



**PENGARUH PESAN KAMPANYE SOSIAL #PAKAISAMPAIHABIS DI
INSTAGRAM TERHADAP SIKAP RAMAH LINGKUNGAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh sarjana dalam bidang
Ilmu Komunikasi

Oleh

Lili Nurkholifah

41182037180031

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS KOMUNIKASI SASTRA DAN BAHASA
UNIVERSITAS ISLAM 45 BEKASI
2024 M/1445 H**



**PENGARUH PESAN KAMPANYE SOSIAL #PAKAISAMPAIHABIS
DI INSTAGRAM TERHADAP SIKAP RAMAH LINGKUNGAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh sarjana dalam bidang
Ilmu Komunikasi

Oleh

Lili Nurkholifah

41182037180031

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS KOMUNIKASI SASTRA DAN BAHASA**

UNIVERSITAS ISLAM 45 BEKASI

2024 M/1445 H

LEMBAR PERNYATAAN ORSINILITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah. Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Bekasi, 11 Januari 2024



Lili Nurkholifah
41182037180031

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh pesan kampanye sosial
#PakaiSampaiHabis di Instagram terhadap sikap
ramah lingkungan

Diajukan Oleh : Lili Nurkholifah
NPM 41182037180031
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : *Public Relations*
Fakultas : Komunikasi Sastra dan Bahasa

Telah memenuhi syarat dan mendapat persetujuan dosen pembimbing untuk mengikuti sidang skripsi sebagai bagian prasyarat yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi Sastra dan Bahasa Universitas Islam 45 Bekasi.

Bekasi, 27 Desember 2023

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Winda Primasari, S.Hum., M.Si

NRP: 45.1.01.02.2012.016

Menyetujui,
Dosen Pembimbing Skripsi



Dr. Tatik Yuniarti, S.Sos., M.I.kom

NRP: 45.1.06.11.2007.011

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI


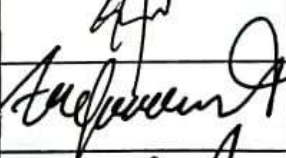
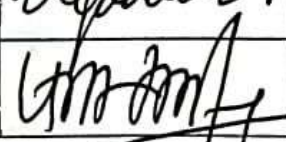
Skrripsi yang berjudul "Pengaruh pesan kampanye sosial #PakaiSampaiHabis di Instagram terhadap sikap ramah lingkungan" telah dipertahankan di hadapan sidang dewan penguji skripsi pada:

Hari/Tanggal : Kamis, 04 Januari 2024

Oleh

Nama : Lili Nurkholifah
NPM : 41182037180031
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Dewan Penguji


Dewan Penguji	Nama	Tanda Tangan
Ketua Sidang	Siti Khadijah, M.Si	
Penguji I	Saepudin, M. Soc, Sc.	
Penguji II	Dr. Tatik Yuniarti, S.Sos.,M.I.kom	

Bekasi, 18 Januari 2024

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Komunikasi
Sastra dan Bahasa


Dr. Nuryadi, M. Hum
NRP: 45.1.01.04.2010.012

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


Winda Primasati, S.Hum.,M.Si
NRP: 45.1.01.02.2012.016

ABSTRAK

Universitas Islam 45 Bekasi
Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Komunikasi Sastra dan Bahasa
2024

Lili Nurkholifah/41182037180037

“Pengaruh pesan kampanye sosial #PakaiSampaiHabis di Instagram terhadap sikap ramah lingkungan”.

Dibawah bimbingan Dr. Tatik Yuniarti, S. Sos., M.I.kom dengan 95 halaman skripsi, 14 halaman romawi, 7 tabel, 34 gambar.

Dengan berkembangnya dunia industri kecantikan di Indonesia semakin menambah permasalahan dan isu baru bagi lingkungan yaitu bertambahnya sampah *skincare* dan sikap konsumtif masyarakat. Sampah *skincare* jika tidak diolah dengan baik yang terjadi adalah akan berimbas buruk kepada lingkungan dan sampah kecantikan menjadi sulit terurai. Untuk mengurangi sampah berlebih dan menumbuhkan rasa tanggung jawab sikap terhadap konsumsi *skincare* yang telah dibeli, akun Instagram @lyfewithless mengadakan gerakan kampanye #PakaiSampaiHabis di Instagram. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh dari kampanye sosial #PakaiSampaiHabis di Instagram @lyfewithless terhadap sikap ramah lingkungan pada *followers*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif, data primer yang didapat melalui penyebaran kuesioner kepada 100 *followers* akun @lyfewithless, sedangkan data sekunder didapat melalui studi kepustakaan. Teknik analisis data yang digunakan yaitu regresi linear sederhana, koefisien determinasi, dan uji signifikansi parsial. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pesan kampanye #PakaiSampaiHabis berpengaruh terhadap sikap ramah lingkungan sebesar 69,8%.

