.

Pada penelitian ini mayoritas responden menyatakan Setuju bahwa Isu yang diangkat dalam kampanye #makantanpasisa relevan dengan kondisi lingkungan secara nyata.

- 17) Penataan isu dalam pesan kampanye #makantanpasisa dapat disimpulkan dengan mudah

Tabel 28

Penataan isu dapat disimpulkan dengan mudah

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat setuju	24	24%
2.	Setuju	69	69%
3.	Tidak Setuju	5	5%
4.	Sangat tidak setuju	2	2%
Jumlah		100	100%

Sumber : Hasil penelitian kuesioner

Berdasarkan pada tabel di atas, menunjukkan bahwa responden paling banyak ialah 69 orang menyatakan Setuju (S) bahwa penataan isu dalam kampanye dapat disimpulkan dengan mudah. Responden yang menyatakan Sangat Setuju (SS) sebanyak 24 orang, Tidak Setuju (TS) sebanyak 5 orang dan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 2 orang. Jika dijumlahkan, maka responden yang terkumpul sebanyak 100 orang.

Pada penelitian ini mayoritas responden menyatakan Setuju bahwa penataan isu dalam pesan kampanye #makantanpasisa dapat disimpulkan dengan mudah.

c. Bingkai Pesan

18) Kampanye #makantanpasisa membingkai pesan bahwa sampah sisa makanan memiliki dampak buruk pada lingkungan

Tabel 29

Membangkai pesan bahwa sampah sisa makanan memiliki dampak buruk pada lingkungan

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat setuju	27	27%
2.	Setuju	64	64%
3.	Tidak Setuju	5	5%
4.	Sangat tidak setuju	4	4%
Jumlah		100	100%

Sumber : Hasil penelitian kuesioner

Berdasarkan pada tabel di atas, menunjukkan bahwa responden paling banyak ialah 64 orang menyatakan Setuju (S) Bahwa kampanye membingkai pesan bahwa sampah sisa makanan memiliki dampak buruk pada lingkungan. Responden yang menyatakan Sangat Setuju (SS) sebanyak 27 orang, Tidak Setuju (TS) sebanyak 5 orang dan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 4 orang. Jika dijumlahkan, maka responden yang terkumpul sebanyak 100 orang.

Pada penelitian ini mayoritas responden menyatakan Setuju bahwa kampanye #makantanpasisa membingkai pesan bahwa sampah sisa makanan memiliki dampak buruk pada lingkungan.

- 19) Kampanye #makantanpasisa membingkai pesan bahwa peran khalayak menjadi bagian penting untuk mencegah dampak buruk bagi lingkungan di masa depan

Tabel 30

Membangkai pesan bahwa peran khalayak menjadi bagian penting

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat setuju	31	31%
2.	Setuju	59	59%
3.	Tidak Setuju	9	9%
4.	Sangat tidak setuju	1	1%
Jumlah		100	100%

Sumber : Hasil penelitian kuesioner

Berdasarkan pada tabel di atas, menunjukkan bahwa responden paling banyak ialah 59 orang menyatakan Setuju (S) bahwa kampanye membingkai pesan bahwa peran khalayak menjadi bagian penting untuk mencegah dampak buruk bagi lingkungan. Responden yang menyatakan Sangat Setuju (SS) sebanyak 31 orang, Tidak Setuju (TS) sebanyak 9 orang dan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 1 orang. Jika dijumlahkan, maka responden yang terkumpul sebanyak 100 orang.

Pada penelitian ini mayoritas responden menyatakan Setuju bahwa kampanye #makantanpasisa membingkai pesan bahwa peran khalayak menjadi bagian penting untuk mencegah dampak buruk bagi lingkungan di masa depan.

