



**PENGARUH KAMPANYE SOSIAL #DIRUMAHAJA PADA MEDIA
SOSIAL TWITTER TERHADAP SIKAP SADAR KESEHATAN BAGI
REMAJA DI DKI JAKARTA**

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)
Komunikasi Bidang Studi Public Relations

Disusun oleh:

Miana Syndi Aliffa

44217010049

BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2022



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Miana Syndi Aliffa

NIM : 44217010049

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul :

Pengaruh Kampanye Sosial #dirumahaja Pada Media Sosial Twitter Terhadap Sikap Sadar Kesehatan Bagi Remaja Di DKI Jakarta

adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Skripsi tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya. Bila terbukti saya melakukan tindakan plagiarism, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan melakukan kembali semua proses penyusunan skripsi dari awal.

Jakarta, 6 Januari 2022

Yang membuat pernyataan,

(Miana Syndi Aliffa)

Mengetahui,

Pembimbing

Ketua Bidang Studi

(Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom)

(Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom)

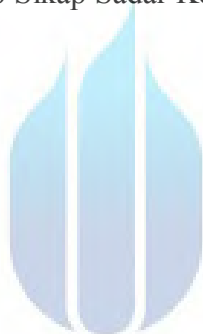


Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Nama : Miana Syndi Aliffa
NIM : 44217010049
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations
Judul : Kampanye Sosial #dirumahaja Pada Media Sosial Twitter
Terhadap Sikap Sadar Kesehatan Bagi Remaja Di DKI
Jakarta



Jakarta, 13 Januari 2022

Mengetahui,
Pembimbing

(Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom)

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR

Nama : Miana Syndi Aliffa
NIM : 44217010049
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations
Judul : Pengaruh Kampanye Sosial #DIRUMAHAJA Pada Media Sosial Twitter Terhadap Sikap Sadar Kesehatan Bagi Remaja Di DKI Jakarta

Jakarta, 13 Januari 2022

Ketua Sidang : Dr Juowono Tri Atmodjo M.Si (.....)

Penguji Ahli : Dr A Rahman HI., M.,Si (.....)

Pembimbing : Suryaning Hayati, SE MM,M.Ikom (.....)

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul : Pengaruh Kamanye Sosial #dirumahaja
Terhadap SikapSadar Kesehatan Bagi Remaja
Di DKI Jakarata.
Nama : Miana Syndi Aliffa
NIM : 44217010049
Fakultas : Ilmu KomunikasiBidang Studi
Public Relations

Jakarta, 13 Januari 2022

Disetujui dan diterima oleh,

Ketua Bidang Studi Public Relations

Pembimbing




(Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom)




(Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur Penulis panjatkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan segala rahmatnya sehingga Penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi yang berjudul “Pengaruh Kampanye Sosial #dirumahaja Pada Media Sosial Twitter Terhadap Sikap Sadar Kesehatan Remaja Di DKI Jakarta” sebagai salah satu persyaratan untuk mendapatkan Gelar Sarjana Strata 1 (S-1) Bidang Studi Public Relations.

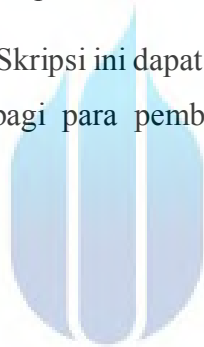
Penulis menyadari bahwa dalam proses penyelesaian Tugas Akhir Skripsi ini terdapat kekurangan dan keterbatasan sehingga dalam menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi ini Penulis memperoleh bantuan dari berbagai pihak baik secara moril maupun materil. Oleh karena itu, dengan selesainya penyusunan Tugas Akhir Skripsi ini, Penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom selaku Ketua Bidang Studi Public Relations dan dosen pembimbing atas bimbingan dan saran-saran yang telah diberikan untuk menyelesaikan proposal skripsi ini.
2. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Dr. Elly Yuliawati, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi dan staff tata usaha Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Ibu dan adik peneliti yakni Ibu Susy Sulistiowati S.Kom dan Archie Satria Pamungkas yang tidak putus – putusya memberikan doa, dukungan, dan kasih sayang nya.
6. Alridho Budi Laksono yang juga selalu memberikan dukungan, motivasi, waktu, dan tenaganya dalam membantu peneliti menyelesaikan penulisan proposal skripsi ini.

7. Sahabat – sahabat seperjuangan dalam menyelesaikan penulisan proposal skripsi ini, yakni Ade Irvan, Bilqisth Fariza, Griyani Lestari, dan Mia Ayu Andini yang selalu mengingatkan untuk mengerjakan penyusunan proposal skripsi ini.
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu oleh peneliti karena telah membantu dalam proses penyelesaian penyusunan proposal skripsi ini.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa Tugas Akhir Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan karena faktor keterbatasan pengalaman serta pengetahuan yang dimiliki oleh peneliti. Oleh sebab itu, peneliti sangat membutuhkan kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak.