Kata Kunci: Pesan Kampanye, Sikap, Komunikasi Lingkungan.

ABSTRACT

Universitas Islam 45 Bekasi
Communication Science Study
Program Faculty of Literary and Language Communication
2024

Lili Nurkholifah/41182037180031

"The influence of using it #Until It's Finished social campaigns message on Instagram on eco-friendly attitudes". Under the guidance of Dr. Tatik Yuniarti, S. Sos., M.I.kom with 96 thesis pages, 14 roman pages, 7 tables, 34 figures.

The development of the beauty industry in Indonesia increasingly adds new problems and issues for the environment, namely the increase in beauty product waste and people's consumptive attitudes. Beauty product waste if not processed properly what happens is that it will have a bad impact on the environment and beauty waste becomes difficult to decompose. To reduce excess waste and foster a sense of responsibility attitude towards the consumption of beauty products that have been purchased, Instagram account @lyfewithless held a #UseUntilFinished campaign movement on Instagram. The purpose of this study was to determine the effect of the #UseUntilFinished social campaign on Instagram @lyfewithless on environmentally friendly attitudes to followers. This study used the descriptive quantitative method, primary data obtained through the distribution of questionnaires to 100 followers of @lyfewithless accounts, while secondary data was obtained through literature studies. The data analysis techniques used are simple linear regression, coefficient of determination, and partial significance test. The results of this study showed that the campaign message #UseUntilFinished affected 69,8%.

Keywords: Campaign Message, Attitude, Environmental Communication.

PRA KATA

Bismillahirrahmaanirrahiim

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Segala puji bagi Allah SWT Yang Menguasai segala sesuatu, Sholawat dan salam selalu tercurahkan kepada Rasulullah SAW beserta keluarga dan sahabat-sahabatnya.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi Sastra dan Bahasa Universitas Islam 45 Bekasi. Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui pengaruh dari kampanye sosial yang diadakan oleh akun instagram @lyfewithless terhadap sikap ramah lingkungan.

Selama penyusunan skripsi ini penyusun mendapat bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak sehingga dapat terselesaikan dengan baik. Penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih atas dukungan dari berbagai pihak yakni kepada:

1. Bapak Dr. Nuryadi, M. Hum. selaku Dekan Fakultas Komunikasi Sastra dan Bahasa
2. Ibu Winda Primasari, M.SI selaku Ketua Progam Studi Ilmu Komunikasi.
3. Ibu Dr. Tatik Yuniarti, S.Sos.,M.I.kom. selaku pembimbing skripsi yang telah membimbing dengan ikhlas, mengarahkan, memberi masukan, dan meluangkan waktunya dalam penyusunan skripsi, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Bapak dan Ibu dosen Ilmu Komunikasi yang telah berbagi ilmu pengetahuan.
5. Seluruh staff TU yang selalu melayani administrasi dalam masa proses penelitian.
6. Kedua orang tua, yang selalu memberikan arahan do'a dan dukungan selama mengerjakan tugas akhir ini.

7. Semua teman mahasiswa seperjuangan yang selalu memotivasi dalam penyusunan skripsi.
8. Semua pihak manapun yang telah memberikan dukungan dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.

Akhirnya, setelah segala kemampuan dicurahkan serta diiringi dengan do'a untuk menyelesaikan tugas akhir ini hanya kepada Allah SWT semua dikembalikan. Harapannya skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak manapun.

Wallahu a'lam bi Showab.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Bekasi, 16 Desember 2023

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	iv
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Rujukan Penelitian Terdahulu	6
2.2 Kerangka Teoritis	9
2.3 Kerangka Pemikiran	19
2.4 Hipotesis.....	20
BAB III METODE PENELITIAN	21
3.1 Jenis Penelitian.....	21
3.2 Populasi dan Sampel	21
3.3 Teknik Pengumpulan Data	22
3.4 Definisi Operasional Variabel	23
3.5 Operasional Variabel Penelitian	25
3.6 Validitas dan Reliabilitas.....	28
3.7 Teknik Analisis Data	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	35
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	35
4.2 Deskripsi Data Followers	37
4.3 Data Variabel Penelitian.....	39
4.4 Analisis Data	67

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	76
5.1 Kesimpulan	76
5.2 Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA.....	78
LAMPIRAN	82

