

**PENGARUH KAMPANYE #DIET KANTONG PLASTIK TERHADAP SIKAP
KHALAYAK MENGURANGI KETERGANTUNGAN TERHADAP KANTONG
PLASTIK (Survey Pada Follow Akun Instagram IDDKP)**

ARIEF KHALIFATUR ROHMAN

SRI EKOWATI P

Dosen Tetap Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Persada Indonesia YAI

Ditaekowati246@gmail.com

Abstrack

This study discusses the effect of the #diet plastic bag campaign on public attitudes to reduce dependence on plastic bags. The purpose of this study is to determine how much influence the # diet plastic bag campaign has on public attitudes to reduce dependence on plastic bags. The theory used in this research is the theory of social integration. The concepts used are communication, social campaigns, attitudes and plastic waste. The research method used is a survey method to find out how much influence it has. The technique of collecting data through a questionnaire with 100 respondents, namely Followes Instagram @IDDKP. The results of this study indicate a correlation of 71.9% and the conclusion of this study is the effect of the plastic bag # diet campaign on public attitudes to reduce dependence on plastic bags. the meaning. The #diet plastic bag campaign has a major effect on the attitudes of the public to reduce dependence on plastic bags

Kata Kunci : Kampanye Sosial, IDDKP, Khalayak, Instagram.

A. Pendahuluan

Pencemaran lingkungan pada saat ini marak sekali terjadi akibat ulah tangan manusia. Akibatnya banyak sekali bencana alam yang timbul karena sifat buruk manusia. Limbah plastik merupakan salah satu penyebab terjadinya pencemaran lingkungan. Sulit terurainya plastik di tanah mengakibatkan bumi ini rusak.

Penulis Melansir dari Katadata.co.id menunjukkan bahwa penelitian yang dilakukan oleh Universitas Toronto yang berkolaborasi dengan Universitas di 170 negara disebutkan pada 2030 mendatang akan ada 90 juta ton sampah plastik yang masuk ke laut jika tidak ada langkah signifikan untuk mengurangnya. Tentu saja itu berdampak buruk bagi seluruh mahluk hidup yang ada di bumi.

Menurut penelitian Jenna R. Jambeck dari Universitas Georgia tahun 2010 yang penulis ambil dari halaman *greenpeace.org* menjelaskan ada sekitar 275 juta ton sampah plastik di seluruh dunia. Sekitar 4,7-12,7 juta ton sampah terbuang ke laut. Setiap satu menit, sampah plastik yang dibuang ke laut setara dengan satu truk penuh.

Pelaku industri berperan penting dalam terjadinya krisis sampah plastik. Mereka telah menciptakan sebuah

kenyamanan bagi masyarakat melalui budaya konsumtif dengan produk yang dikemas secara praktis dengan plastik sekali pakai. Sampah kemasan plastik ini menjadi polutan di sekitar kita. Sebagian besar sampah plastik diproduksi oleh produsen barang kebutuhan sehari-hari (*Fast Moving Consumer Goods* atau FMCG). Plastik menjadi pilihan utama produsen karena dianggap sebagai kemasan murah dan mudah digunakan. Meskipun isu sampah plastik merusak lingkungan kerap muncul, produsen tetap mempertahankan pilihannya pada plastik sekali pakai sebagai kemasan produknya.

Salah satu menganggulangi masalah limbah plastik adalah dengan mengedukasi masyarakat luas. Karena masyarakat kita tidak mengetahui bahaya yang ditimbulkan oleh penggunaan berlebihan kantong plastik. Sikap ini perlu dihentikan agar mengurangi pencemaran lingkungan yang terjadi karena masyarakat sudah terbiasa menggunakan bahan kantong plastik secara berlebihan terutama dalam berbelanja.

Untuk itu dalam menangani masalah ini diharuskan menimbulkan kesadaran atas bahaya limbah plastik maka dibuatlah suatu ajakan yang bertujuan untuk menyampaikan suatu gagasan dan mendapatkan dukungan atau biasa yang dikenal dengan

kampanye. Suatu kampanye yang megajak untuk menyadarkan bahaya limbah plastik dikenal dengan diet kantong plastik. Kegiatan ini dilakukan oleh suatu organisasi yang dinamakan Greeneration Indonesia.

Di zaman digital sekarang gerakan kampanye tidak hanya bisa dilakukan dengan mendatangi salah satu tempat yang akan dituju untuk menyampaikan pesan yang bersifat edukatif pada masyarakat, tetapi bisa juga dilakukan di media sosial seperti *Instagram*.

