PENGARUH TERPAAN KONTEN KAMPANYE #GAPERLUBELIBARU PROGRAM ZERO WASTE INDONESIA DI INSTAGRAM TERHADAP SIKAP PUBLIK PADA LIMBAH FASHION (SURVEI TERHADAP FOLLOWERS @ZEROWASTE.ID_OFFICIAL)

TUGAS AKHIR SKRIPSI

REGHITA AINA PRASTIWI
44220010127

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2026

PENGARUH TERPAAN KONTEN KAMPANYE #GAPERLUBELIBARU PROGRAM ZERO WASTE INDONESIA DI INSTAGRAM TERHADAP SIKAP PUBLIK PADA LIMBAH FASHION (SURVEI TERHADAP FOLLOWERS @ZEROWASTE.ID_OFFICIAL)

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

REGHITA AINA PRASTIWI
44220010127

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2026

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	:	Reghita Aina Prastiwi
NIM	:	44220010127
Fakultas/Program Studi	:	Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:
"Pengaruh Terpaan Konten Kampanye #GaPerluBeliBaru Program Zero Waste Indonesia di Instagram terhadap Sikap Publik pada Limbah Fashion (Survei terhadap Followers @Zerowaste.id_official)" adalah hasil karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiarisme, pelanggaran hak cipta, atau konten ilegal dalam bentuk apapun dan tidak melanggar hukum atau hak pihak manapun.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap pernyataan ini, saya bersedia menanggung seluruh konsekuensi hukum dan membebaskan Universitas Mercu Buana dari segala bentuk tuntutan hukum dan saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 8 September 2026



Reghita Aina Prastiwi

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
AKREDITASI UNGGUL

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama	: Reghita Aina Prastiwi
NIM	: 44220010127
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Bidang Studi	: Public Relations

Dengan judul "Pengaruh Terpaan Konten Kampanye #GaPerluBeliBaru Program Zero Waste Indonesia di Instagram terhadap Sikap Publik pada Limbah *Fashion* (Survei terhadap *Followers* @zerowaste.id_official)" ,telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 14 September 2026, didapatkan nilai persentase sebesar 26%.

Jakarta, 14 September 2026
Administrator Turnitin

Rizki Agustin. M.I.Kom

KAMPUS MENARA BHAKTI
Jl. Raya Meruya Selatan No. 01, Kembangan, Jakarta Barat 11650
Telp. 021-5840815 / 021-5840816 (Hunting), Fax. 021-584 0813
http://www.mercubuana.ac.id, e-mail: umb@mercubuana.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama	:	Reghita Aina Prastiwi
NIM	:	44220010127
Fakultas/Program Studi	:	Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir	:	Pengaruh Terpaan Konten Kampanye #GaPerluBeliBaru Program Zero Waste Indonesia di Instagram terhadap Sikap Publik pada Limbah Fashion (Survei terhadap Followers @Zerowaste.id_official)

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 7 September 2026 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing

Dr. Santa Margaretha Niken Restaty, M.Si.
NIDN: 0319027201

Jakarta, 9 September 2026
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi	Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si	Dr. Farid Hamid Umarella, S.Sos., M.Si
NIDN: 0318116602	NIDN: 0301117301

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng. selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Dr. Santa Margaretha Niken Restaty, M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah banyak memberikan ilmu selama masa perkuliahan.
6. Seluruh staf dan pegawai Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
7. Bapak Agus Prasetya dan Ibu Wiwi Kurniati sebagai orang tua yang telah memberikan dukungan tanpa henti dalam menyelesaikan pendidikan dan tugas akhir ini.
8. Nanang Nizami Wahyu, yang telah memberikan semangat dalam menyusun tugas akhir ini.
9. Keluarga besar dan teman-teman yang telah memberikan arahan serta masukan dalam penyelesaian tugas akhir.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 6 September 2026
Penulis

UNIVERSITAS MERCU BUANA

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	:	Reghita Aina Prastiwi
NIM	:	44220010127
Fakultas/Program Studi	:	Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir	:	Pengaruh Terpaan Konten Kampanye #GaPerluBeliBaru Program Zero Waste Indonesia di Instagram terhadap Sikap Publik pada Limbah Fashion (Survei terhadap Followers @Zerowaste.id_official)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 8 September 2026

Yang menyatakan,



Reghita Aina Prastiwi

PENGARUH TERPAAN KONTEN KAMPANYE #GAPERLUBELIBARU PROGRAM ZERO WASTE INDONESIA DI INSTAGRAM TERHADAP SIKAP PUBLIK PADA LIMBAH *FASHION* (SURVEI TERHADAP *FOLLOWERS* @ZEROWASTE.ID_OFFICIAL)