3. Analisis Pernyataan Responden Mengenai Sikap Ramah Lingkungan (Variabel Y)

a. Kognitif

- 1) Bank DBS Indonesia memberikan pengetahuan tentang manfaat menjaga lingkungan melalui kampanye #makantanpasisa

Tabel 31

Memberikan pengetahuan tentang manfaat menjaga lingkungan

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat setuju	31	31%
2.	Setuju	61	61%
3.	Tidak Setuju	7	7%
4.	Sangat tidak setuju	1	1%
Jumlah		100	100%

Sumber : Hasil penelitian kuesioner

Berdasarkan pada tabel di atas, menunjukkan bahwa responden paling banyak ialah 61 orang menyatakan Setuju (S) bahwa Bank DBS Indonesia memberikan pengetahuan tentang manfaat menjaga lingkungan. Responden yang menyatakan Sangat Setuju (SS) sebanyak 31 orang, Tidak Setuju (TS) sebanyak 7 orang dan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 1 orang. Jika dijumlahkan, maka responden yang terkumpul sebanyak 100 orang.

Pada penelitian ini mayoritas responden menyatakan Setuju bahwa Bank DBS Indonesia memberikan pengetahuan tentang manfaat menjaga lingkungan melalui kampanye #makantanpasisa.

- 2) Saya mengetahui bahwa sampah sisa makanan berdampak buruk bagi lingkungan

Tabel 32
Mengetahui sampah sisa makanan berdampak buruk bagi lingkungan

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat setuju	40	40%
2.	Setuju	55	55%
3.	Tidak Setuju	3	3%
4.	Sangat tidak setuju	2	2%
Jumlah		100	100%

Sumber : Hasil penelitian kuesioner

Berdasarkan pada tabel di atas, menunjukkan bahwa responden paling banyak ialah 55 orang menyatakan Setuju (S) bahwa mengetahui sampah sisa makanan berdampak buruk bagi lingkungan. Responden yang menyatakan Sangat Setuju (SS) sebanyak 40 orang, Tidak Setuju (TS) sebanyak 3 orang dan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 2 orang. Jika dijumlahkan, maka responden yang terkumpul sebanyak 100 orang.

Pada penelitian ini mayoritas responden menyatakan Setuju bahwa mengetahui sampah sisa makanan berdampak buruk bagi lingkungan.

- 3) Saya mengetahui bahwa dengan memanfaatkan sisa sampah makanan dapat membantu menjaga lingkungan

Tabel 33

Mengetahui bahwa memanfaatkan sisa sampah makanan dapat membantu menjaga lingkungan

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat setuju	32	32%
2.	Setuju	58	58%
3.	Tidak Setuju	8	8%
4.	Sangat tidak setuju	2	2%
Jumlah		100	100%

Sumber : Hasil penelitian kuesioner

Berdasarkan pada tabel di atas, menunjukkan bahwa responden paling banyak ialah 58 orang menyatakan Setuju (S) Bahwa memanfaatkan sisa makanan dapat membantu menjaga lingkungan. Responden yang menyatakan Sangat Setuju (SS) sebanyak 32 orang, Tidak Setuju (TS) sebanyak 8 orang dan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 2 orang. Jika dijumlahkan, maka responden yang terkumpul sebanyak 100 orang.

Pada penelitian ini mayoritas responden menyatakan Setuju bahwa memanfaatkan sisa sampah makanan dapat membantu menjaga lingkungan.

4. Saya mengetahui bahwa bijak dalam mengelola makanan dapat mengurangi dampak buruk dari sampah sisa makanan

Tabel 34
Mengetahui bahwa bijak mengelola makanan dapat mengurangi dampak buruk

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat setuju	31	31%
2.	Setuju	61	61%
3.	Tidak Setuju	5	5%
4.	Sangat tidak setuju	3	3%
Jumlah		100	100%

Sumber : Hasil penelitian kuesioner

Berdasarkan pada tabel di atas, menunjukkan bahwa responden paling banyak ialah 61 orang menyatakan Setuju (S) mengetahui Bahwa bijak dalam mengelola makanan dapat mengurangi dampak buruk dari sampah sisa makanan. Responden yang menyatakan Sangat Setuju (SS) sebanyak 31 orang, Tidak Setuju (TS) sebanyak 5 orang dan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 3 orang. Jika dijumlahkan, maka responden yang terkumpul sebanyak 100 orang.