Penulis memilih *Instagram* karena kegiatan yang mereka lakukan pada media social ini bisa dibidang cukup sering dan mendapat tanggapan dari pengikutnya. Dengan materi yang menarik dan mudah dipahami bahasanya membuat animo masyarakat naik untuk meninggalkan kantong plastik dan menggantinya dengan bahan yang lebih ramah lingkungan.

Peneliti memilih Akun *Instagram* iddkp sebagai tempat penelitian karena , akun ini merupakan salah satu akun yang aktif berkampanye melalui media sosial *Instagram* dan memiliki 15,5 ribu pengikut pada akunnya. Kampanye Diet Kantong Plastik sendiri telah dilakukan dari tahun 2010 sampai saat ini secara aktif.

Berdasarkan latar belakang yang dijabarkan peneliti tertarik untuk melakukan penelitian untuk mencari tahu, Pengaruh Kampanye #Diet

Kantong Plastik Terhadap Sikap Khalayak Mengurangi Ketergantungan Terhadap Kantong Plastik (Survey Pada Pengikut Akun *Instagram* iddkp).

A. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti dapat merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Adakah Pengaruh Kampanye #Diet Kantong Plastik Terhadap Sikap Khalayak Mengurangi Ketergantungan Terhadap Kantong Plastik?

B. Tujuan Penelitian

Adapun maksud serta tujuan dilakukan penelitian ini untuk mengetahui beberapa hal sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Kampanye #Diet Kantong Plastik Terhadap Sikap Khalayak Mengurangi Ketergantungan Terhadap Kantong Plastik .

C. Manfaat Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang diteliti, terdapat 2 manfaat yaitu sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis
Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai masukan yang berguna bagi perkembangan ilmu komunikasi, terutama yang bersangkutan dengan kampanye.
2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberi pengetahuan yang bermanfaat untuk praktisi *Public Relations*, yang ingin menyebar

luaskan sebuah ide dalam bentuk sebuah kampanye.

Landasan Teori

A. Kerangka Teori

Teori Integrasi Informasi (*Information Integration Theory*) merupakan teori tentang pengorganisasian pesan atau informasi yang dikemukakan oleh Martin Feishbein. Teori ini berasumsi bahwa :

"The Information approach centers on the ways people acumulate an organize informations about some, object, situation, or idea, to fom atiude toward concept" (organisasi mengakumulasikan dan mengorganisasikan informasi yang diperolehnya tentang sekelompok orang, objek, situasi atau ide-ide untuk membentuk sikap yang sesuai dengan konsep yang terbentuk dari hasil penerimaan informasi tersebut).

Menurut Morissan (2014: 89) teori integrasi informasi memusatkan perhatian pada cara komunikator mengumpulkan dan mengatur informasi mengenai orang lain, benda-benda, situasi serta ide-ide untuk membentuk sikap (*attidues*). Sikap adalah kecenderungan untuk bertindak secara positif maupun negatif terhadap suatu objek. Pendekaan teori intgrasi informasi merupakan salah satu model pendekatan yang paling populer yang

menjelaskan bagaimana pembentukan dan perubahan sikap dapat terjadi.

Metodelogi Penelitian

A. Pendekatan penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Kriyantono (2012:55) Menyebutkan bahwa penelitian kuantitatif adalah riset yang menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kuantitatif karena pendekatan ini umumnya digunakan untuk membuktikan atau menolak suatu teori yang kemudian diteliti untuk mendapatkan hasil data yang relevan lalu dibahas dan ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui pengaruh yang ada diantara dua variable di antara variable x dan variable y, dimana untuk melihat adakah efek kampanye diet kantong plastik terhadap sikap khalayak.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian penelitian ini menggunakan penelitian jenis eksplanatif. Dikatakan eskplantif karena pada penelitian ini peneliti berusaha menguji hipotesis yang menyatakan hubungan sebab akibat antara dua variable. Dalam jenis penelitian ini, jelas ada hipotesis yang akan diuji kebenarannya. Hipotesis itu sendiri menggambarkan hubungan

antara dua atau lebih variable untuk mengetahui apakah sesuatu variable bersosiasi atautidak dengan variable lainnya; atau apakah suatu variable disebabkan / dipengaruhi atautidak oleh variable lainnya Mulyadi (2014: 99).