REGHITA AINA PRASTIWI

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengukur pengaruh terpaan konten kampanye #GaPerluBeliBaru Program Zero Waste Indonesia di Instagram terhadap sikap publik pada limbah *fashion*. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya permasalahan limbah *fashion* yang salah satunya disebabkan oleh pola konsumsi pakaian secara berlebihan, sehingga diperlukan upaya komunikasi lingkungan yang dapat mendorong perubahan sikap masyarakat. Penelitian menggunakan paradigma positivisme dengan pendekatan kuantitatif dan metode survei. Data diperoleh melalui kuesioner kepada 400 *followers* Instagram @zerowaste.id_official dan dianalisis menggunakan regresi linear sederhana. Terpaan konten kampanye diukur melalui dimensi frekuensi, durasi, dan intensitas, sedangkan sikap publik meliputi aspek kognitif, afektif, dan konatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan terpaan konten kampanye #GaPerluBeliBaru terhadap sikap publik pada limbah *fashion* dengan nilai signifikansi < 0,001 dan koefisien regresi sebesar 0,528. Nilai R Square sebesar 0,382 menunjukkan bahwa terpaan konten kampanye memberikan kontribusi sebesar 38,2% terhadap sikap publik, sedangkan 61,8% dipengaruhi faktor lain di luar penelitian. Dengan demikian, semakin tinggi terpaan konten kampanye, semakin positif sikap publik terhadap permasalahan limbah *fashion.*

UNIVERSITAS MERCU BUANA

Kata Kunci : Terpaan Konten Kampanye, #GaPerluBeliBaru, Instagram, Sikap Publik, Limbah *Fashion*

THE INFLUENCE OF EXPOSURE TO THE #GAPERLUBELIBARU CAMPAIGN CONTENT OF ZERO WASTE INDONESIA ON INSTAGRAM ON PUBLIC ATTITUDES TOWARD FASHION WASTE (A SURVEY OF FOLLOWERS OF @ZEROWASTE.ID_OFFICIAL)

REGHITA AINA PRASTIWI

ABSTRACT

The fashion industry, particularly fast fashion, generates waste that has negative impacts on the environment. One effort to increase public awareness of this issue is the #GaPerluBeliBaru campaign conducted by Zero Waste Indonesia through Instagram. This study aims to analyze the influence of exposure to the #GaPerluBeliBaru campaign content on public attitudes toward fashion waste. This research employs a positivist paradigm with a quantitative approach and survey method. Data were collected through questionnaires distributed to 400 followers of the Instagram account @zerowaste.id_official and analyzed using simple linear regression. Exposure to campaign content was measured through the dimensions of frequency, duration, and intensity, while public attitudes were assessed through cognitive, affective, and conative aspects. The results indicate that exposure to the #GaPerluBeliBaru campaign content has a positive and significant influence on public attitudes toward fashion waste, with a significance value of < 0.001 and a regression coefficient of 0.528. The R Square value of 0.382 indicates that exposure to the campaign content contributes 38.2% to public attitudes, while the remaining 61.8% is influenced by other factors outside this study. Therefore, the higher the exposure to the campaign content, the more positive the public's attitude toward fashion waste issues.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

Keywords: *Campaign, Content Exposure, #GaPerluBeliBaru, Instagram, Public Attitudes, Fashion Waste*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI ii
PERNYATAAN SIMILARITY CHECK iii
HALAMAN PENGESAHAN iv
KATA PENGANTAR v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI vi
ABSTRAK vii
ABSTRACT viii
DAFTAR ISI ix
DAFTAR TABEL xi
DAFTAR GAMBAR xiii
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Perumusan Masalah 11
1.3 Tujuan Penelitian 11
1.4 Manfaat Penelitian 12
1.4.1 Manfaat Akademik 12
1.4.2 Manfaat Praktis 12
1.4.3 Manfaat Sosial 12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA 13
2.1 Penelitian Terdahulu 13
2.2 Kajian Teoritis 17
2.2.1 Komunikasi Lingkungan 17
2.2.2 Terpaan Media (Media Exposure) 19
2.2.3 Media Sosial 20
2.2.4 Sikap Publik 22
2.2.5 Non- Government Organization (NGO) 23
2.3 Hipotesis Teori 24
BAB III METODOLOGI PENELITIAN 26
3.1 Paradigma Penelitian 26
3.2 Metode Penelitian 26
3.3 Populasi dan Sampel 27
3.3.1 Populasi 27
3.3.2 Sampel 27
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel 28
3.4 Definisi Operasionalisasi Konsep 29
3.4.1 Definisi Konsep 29
3.4.2 Operasionalisasi Konsep 30