Pada penelitian ini mayoritas responden menyatakan Setuju mengetahui bahwa bijak dalam mengelola makanan dapat mengurangi dampak buruk dari sampah sisa makanan.

b. Afektif

- 5) Pesan kampanye #makantanpasisa membuat saya sadar bahwa menjaga lingkungan adalah sesuatu yang sangat penting

Tabel 35

Membuat sadar bahwa menjaga lingkungan adalah sesuatu yang sangat penting

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat setuju	39	39%
2.	Setuju	51	51%
3.	Tidak Setuju	8	8%
4.	Sangat tidak setuju	2	2%
Jumlah		100	100%

Sumber : Hasil penelitian kuesioner

Berdasarkan pada tabel di atas, menunjukkan bahwa responden paling banyak ialah 51 orang menyatakan Setuju (S) Bahwa pesan kampanye membuat sadar bahwa menjaga lingkungan adalah sesuatu yang sangat penting. Responden yang menyatakan Sangat Setuju (SS) sebanyak 39 orang, Tidak Setuju (TS) sebanyak 8 orang dan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 2 orang. Jika dijumlahkan, maka responden yang terkumpul sebanyak 100 orang.

Pada penelitian ini mayoritas responden menyatakan Setuju bahwa pesan kampanye #makantanpasisa membuat sadar bahwa menjaga lingkungan adalah sesuatu yang sangat penting.

- 6) Saya ingin berpartisipasi untuk menjaga lingkungan setelah mengetahui kampanye #makantanpasisa

Tabel 36

Ingin berpartisipasi untuk menjaga lingkungan setelah mengetahui kampanye

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat setuju	37	37%
2.	Setuju	48	48%
3.	Tidak Setuju	15	15%
4.	Sangat tidak setuju	0	0%
Jumlah		100	100%

Sumber : Hasil penelitian kuesioner

Berdasarkan pada tabel di atas, menunjukkan bahwa responden paling banyak ialah 48 orang menyatakan Setuju (S) ingin berpartisipasi untuk menjaga lingkungan setelah mengetahui kampanye Responden yang menyatakan Sangat Setuju (SS) sebanyak 37 orang, dan Tidak Setuju (TS) sebanyak 15 orang. Jika dijumlahkan, maka responden yang terkumpul sebanyak 100 orang.

Pada penelitian ini mayoritas responden menyatakan setuju ingin berpartisipasi untuk menjaga lingkungan setelah mengetahui kampanye #makantanpasisa.

- 7) Saya merasa bersalah bila tidak berkontribusi dalam kampanye #makantanpasisa untuk menciptakan lingkungan yang lebih baik

Tabel 37

Merasa bersalah bila tidak berkontribusi

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat setuju	27	27%
2.	Setuju	42	42%
3.	Tidak Setuju	24	24%
4.	Sangat tidak setuju	7	7%
Jumlah		100	100%

Sumber : Hasil penelitian kuesioner

Berdasarkan pada tabel di atas, menunjukkan bahwa responden paling banyak ialah 42 orang menyatakan Setuju (S) merasa bersalah bila tidak berkontribusi dalam kampanye. Responden yang menyatakan Sangat Setuju (SS) sebanyak 27 orang, Tidak Setuju (TS) sebanyak 24 orang dan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 7 orang. Jika dijumlahkan, maka responden yang terkumpul sebanyak 100 orang.

Pada penelitian ini mayoritas responden menyatakan Setuju merasa bersalah bila tidak berkontribusi dalam kampanye #makantanpasisa untuk menciptakan lingkungan yang lebih baik.