Peneliti menggunakan jenis penelitian ini eksplanatif dari penelitian ini karena peneliti ingin mencari tahu hubungan atau sebab akibat dari kampanye diet kantong plastik melalui postingan foto dan video di instagramnya terhadap sikap khalayak

C. Metode Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan metode survei. Menurut Kriyantono (2012:59-60) Survei adalah metode riset dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan datanya. Tujuannya untuk memperoleh informasi tentang sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu.

Terkait dengan penelitian ini, metode survey dipilih dengan sebab metode ini sesuai dengan tujuan yang hendak dicapai, yaitu untuk memperoleh informasi tentang sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu dengan menggunakan kusioner tentang Pengaruh Kampanye #Diet Kantong Plastik Terhadap Sikap Khalayak Mengurangi Ketergantungan

Terhadap Kantong Plastik. Survei dipakai pada sampel yang mewakili populasi. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan survey yang dilakukan dengan menyebarkan kuesioner berupa *Google Forms* kepada sejumlah responden yang memenuhi persyaratan sebagai sampel penelitian.

D. Definisi Konsep

1. Kampanye Sosial

Menurut Ann Gregory (dalam Pudjiastuti, 2016 : 6) kampanye didefinisikan sebagai suatu tindakan yang bertujuan untuk mendapatkan pencapaian dukungan yang menggunakan berbagai media komunikasi untuk mendapatkan dukungan publik. Dalam arti lebih umum atau lebih luas,

2. Sikap

Menurut Rakhmat (2011 : 39) sikap adalah sebagai kesiapan saraf neural setting sebelum memberikan respon. Definisi lain sikap adalah kecenderungan bertindak, berpresepsi, berpikir, dan merasa dalam menghadapi objek. Ide, situasi, atau nilai. Kedua sikap mempunyai daya pendorong atau motivasi dan terakhir sikap timbul dari pengalaman.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Data Premier

Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti

langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan (Siregar, 2014:16). Dalam penelitian ini menggunakan kuesioner untuk data primernya. Dalam penelitian ini, kuesioner akan dibagikan melalui *Google Forms* kepada *Followers* akun IDDKP di *Instagram*. Kuesioner yang dibagikan bersifat tertutup sehingga responden tinggal memilih jawaban yang menurutnya sesuai dengan realitas yang dialaminya.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengelolannya Siregar (2012: 16). Pada penelitian ini, pengumpulan data sekunder diperoleh melalui studi pustaka dengan cara mencari referensi buku dan membaca artikel di internet yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti.

F. Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh periset untuk dipelajari, kemudian ditarik kesimpulan. Populasi juga bukan

hanya sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang di pelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki obyek/subyek itu (Sugiyono, 2016: 80).

Populasi dalam penelitian ini *Followers* akun IDDKP di *Instagram* yang sampai Januari 2021 berjumlah 16300. Namun tidak semua populasi tidak semua bias menjadi sample, melainkan masyarakat yang berusia ≥ 15 tahun yang sudah memahami pesan kampanye.

2. Sampel

Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili). (Sugiyono, 2016:81)

Berdasarkan populasi yang ada maka kriteria pemilihan sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa universitas negeri jakarta fakultas teknik tata rias. Dari data tersebut, penulis memperoleh jumlah yaitu sebanyak 309 mahasiswa.

3. Teknik Penarikan Sampel

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik penarikan sampel berdasarkan *Non Probability Sampling* dengan menggunakan teknik *Purposive Sampling*. Teknik *Purposive*

Sampling teknik menentukan sample melalui pertimbangan tertentu, atau menentukan sampling atas dasar pertimbangan ahli dibidang yang diteliti (Sugiono,2016:85).

Kriteria penelitian yang dibuat peneliti adalah masyarakat Pria atau Wanita yang berusia ≥ 15 tahun yang sudah memahami pesan kampanye #diet kantong plastik yang berjumlah 100 sample.

G. Teknik Analisis Data

Dalam teknik analisis data, harus disampaikan metode analisisnya apa (deskriptif atau eksplanatif misalnya), alat untuk menganalisis dan prosedur menganalisisnya. Teknik analisis data kuantitatif menggunakan statistic, baik deskriptif maupun inferensial. Untuk eksplanatif, pada tahap ini mengubah hipotesis penelitian menjadi hipotesis statistik. (Kriyantono, 2012: 86)

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis statistik inferensial. Alasan peneliti menggunakan analisis statistik inferensial karena dengan adanya penggunaan teknik tersebut dengan mudah mendapatkan hasil pengukuran yang akurat dan dapat menjelaskan hubungan antara dua variabel atau lebih. Adapun teknik analisis data yang digunakan antara lain: Regresi Linear Sederhana,

Regresi Linear Berganda, Korelasi Produk Moment Pearson, Korelasi Berganda, Uji t, Uji f.

