

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

**Skripsi, Januari 2023
Imelda Andriani
2018140030**

“Pengaruh Pesan Kampanye *Public Relations #BijakBerplastik* Terhadap Sikap Ramah Lingkungan (Survei pada *Followers Instagram @sehataqua*)”
(120 Halaman + 41 Tabel + 4 Gambar + 7 Lampiran)

ABSTRAK

Dampak dari penggunaan plastik menjadi isu yang mengkhawatirkan bagi banyak negara. Tidak terkecuali Indonesia yang menempati posisi kedua sebagai negara penghasil sampah plastik terbanyak di dunia. Angka konsumsi plastik dan jumlah sampah plastik yang masih tinggi memerlukan penanganan. Penyesuaian tindakan untuk setiap permasalahan diterapkan untuk mencapai tujuan perubahan secara kolektif. Seluruh pihak juga dituntut untuk ikut serta dalam menciptakan tujuan tersebut. Penyelenggaraan kampanye *#BijakBerplastik*, Danone-Aqua menekankan pentingnya untuk berperilaku bijak menggunakan plastik dalam kehidupan sehari-hari. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah Pesan Kampanye *Public Relations #BijakBerplastik* terdapat pengaruh atau tidak terhadap sikap responden dalam menerapkan sikap ramah lingkungan. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Pesan Kampanye (Venus, 2019) dengan dimensi Isi Pesan, Struktur Pesan, dan Bingkai Pesan dan sikap ramah lingkungan (Azwar, 2016) dengan dimensi Kognitif, Afektif, dan Konatif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan metode survei dengan menyebarkan kuesioner kepada 82 sampel yang telah ditentukan menggunakan perhitungan Rumus Slovin dengan teknik *probability sampling* dan pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling*. Data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan Teknik Regresi Linier Sederhana dengan menggunakan *software IBM SPSS.25*. Hasil uji korelasi menunjukkan bahwa terdapat korelasi yang cukup antara Pesan Kampanye *Public Relations* terhadap Sikap Ramah Lingkungan yang memberikan dampak terhadap sikap responden. Dengan membuktikan adanya pengaruh, terdapat hasil pada uji hipotesis dimana $t_{hitung} 17,650 > t_{tabel} 1,292$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti ada pengaruh yang signifikan antara Pesan Kampanye *Public Relations #BijakBerplastik* terhadap Sikap Ramah Lingkungan.

Daftar Pustaka : 7 Buku, 3 Jurnal, 7 Website
Kata Kunci : Pesan Kampanye, *Public Relations*, Sikap
Dosen Pembimbing : Syifa Astasia Utari, S.I.Kom, M.Si.