- 8) Saya setuju bahwa kampanye #makantanpasisa pada Instagram @bankdbsid adalah kampanye yang menyenangkan

Tabel 38

Setuju bahwa kampanye #makantanpasisa adalah kampanye yang menyenangkan

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat setuju	27	27%
2.	Setuju	63	63%
3.	Tidak Setuju	6	6%
4.	Sangat tidak setuju	4	4%
Jumlah		100	100%

Sumber : Hasil penelitian kuesioner

Berdasarkan pada tabel di atas, menunjukkan bahwa responden paling banyak ialah 63 orang menyatakan Setuju (S) bahwa kampanye #makantanpasisa adalah kampanye yang menyenangkan. Responden yang menyatakan Sangat Setuju (SS) sebanyak 27 orang, Tidak Setuju (TS) sebanyak 6 orang dan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 4 orang. Jika dijumlahkan, maka responden yang terkumpul sebanyak 100 orang.

Pada penelitian ini mayoritas responden menyatakan Setuju bahwa kampanye #makantanpasisa pada Instagram @bankdbsid adalah kampanye yang menyenangkan.

- 9) Saya teringat pesan kampanye #makantanpasisa Ketika melihat sisa makanan pada piring makanan

Tabel 39

Teringat kampanye #makantanpasisa Ketika melihat sisa makanan pada piring makanan

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat setuju	16	16%
2.	Setuju	55	55%
3.	Tidak Setuju	22	22%
4.	Sangat tidak setuju	7	7%
Jumlah		100	100%

Sumber : Hasil penelitian kuesioner

Berdasarkan pada tabel di atas, menunjukkan bahwa responden paling banyak ialah 55 orang menyatakan Setuju (S) bahwa teringat pesan kampanye ketika melihat sisa makanan pada piring makanan. Responden yang menyatakan Sangat Setuju (SS) sebanyak 16 orang, Tidak Setuju (TS) sebanyak 22 orang dan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 7 orang. Jika dijumlahkan, maka responden yang terkumpul sebanyak 100 orang.

Pada penelitian ini mayoritas responden menyatakan Setuju teringat pesan kampanye #makantanpasisa Ketika melihat sisa makanan pada piring makanan.

c. Konatif

10) Setelah melihat pesan kampanye #makantanpasisa saya tidak akan meninggalkan sisa makanan dari porsi makan saya

Tabel 40

Tidak akan meninggalkan sisa makanan setelah melihat kampanye

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat setuju	25	25%
2.	Setuju	58	58%
3.	Tidak Setuju	14	14%
4.	Sangat tidak setuju	3	3%
Jumlah		100	100%

Sumber : Hasil penelitian kuesioner

Berdasarkan pada tabel di atas, menunjukkan bahwa responden paling banyak ialah 58 orang menyatakan Setuju (S) bahwa setelah melihat pesan kampanye tidak akan meninggalkan sisa makanan dari porsi makan. Responden yang menyatakan Sangat Setuju (SS) sebanyak 25 orang, Tidak Setuju (TS) sebanyak 14 orang dan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 3 orang. Jika dijumlahkan, maka responden yang terkumpul sebanyak 100 orang.

Pada penelitian ini mayoritas responden menyatakan Setuju bahwa setelah melihat pesan kampanye #makantanpasisa tidak akan meninggalkan sisa makanan dari porsi makan.

- 11) Setelah melihat pesan kampanye #makantanpasisa saya akan menghabiskan porsi makanan saya

Tabel 41

Akan menghabiskan porsi makanan setelah melihat kampanye

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat setuju	29	29%
2.	Setuju	57	57%
3.	Tidak Setuju	13	13%
4.	Sangat tidak setuju	1	1%
Jumlah		100	100%

Sumber : Hasil penelitian kuesioner

Berdasarkan pada tabel di atas, menunjukkan bahwa responden paling banyak ialah 57 orang menyatakan Setuju (S) Bahwa setelah melihat pesan kampanye akan menghabiskan porsi makanan. Responden yang menyatakan Sangat Setuju (SS) sebanyak 29 orang, Tidak Setuju (TS) sebanyak 13 orang dan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 1 orang. Jika dijumlahkan, maka responden yang terkumpul sebanyak 100 orang.