H. Hipotesis

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan uji hipotesis asosiatif. Hipotesis asosiatif adalah hipotesis yang dirumuskan untuk memberikan jawaban pada permasalahan yang bersifat hubungan/pengaruh (Siregar, 2014:39).

Hipotesis dalam penelitian ini adalah:
Ho : Tidak ada pengaruh Kampanye #Diet Kantong Plastik Terhadap Sikap Khalayak Mengurangi Ketergantungan Terhadap Kantong Plastik. ($H_0: r = 0$).

Ha : Ada pengaruh Kampanye #Diet Kantong Plastik Terhadap Sikap Khalayak Mengurangi Ketergantungan Terhadap Kantong Plastik. ($H_a: r > 0$).

Hasil Penelitian

A. Objek Penelitian

1. Gambaran Umum Tentang IDDKP

Gerakan Indonesia Diet Kantong Plastik adalah perkumpulan nasional yang memiliki misi untuk mengajak masyarakat agar lebih bijak dalam menggunakan kantong plastik. Diet memiliki makna "BIJAK dalam mengonsumsi". Kampanye ini bertujuan untuk mengurangi penggunaan kantong plastik yang berlebihan. Kampanye ini bukanlah kampanye yang melarang penggunaan kantong plastik secara total, karena pasti akan memiliki dampak sosial dan ekonomi yang secara sistematis perlu kita pertimbangkan dengan baik.

B. Analisis Penelitian

1. Uji Kolerasi Product Moment

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.848 ^a	0.719	0.716	4.85265

Berdasarkan tabel diatas, perhitungan dengan menggunakan program SPSS 25 dapat dijelaskan hasil analisisnya yaitu dengan jumlah sampel 100 responden, ada korelasi antara , pengaruh kampanye #diet kantong plastik terhadap sikap khalayak mengurangi ketergantungan terhadap kantong plastik dimana hasil koefisien korelasi didapat sebesar 0,848 Sesuai dengan pedoman pengambilan keputusan koefisien korelasi menurut sugiyono (2011: 184), jika nilai koefisien korelasi di antara 0,80 – 1,00 maka hubungan antara dua variabel adalah sangat kuat. Sehingga dapat disimpulkan terdapat hubungan antara pengaruh beauty influencer terhadap pemenuhan kebutuhan informasi kecantikan. Untuk r hitung sama dengan 0,848 berada pada interval 0,80 – 1,00 maka tingkat hubungan antara yaitu pengaruh kampanye #diet kantong plastik terhadap sikap khalayak mengurangi ketergantungan terhadap kantong plastik hubungan yang sangat kuat.

2. Koefisien Determinasi

		Kampanye	Sikap
Kampanye	Pearson Correlation	1	.848*
	Sig. (2-tailed)		0.000
	N	100	100
Sikap	Pearson Correlation	.848**	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	
	N	100	100

Berdasarkan table di atas, dapat dijelaskan bahwa besar nilai korelasi atau hubungan (R) sebesar 0,848 dan dijelaskan persentase pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yang ada pada tabel koefisien determinasi diatas yaitu R Square sebesar 0,719 atau 71,9%, angka tersebut menunjukkan adanya pengaruh kampanye #diet kantong plastik terhadap sikap khalayak mengurangi ketergantungan terhadap kantong plastik sebesar 71.9%, sementara sisanya 28.1% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

3. Regresi Linier Sederhana

$$Y = a + bX$$

$$Y = -2,675 + 1.228$$

Angka-angka tersebut dapat diartikan sebagai berikut:

- a. Nilai a atau konstanta sebesar $-2,675$, artinya apabila pengaruh kampanye #diet kantong plastik (X) tidak ada kenaikan atau penurunan nilai, maka sikap khalayak (Y) akan tetap sebesar $-2,675$
- b. Untuk nilai b atau koefisien regresi = 1.228 , artinya bahwa setiap penambahan 1% variabel kampanye #diet kantong plastik (X) maka sikap khalayak (Y) akan mengalami peningkatan sebesar $1,228$. Koefisien ini bernilai positif yang berarti jika semakin tinggi pengaruh kampanye #diet kantong plastik terhadap sikap khalayak mengurangi ketergantungan terhadap kantong plastik sebesar.