UNIVERSITAS MERCU BUANA

3.5 Teknik Pengumpulan Data 31
3.5.1 Data Primer 31
3.5.2 Data Sekunder 32
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas 32
3.6.1 Uji Validitas 32
3.6.2 Uji Reliabilitas 33
3.7 Teknik Analisis Data 34
3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif 34
3.7.2 Analisis Regresi Linear Sederhana 34
3.7.3 Koefisien Determinasi (R^2) 35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 36
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 36
4.2 Hasil Penelitian 38
4.2.1 Karakteristik Responden 38
4.2.2 Variabel Terpaan Konten Kampanye 40
4.2.3 Variabel Sikap Publik 53
4.3 Pembahasan 63
4.3.1 Uji Korelasi 63
4.3.2 Uji Koefisien Determinasi 64
4.3.3 Analisis Regresi Linear Sederhana 64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 70
5.1 Kesimpulan 70
5.2 Saran 70
DAFTAR PUSTAKA 72
LAMPIRAN 78

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1Penelitian Terdahulu 18
Tabel 3.1Operasionalisasi Konsep 36
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Variabel X 43
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel Y 43
Tabel 4.1 Hasil Pemetaan Responden Berdasarkan Usia 50
Tabel 4.2 Hasil Pemetaan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 51
Tabel 4.3 Frekuensi Responden Berdasarkan Pengguna Aktif Instagram 51
Tabel 4.4 Frekuensi Responden Berdasarkan Follow Instagram @zerowaste.id_official 51
Tabel 4.5 Frekuensi Responden Berdasarkan Pernah Melihat Kampanye #GaPerluBeliBaru 52
Tabel 4.6 Frekuensi Seberapa Sering Membeli Produk Fashion 53
Tabel 4.7 Frekuensi Produk Fashion yang Sering Dibeli 53
Tabel 4.8 Frekuensi Alasan Utama Membeli Produk Fashion 54
Tabel 4.9 Frekuensi Seberapa Sering Menggunakan Produk Yang Dibeli 55
Tabel 4.10 Frekuensi Alasan Utama Tidak Menggunakan Produk Fashion yang Dimiliki 55
Tabel 4.11 Frekuensi Tempat Membeli Produk Fashion 57
Tabel 4.12 Frekuensi Rata-Rata Pengeluaran Membeli Produk Fashion 57
Tabel 4.13 Frekuensi Responden berdasarkan Pernah Mendengar Istilah Limbah Fashion 58
Tabel 4.14 Frekuensi Berdasarkan Pemahaman Responden terhadap Limbah Fashion 58
Tabel 4.15 Frekuensi berdasarkan Responden yang Mengetahui Contoh Limbah Fashion 59
Tabel 4.16 Pernyataan 1 Dimensi Frekuensi 61
Tabel 4.17 Pernyataan 2 Dimensi Frekuensi 61
Tabel 4.18 Pernyataan 3 Dimensi Frekuensi 62
Tabel 4.19 Pernyataan 1 Dimensi Durasi 63
Tabel 4.20 Pernyataan 2 Dimensi Durasi 64
Tabel 4.21 Pernyataan 3 Dimensi Durasi 65
Tabel 4.22 Pernyataan 1 Dimensi Intensitas 66
Tabel 4.23 Pernyataan 2 Dimensi Intensitas 66
Tabel 4.24 Pernyataan 3 Dimensi Intensitas 67
Tabel 4.25 Pernyataan 4 Dimensi Intensitas 68
Tabel 4.26 Frekuensi Keseriusan terhadap Limbah Fashion 69
Tabel 4.27 Frekuensi Kepedulian terhadap Limbah Fashion 70
Tabel 4.28 Frekuensi yang Bertanggung Jawab dalam Mengurangi Limbah Fashion 70
Tabel 4.29 Frekuensi yang Dilakukan Responden terhadap Pakaian yang Tidak Digunakan 71
Tabel 4.30 Pernyataan 1 Dimensi Kognitif 73
Tabel 4.31 Pernyataan 2 Dimensi Kognitif 73
Tabel 4.32 Pernyataan 3 Dimensi Kognitif 74
Tabel 4.33 Tabel Pernyataan 1 Dimensi Afektif 75
Tabel 4.34 Pernyataan 2 Dimensi Afektif 76
Tabel 4.35 Pernyataan 1 Dimensi Konatif 77

UNIVERSITAS MERCU BUANA

Tabel 4.36 Pernyataan 2 Dimensi Konatif 77
Tabel 4.37 Pernyataan 3 Dimensi Konatif 78
Tabel 4.38 Pernyataan 4 Dimensi Konatif 79
Tabel 4.39 Uji Korelasi 80
Tabel 4.40 Hasil Uji Koefisien Determinasi 81
Tabel 4.41 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana 81

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Akun Instagram Zero Waste Indonesia 9
Gambar 1.2 Kampanye Zero Waste Indonesia #DIYSunday 10
Gambar 1.3 Kampanye Zero Waste Indonesia #50ShadesofSuede 11
Gambar 4.1 Kampanye #GaPerluBeliBaru 48
Gambar 4.2 Kampanye #GaPerluBeliBaru 48

UNIVERSITAS
MERCU BUANA