Pada penelitian ini mayoritas responden menyatakan Setuju bahwa setelah melihat pesan kampanye #makantanpasisa akan menghabiskan porsi makanan saya.

- 12) Saya akan memanfaatkan makanan sebaik mungkin setelah mengetahui pesan kampanye #makantanpasisa

Tabel 42

Akan memanfaatkan makanan sebaik mungkin

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat setuju	28	28%
2.	Setuju	61	61%
3.	Tidak Setuju	10	10%
4.	Sangat tidak setuju	1	1%
Jumlah		100	100%

Sumber : Hasil penelitian kuesioner

Berdasarkan pada tabel di atas, menunjukkan bahwa responden paling banyak ialah 61 orang menyatakan Setuju (S) akan memanfaatkan makanan sebaik mungkin setelah mengetahui pesan kampanye. Responden yang menyatakan Sangat Setuju (SS) sebanyak 28 orang, Tidak Setuju (TS) sebanyak 10 orang dan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 1 orang. Jika dijumlahkan, maka responden yang terkumpul sebanyak 100 orang.

Pada penelitian ini mayoritas responden menyatakan Setuju bahwa akan memanfaatkan makanan sebaik mungkin setelah mengetahui pesan kampanye #makantanpasisa.

- 13) Saya akan mengajak orang-orang disekitar saya untuk mengikuti kampanye yang dilakukan oleh Bank DBS Indonesia

Tabel 43

Akan mengajak orang disekitar untuk mengikuti kampanye

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat setuju	24	24%
2.	Setuju	48	48%
3.	Tidak Setuju	22	22%
4.	Sangat tidak setuju	6	6%
Jumlah		100	100%

Sumber : Hasil penelitian kuesioner

Berdasarkan pada tabel di atas, menunjukkan bahwa responden paling banyak ialah 48 orang menyatakan Setuju (S) akan mengajak orang disekitar untuk mengikuti kampanye. Responden yang menyatakan Sangat Setuju (SS) sebanyak 24 orang, Tidak Setuju (TS) sebanyak 22 orang dan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 6 orang. Jika dijumlahkan, maka responden yang terkumpul sebanyak 100 orang.

Pada penelitian ini mayoritas responden menyatakan Setuju bahwa akan mengajak orang disekitar untuk mengikuti kampanye yang dilakukan oleh Bank DBS Indonesia.

4. Rekapitulasi Variabel X dan Y

Tabel 44
Rekapitulasi hasil pengembangan
Variabel X (Pesan Kampanye)

No.	Pernyataan	Mean
1.	X1	3,31
2.	X2	3,25
3.	X3	3,23
4.	X4	3,09
5.	X5	3,06
6.	X6	3,04
7.	X7	3,20
8.	X8	3,10
9.	X9	3,23
10.	X10	2,94
11.	X11	3,22
12.	X12	3,20
13.	X13	3,05
14.	X14	3,05
15.	X15	3,15
16.	X16	3,25
17.	X17	3,15
18.	X18	3,14
19.	X19	3,20
Jumlah		59,86
Rata-rata		3,15

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS

Secara keseluruhan responden menilai bahwa pesan kampanye PT.Bank DBS Indonesia “makan tanpa sisa” tergolong tinggi, dikarenakan nilai rata-rata dari jawaban responden pada variabel X sebesar 3,15

Tabel 45
Rekapitulasi hasil pengembangan
Variabel Y (Sikap Ramah Lingkungan)

No.	Pernyataan	Mean
1.	Y1	3,22
2.	Y2	3,33
3.	Y3	3,20
4.	Y4	3,20
5.	Y5	3,27
6.	Y6	3,22
7.	Y7	2,89
8.	Y8	3,13
9.	Y9	2,80
10.	Y10	3,05
11.	Y11	3,14
12.	Y12	3,16
13.	Y13	2,90
Jumlah		40,51
Rata-rata		3,11

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS

Dapat disimpulkan bahwa data yang diperoleh secara keseluruhan responden menilai bahwa variabel Sikap Ramah Lingkungan tergolong tinggi, hal ini ditunjukkan dengan nilai rata-rata jawaban responden pada variabel Y sebesar 3,11.