4. Uji Hipotesis

Untuk menemukan tingkat signifikan, peneliti melakukan pengujian dengan menggunakan uji t . Hipotesis dalam penelitian. Pengujian menggunakan dua sisi dengan tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$.

Uji dua sisi dilakukan karena mengetahui ada atau tidaknya pengaruh yang signifikan. Tingkat signifikan dalam hal ini berarti kita mengambil resiko salah dalam pengambilan keputusan untuk menolak hipotesa yang benar sebanyak-banyaknya 5% (untuk ukuran standar yang sering digunakan).

Untuk mencari t tabel adalah $\alpha = 5\%$ atau sama dengan $0,05$ karena melakukan uji dua sisi didapatkan $0,025$ kemudian df (jumlah data) $n-2$ maka dihasilkan $100-2 = 98$. Dengan hasil yang didapat maka diperoleh t tabel sebesar $= 1.98447$, maka t hitung $> t$ tabel $= 15.830 > 1.98447$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya. kampanye #diet kantong plastik berpengaruh besar terhadap sikap khalayak mengurangi ketergantungan terhadap kantong plastik.

Pembahasan

Penelitian ini membahas mengenai pengaruh kampanye #diet kantong plastik terhadap sikap khalayak mengurangi ketergantungan terhadap kantong plastik. Saat ini banyaknya pengguna media sosial Instagram mendukung manusia untuk menciptakan inovasi dalam memenuhi menyebarkan informasinya. media sosial kini semakin mudah banyak orang dalam menyampaikan pesan, tidak hanya sekedar tulisan saja namun pesan yang disampaikan dapat berupa sebuah foto dan video yang dapat diakses dalam waktu singkat dan cepat. Menyadari hal tersebut, gerkan non profit khususnya @IDDKP memanfaatkan hal ini dengan berupaya membuat sebuah konten instagram berupa foto dan video

mengenai rusaknya lingkungan karena limbah plastik.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Integrasi Informasi yang Menurut Morissan (2014: 89) teori integrasi informasi memusatkan perhatian pada cara komunikator mengumpulkan dan mengatur informasi mengenai orang lain, benda-benda, situasi serta ide-ide untuk membentuk sikap (*attitudes*). Teori ini berasumsi jika seseorang menganggap suatu informasi sebagai sebuah kebenaran, maka orang tersebut akan memberikan penilaian yang tinggi terhadap informasi tersebut. Sebaliknya jika seseorang menganggap suatu informasi merupakan sebuah kesalahan, maka orang tersebut akan memberi penilaian yang rendah. Jadi, dapat disimpulkan teori Integrasi Informasi menjelaskan bagaimana seseorang mengorganisasi sebuah pesan dan informasi serta menerangkan bahwa untuk membentuk sikap seseorang harus dipadukan dengan informasi yang benar dan memiliki tujuan untuk mendukung keyakinan seseorang.

Dalam penelitian ini, Populasinya adalah follower akun Instagram @IDDKP di tahun 2021 ini adalah 16.300 orang. Namun, sampel yang diambil hanya berjumlah 100 dengan menggunakan rumus slovin.

Berdasarkan data koefisien determinasi yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa kampanye #diet kantong plastik berpengaruh terhadap sikap khalayak dalam mengurangi ketergantungan pada kantong plastik, khususnya pada Followers akun @IDDKP, karena didapatkan hasil sebesar 71.9% pengaruh yang dihasilkan dari kampanye #diet kantong plastik sementara sisanya 28.1% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Berdasarkan semua hasil analisis yang telah dilakukan, dapat dikatakan bahwa Integrasi Informasi sangat relevan digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruhnya terhadap sikap khalayak mengurangi ketergantungan pada kantong plastik. Objek yang diteliti adalah followers akun @IDDKP.

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang diperoleh dari 100 responden mengenai Pengaruh Kampanye #Diet Kantong Plastik Terhadap Sikap Khalayak Mengurangi Ketergantungan Terhadap Kantong Plastik (Survey Pada Pengikut Akun *Instagram* iddkp), maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Adanya pengaruh dari Kampanye #Diet Kantong Plastik Terhadap Sikap Khalayak Mengurangi Ketergantungan Terhadap

Kantong Plastik. Dalam penelitian teori Integrasi Informasi memiliki hubungan dengan penelitian ini dimana dalam penelitian ini akun @IDDKP selaku komunikator mengumpulkan dan mengatur informasi mengenai orang lain, benda-benda, situasi serta ide-ide untuk membentuk sikap (*attitudes*) khalayaknya.

