

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**  
**KONSENTRASI PUBLIC RELATIONS**

**Skripsi, 27 Desember 2022**

**MUHAMMAD RASQY RAINBOW**

**2017140007**

**PENGARUH PESAN KAMPANYE PT.BANK DBS INDONESIA “MAKAN  
TANPA SISA” TERHADAP SIKAP RAMAH LINGKUNGAN**

**(Survei pada *followers official account* Instagram @dbsbankid )**

**(+xvii+ 108 Halaman + 16 Lampiran)**

**ABSTRAK**

Pemasalahan yang ditimbulkan oleh sampah telah menjadi masalah yang sangat krusial di Indonesia, terutama sampah sisa makanan. Sehingga masyarakat dianjurkan untuk dapat mengelola dan memanfaatkan sisa makanan dengan bijak dan ramah terhadap lingkungan. Bank DBS Indonesia sebagai salah satu bank yang telah lama di Indonesia. DBS Indonesia menciptakan sebuah kampanye yang bertemakan kepedulian terhadap lingkungan untuk mengedukasi mengenai pengelolaan sampah sisa makanan sebagai permasalahan yang ditimbulkan oleh perilaku masyarakat sehari-hari. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengukur pesan kampanye, sikap ramah lingkungan dan pengaruh pesan kampanye terhadap sikap ramah lingkungan pada *followers* akun Instagram dbsbankid. Teori yang digunakan pada penelitian ini menggunakan teori kampanye *public relations* dan sikap ramah lingkungan. Penelitian ini juga menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Teknik pengumpulan data menggunakan populasi pada penelitian ini berjumlah 85.037 responden dan memiliki sampel sebanyak 100 Responden menggunakan perhitungan Taro Yamane. Hasil dari penelitian ini diketahui bahwa pesan kampanye PT.Bank DBS Indonesia “Makan Tanpa Sisa” tergolong setuju, dengan rata-rata hasil 3,15 pada variabel X (Pesan Kampanye) dan nilai rata-rata sebesar 3,11 untuk variabel Y (Sikap Ramah Lingkungan). Hal ini dapat dilihat dari nilai koefisiensi sebesar 0,850 pengaruh pesan kampanye “Makan Tanpa Sisa terhadap sikap ramah lingkungan memiliki nilai pengaruh sebesar 72,3%. Dengan Hasil tersebut, dapat diartikan bahwa pesan kampanye “Makan Tanpa Sisa” memiliki pengaruh pada sikap ramah lingkungan dengan tingkat pengaruh kuat Sedangkan 27,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

**Kata Kunci : Pesan Kampanye, Kampanye, Sikap Ramah Lingkungan**  
**Daftar Pustaka : 17 Buku, 5 Jurnal, 5 Website,**  
**Pembimbing : Siska Yuningsih, S.I.Kom, M.I.Kom.**