5. Uji Determinasi

Tabel 46
Uji Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.850 ^a	.723	.720	3.67806
a. Predictors: (Constant), X				

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS 25

Analisis regresi yang digunakan pada penelitian ini adalah regresi linier sederhana yang didasarkan pada hubungan fungsional maupun kuasal satu variabel dependen. R disebut sebagai koefisiensi korelasi, maka dari itu dapat dibaca bahwa nilai R (Koefisiensi) antara variabel X (Pesan Kampanye) sebesar 0,850 atau 85%, yang dapat disimpulkan variabel X (Pesan Kampanye) tergolong Sangat tinggi

Hal itu dapat diketahui dari :

1. 0,00 - 0,199 = Sangat Rendah atau sangat lemah
2. 0,200 - 0,399 = Rendah atau lemah
3. 0,400 – 0,599 = Cukup atau sedang
4. 0,600 – 0,799 = Tinggi atau kuat
5. 0,800 – 1,000 = Sangat tinggi atau sangat kuat

Sedangkan R Square (Koefisiensi determinasi) dapat dibaca bahwa nilai R Square sebesar 0,723. Angka tersebut dapat diartikan bahwa pengaruh pesan kampanye terhadap sikap ramah lingkungan adalah sebesar 72,3%. sementara sisanya 27,7% dipengaruhi oleh faktor lain. Dan dapat disimpulkan Pesan Kampanye tinggi atau kuat pengaruhnya terhadap Sikap Ramah Lingkungan.

6. Uji Regresi Linier Sederhana

Analisis uji regresi digunakan digunakan dalam penelitian ini untuk mendapatkan gambaran seberapa pengaruh variabel independent (X) yaitu Pesan Kampanye terhadap variabel dependen (Y) yaitu Sikap Ramah Lingkungan.

Tabel 47

ANOVA

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3457.237	1	3457.237	255.560	.000 ^b
	Residual	1325.753	98	13.528		
	Total	4782.990	99			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X						

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS 25

Berdasarkan tabel ANOVA di atas dapat diketahui bahwa nilai F sebesar 255,560 dengan nilai signifikansi 0,00. Karena nilai signifikansi yang didapatkan lebih kecil dari 0,10 atau $< 0,10$ maka dapat diartikan variabel X (pesan kampanye) berpengaruh terhadap variabel Y (Sikap Ramah Lingkungan).

Tabel 48
Coefficients

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.406	2.412		.997	.321
	X	.637	.040	.850	15.986	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS 25

Rumus persamaan regresi :

$$Y = a + bX$$

Diketahui :

Y : Sikap Ramah Lingkungan

X : Pesan Kampanye

a : angka konstan, pada penelitian ini sebesar 2.406

b : angka koefisiensi regresi, pada penelitian ini sebesar 0.637

lalu didapat keterangan persamaan regresi linier sederhana diatas adalah $Y = 2.406 + 0.637 X$. Dari persamaan tersebut dapat diketahui bahwa nilai koefisiensi regresi nilai nya (+), maka dengan demikian dapat dikatakan bahwa X (Pesan Kampanye) berpengaruh positif terhadap Y (Sikap Ramah Lingkungan).

7. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk menguji pengaruh variabel X (Pesan Kampanye) dengan variabel Y (Sikap Ramah Lingkungan). Pengujian hipotesis menggunakan uji t, yaitu dengan rumus sebagai berikut :

$$t = \frac{r\sqrt{n} - 2}{\sqrt{1 - r^2}}$$

Keterangan :

r = Koefisien korelasi antara X dan Y

n = Jumlah responden

diketahui :

n = 100

r = 0,850

$$t = \frac{0,850\sqrt{(100-2)}}{\sqrt{(1-0,850^2)}}$$

$$t = \frac{0,850\sqrt{98}}{\sqrt{(1-0,722)}}$$

$$t = \frac{0,850 \times 9,899}{\sqrt{0,278}}$$

$$t = \frac{8,414}{0,527}$$

t = 15,965

Jika t hitung > t tabel H0 ditolak H1 diterima (ada pengaruh)

Jika t hitung < t tabel H0 diterima H1 ditolak (tidak terdapat pengaruh)

Pada penggunaan t di atas, dapat diketahui t hitung 15,965 sedangkan t tabel 2.365 (di dapat dari rumus n-2, dimana n adalah jumlah sampel 100-2=98) dengan taraf signfikansi a=0,1. Dari hasil uji tersebut H0 ditolak dan H1 diterima dengan kata lain memiliki arti terdapat pengaruh antara variabel X dan variabel Y.

E. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan penelitian ini, dengan membahas pengaruh Pesan Kampanye PT.Bank DBS Indonesia “makan tanpa sisa” terhadap Sikap Ramah Lingkungan, dengan tujuan penelitian untuk mengukur Pesan Kampanye, Sikap Ramah Lingkungan, Pengaruh Pesan Kampanye “makan tanpa sisa” terhadap Sikap Ramah Lingkungan dengan melakukan survei pada *followers official account @bankdbsid*. Dapat diketahui dalam penelitian ini memiliki 100 Responden yang terdiri atas perempuan sebanyak 62 responden dan Laki-laki sebanyak 38 responden. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa responden perempuan lebih mendominasi dan mayoritas responden dalam penelitian ini adalah umur 18-25 tahun sebanyak 64 responden.

Pada kedua pernyataan variabel X ataupun variabel Y, keduanya telah melalui uji validitas yang ditujukan untuk dapat melihat valid atau tidaknya sebuah pernyataan. Hasil uji validitas pada penelitian menunjukkan bahwa seluruh pernyataan yang ada dari kedua variabel dinyatakan valid. Terlihat dari hasil uji reliabilitas yang diperoleh pada variabel X sebesar 0,818 dan variabel Y sebesar 0,791, yang berarti hasil tersebut dinyatakan sangat reliabel dikarenakan nilai $\alpha > 0,60$.

Penelitian ini memiliki jumlah 100 Responden yang merupakan *followers official account Instagram @dbsbankid* yang memberikan like dan komentar pada postingan tentang kampanye “makan tanpa sisa” yang di *upload* oleh @dbsbankid. Variabel X (Pesan Kampanye) yang menggunakan teori venus (2019) dengan 3 dimensi yaitu Isi pesan, Struktur Pesan dan Bingkai Pesan. Memiliki rata-rata sebesar 3,15 pada pernyataan pesan kampanye.

Sedangkan pada variabel Y pada penelitian ini menggunakan teori dari Azwar (2015) yang juga memiliki 3 dimensi, yaitu kognitif, afektif dan konatif. Memiliki rata-rata 3,11.

Hasil dari uji regresi linier sederhana pada koefisien determinasi R adalah 0,850 atau 85%. Diperoleh R Square dengan menunjukkan angka 0,723 atau 72,3% di peroleh dengan Pesan Kampanye terhadap Sikap Ramah Lingkungan. Sedangkan 27,7 % dipengaruhi oleh faktor lain. Sementara itu, untuk menguji kebenaran dari pengaruh tersebut maka dilakukan uji hipotesis. Berdasarkan perhitungan yang didapat dari t hitung sebesar 15.965 dan t tabel sebesar 2.365. artinya $r \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ($15.965 > 2.365$). berdasarkan nilai tersebut maka, H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara pesan kampanye PT.Bank DBS Indonesia “Makan Tanpa Sisa” terhadap Sikap Ramah Lingkungan.