2. Pengaruh dari Kampanye #Diet Kantong Plastik Terhadap Sikap Khalayak Mengurangi Ketergantungan Terhadap Kantong Plastik memiliki hubungan yang kuat. Berdasarkan hasil hipotesis diperoleh nilai t hitung $>$ t table dengan demikian Pengaruh dari Kampanye #Diet Kantong Plastik Terhadap Sikap Khalayak Mengurangi Ketergantungan Terhadap Kantong Plastik memiliki pengaruh yang besar terhadap khalayak.

B. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan yang telah dipaparkan, maka dari itu peneliti akan memberikan saran sebagai berikut:

1. Pada penelitian Pengaruh Kampanye #Diet Kantong Plastik Terhadap Sikap Khalayak Mengurangi Ketergantungan Terhadap Kantong Plastik mempunyai hubungan yang kuat. Oleh karena itu sebaiknya @IDDKP

dapat terus meningkatkan kualitas konten serta sering mengupload lebih sering lagi dan juga berinteraksi dengan followersnya .

Diharapkan kedepannya @IDDKP dapat memberikan penjelasan yang lebih detail mengenai kegiatan kampanyenya agar @IDDKP dapat memberikan kontribusi yang lebih besar lagi kedepannya dalam mengurangi limbah plastik.

Daftar Isi

- Abidin, Zainal. 2015. Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi. CV Pustaka Setia: Jakarta.
- Afandi, Ranny dan Book, Tim Stiletto. 2019. Trik Menjadi Instagram Influencer. Yogyakarta: Stiletto Book
- Alo, Liliweri. 2011. Komunikasi : Serba Ada Serba Makna. Jakarta : Kencana
- Alo, Liliweri. 2017. Komunikasi Antar Personal. Jakarta: Kencana
- Anwar Arifin, “ Perspektif Ilmu Politik “, PT. Raja Grafindo Perada, Jakarta: 2015.
- Cangara, Hafied. 2014. Pengantar Ilmu Komunikasi Cetakan ke - 14. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Cangara, Hafied. 2014. Pengantar Ilmu Komunikasi Cetakan ke - 14. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Effendy, Onong Uchjana. 2016. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Grasindo. Rosdakarya
- Helianthusonfri, Jefferly, 2016. Instagram Marketing Untuk Pemula . Jakarta: PT. Elex Media Komputindo

- Kuncoro Sejati. 2009. *Pengolahan Sampah Terpadu*. Yogyakarta: Kanisius
- Morissan., 2014. *Teori Komunikasi*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Mulyana, Deddy. 2016. *Ilmu Komunikasi. Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Natalina, Desiani dan Gilar Gandana, 2019. *Komunikasi dalam PAUD*, Tasikmalaya: Ksatria Siliwangi
- Nazir, Moh. 2014. *Metodu Penelitian*, Bogor: Ghalia Indonesia.
- Prasetyo, Bambang dan Miftahul Jannah. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Raja Grasindo Persada
- Priyanto, 2012. *Belajar Cepat Olah Data Statistik Dengan SPSS*. Yogyakarta: Cv Andi Offest.
- Pudjiastuti, Wahyuni. 2016. *Social Marketing: Strategi Jitu Mengatasi Masalah Sosial di Indonesia*. Jakarta, Yayasan Pustaka Obor Indonesia
- Rakhmat, Jalaluddin. 2011. *Psikologi Komunikasi*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Ruslan, Rosady, 2015. *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*, Jakarta : Rajagrafindo Persada
- Siregar, Syofian. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Siregar, Syofian. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Siregar, Syofian. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Sucipto, C. D. S. 2012. *Teknologi Pengolahan Daur Ulang Sampah*, Yogyakarta: Gosyen publishing
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Suryanto. 2015. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung : CV Pustaka Setia

Situs Daring

- <https://www.suara.com/lifestyle/2020/08/19/142345/swi-pengumpulan-sampah-plastik-di-dki-jakarta-baru-4525-ton-per-bulan>
- <https://www.useetv.com/news/detail/total-pengguna-instagram-di-indonesia-hingga-mei-2020>
- <https://katadata.co.id/doddyrosadi/berita/5f916efd0458b/studi-pada-2030-ada-90-juta-ton-sampah-plastik-masuk-ke-laut>
- <https://www.greenpeace.org/indonesia/laporan/4230/krisis-belum-terurai/>