

ABSTRAK

RANI OKTAVIANI, 17824206

Pengaruh Kampanye #Bijakberplastik Terhadap Perubahan Sikap Mengurangi Penggunaan Plastik (Studi Pada Produk AQUA Life Di Instagram)

Kata Kunci: Kampanye, Perubahan Sikap, Komunikasi Lingkungan

(xiv+74+Lampiran)

Penggunaan plastik memiliki hubungan langsung dengan kehidupan manusia. Namun penggunaan plastik menimbulkan dampak negatif jika penggunaannya yang tidak ramah lingkungan. Lewat kampanye #BijakBerplastik, Danone AQUA menekankan pentingnya untuk berperilaku bijak dalam menggunakan plastik dalam kehidupan sehari-hari. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar pengaruh Kampanye #BijakBerplastik Terhadap Perubahan Sikap Mengurangi Penggunaan Plastik. Metode pada penelitian ini ialah kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan paradigma positivisme. Teori yang digunakan yaitu *Uses and Effect*. Hasil penelitian ini membuktikan adanya pengaruh signifikan variabel Kampanye #BijakBerplastik terhadap Perubahan Sikap. Hasil uji korelasi diketahui memiliki hubungan yang kuat, artinya bahwa pengaruh yang terkandung dalam Kampanye #BijakBerplastik dapat diterima oleh *followers* instagram @sehataqua. Hasil uji hipotesis dengan t hitung (8,134) dapat disimpulkan H_0 di tolak dan H_1 diterima. Kesimpulan dari penelitian ini yaitu Kampanye #BijakBerplastik berpengaruh terhadap Perubahan Sikap Mengurangi Penggunaan Plastik Pada Followers Instagram @sehataqua.

Daftar Pustaka : 2010 - 2024