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Operasional Variabel	25
Tabel 3. 2 Uji Validitas	30
Tabel 3. 3 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X Terhadap Variabel Y	31
Tabel 4. 1 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	68
Tabel 4. 2 Hasil Uji Koefisien Determinasi Variabel (X) Terhadap (Y1)	70
Tabel 4. 3 Hasil Uji t.....	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Penggunaan Media <i>E-Commers</i>	2
Gambar 4. 1 Profil Akun Instagram @Lyfewithless	35
Gambar 4. 2 Program Kampanye #Pakaisampaihabis @ @Lyfewithless.....	37
Gambar 4. 3 Grafik Jenis Kelamin <i>Followers</i> Akun @Lyfewithless.....	38
Gambar 4. 4 Grafik Usia <i>Followers</i> Akun @Lyfewithless	39
Gambar 4. 5 Indikator Isi Pesan	40
Gambar 4. 6 Pernyataan Moral	41
Gambar 4. 7 Pernyataan Emosional	42
Gambar 4. 8 Pernyataan Rasional	43
Gambar 4. 9 Indikator Struktur Pesan	44
Gambar 4. 10 Pernyataan Perhatian	45
Gambar 4. 11 Pernyataan Kebutuhan.....	46
Gambar 4. 12 Pernyataan Visualisasi	47
Gambar 4. 13 Indikator Format Pesan (Caption)	48
Gambar 4. 14 Pernyataan Kata-Kata.....	49
Gambar 4. 15 Pernyataan Warna	50
Gambar 4. 16 Indikator Sumber Pesan.....	52
Gambar 4. 17 Pernyataan Keahlian.....	53
Gambar 4. 18 Pernyataan Keyakinan.....	54
Gambar 4. 19 Pernyataan Daya Pikat Sumber	55
Gambar 4. 20 Indikator Sikap Kognitif.....	57
Gambar 4. 21 Pernyataan Pengetahuan Program Kampanye	58
Gambar 4. 22 Pernyataan Pengetahuan Tanggung Jawab Produk <i>Skincare</i>	59
Gambar 4. 23 Pernyataan Pengetahuan Meminimalisir Produk <i>Skincare</i>	60
Gambar 4. 24 Indikator Sikap Afektif.....	61
Gambar 4. 25 Indikator Sikap Konatif	63
Gambar 4. 26 Pernyataan Menekan Tombol <i>Like</i> dan <i>Share</i>	63
Gambar 4. 27 Pernyataan Tidak Mengikuti <i>Trend Skincare</i>	64
Gambar 4. 28 Pernyataan Mengumpulkan Sampah <i>Skicare</i>	65
Gambar 4. 29 Pernyataan Meminimalisir Produk <i>Skincare</i>	66
Gambar 4. 30 <i>P-Plot Of Regression Standarized Residual</i>	67
Gambar 4. 31 Histogram Variabel Pesan Kampanye (X)	68
Gambar 4. 32 Pengetahuan Tanggung Jawab Produk <i>Skincare</i>	73
Gambar 4. 33 Pengetahuan Meminimalisir Produk <i>Skincare</i>	73

LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Penyebaran Kuesioner dan izin kepada akun @lyfewithless.....	81
Lampiran 1. 2 Kuesioner.....	82
Lampiran 1. 3 Tabulasi Angket Kuesioner.....	84
Lampiran 1. 4 <i>t</i> -tabel.....	92
Lampiran 1. 5 Output SPSS Uji Validitas Variabel Pesan Kampanye (X).....	93
Lampiran 1. 6 Output SPSS Uji Validitas Variabel Sikap (Y).....	94
Lampiran 1. 7 Output SPSS Uji Reliabilitas	94
Lampiran 1. 8 Output SPSS Uji Koefisien Determinasi	95
Lampiran 1. 9 Output SPSS Uji Regresi Linear Sederhana Dan Uji T	95

SKRIPSI LILI NURKHOLIFAH 2024 JANUARI FINAL 1.pdf

ORIGINALITY REPORT

30%
SIMILARITY INDEX

29%
INTERNET SOURCES

15%
PUBLICATIONS

16%
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	journal.moestopo.ac.id Internet Source	1%
2	laakfkb.telkomuniversity.ac.id Internet Source	1%
3	repository.radenintan.ac.id Internet Source	1%
4	jos.unsoed.ac.id Internet Source	1%
5	docplayer.info Internet Source	1%
6	repository.iainpalopo.ac.id Internet Source	1%
7	kc.umn.ac.id Internet Source	1%
8	Submitted to Konsorsium Perguruan Tinggi Swasta Indonesia Student Paper	1%
9	www.jcomm.unram.ac.id Internet Source	1%