Semoga Tugas Akhir Skripsi ini dapat bermanfaat, menjadi bahan referensi, serta menambah wawasan bagi para pembaca khususnya dalam Bidang Ilmu Komunikasi.



Jakarta, 13 Januari 2022

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Miana Syndi Aliffa

NIM 44217010049

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA	i
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR	iii
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah	12
1.3. Tujuan Penelitian	12
1.4. Kegunaan Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1. Penelitian Terdahulu	14
2.2. Kajian Teoritis	24
2.3. Komunikasi	25
2.3.1 Teori Uses and Effects	28
2.4. Public Relations	28
2.4.1. Fungsi Public Relations	29
2.4.2. Peran Public Relations.....	30
2.5. Kampanye	31
2.5.1. Jenis – Jenis Kampanye	32
2.5.2. Unsur – Unsur Kampanye	33
2.5.3. Tujuan Kampanye	35
2.5.3. Kampanye Sosial.....	35
2.6. Sikap	36

2.6.1. Struktur Sikap	36
2.6.2. Bentuk – Bentuk Sikap	38
2.6.3. Faktor Pembentukan Sikap	39
2.7. <i>New Media</i> (Media Baru).....	40
2.7.1. Fungsi Media Baru	41
2.8. Jenis <i>New Media</i> (Media Baru)	41
2.8.1. Media Sosial	42
2.8.2. Twitter	43
2.8.3. Tagar Dalam Twitter	44
2.9. Hipotesis Penelitian	45
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	47
3.1. Paradigma Penelitian	47
3.2. Metode Penelitian	47
3.3. Populasi dan Sampel.....	48
3.3.1. Populasi	48
3.3.2. Sampel	49
3.3.3. Teknik Penarikan Sampel.....	50
3.3.4. Kerangka Sampel	50
3.4. Definisi dan Operasionalisasi Konsep	51
3.4.1. Definisi Konsep.....	51
3.4.2. Operasionalisasi Konsep	51
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	56
3.5.1. Data Primer	56
3.5.2. Data Sekunder	56
3.6. Validitas dan Reliabilitas	57
3.6.1. Validitas.....	57
3.6.2. Reliabilitas	59
3.7. Teknik Anallisis Data dan Hipotesis	60
3.7.1. Teknik Analisis Data	60
3.7.2. Pengujian Regresi Linear Sederhana.....	61
3.7.3. Koefisien Detreminasi	62

3.7.4. Uji Hipotesis	62
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	64
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	64
4.1.1. Gambaran Umum Kampanye Sosial #dirumahaja Pada Media Sosial Twitter.....	64
4.2. Hasil Penelitian.....	64
4.3. Analisis Data	82
4.3.1. Uji Regresi Linear Sederhana	82
4.3.2. Koefisien Determinasi.....	84
4.4. Uji Hipotesis.....	85
4.4.1. Uji T	85
4.5. Pembahasan.....	87
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	95
5.1. Kesimpulan.....	95
5.2. Saran	95
DAFTAR PUSTAKA.....	96
LAMPIRAN	100



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Konsep.....	51
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas.....	58
Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas.....	60
Tabel 4.1 Data Frekuensi Jenis Kelamin Responden.....	65
Tabel 4.2 Data Frekuensi Domisili Responden.....	66
Tabel 4.3 Data Frekuensi Usia Responden.....	66
Tabel 4.4 Data Frekuensi Jawaban Item Pernyataan Ke-1.....	67
Tabel 4.5 Data Frekuensi Jawaban Item Pernyataan Ke-2.....	68
Tabel 4.6 Data Frekuensi Jawaban Item Pernyataan Ke-3.....	69
Tabel 4.7 Data Frekuensi Jawaban Item Pernyataan Ke-4.....	70
Tabel 4.8 Data Frekuensi Jawaban Item Pernyataan Ke-5.....	71
Tabel 4. 9 Data Frekuensi Jawaban Item Pernyataan Ke-6.....	71
Tabel 4.10 Data Frekuensi Jawaban Item Pernyataan Ke-7.....	72
Tabel 4. 11 Data Frekuensi Jawaban Item Pernyataan Ke-8.....	73
Tabel 4.12 Frekuensi Jawaban Item Pernyataan Ke-9.....	73
Tabel 4.13 Data Frekuensi Jawaban Item Pernyataan Ke-10.....	74
Tabel 4. 14 Data Frekuensi Jawaban Item Pernyataan Ke-11.....	75
Tabel 4.15 Data Frekuensi Jawaban Item Pernyataan Ke-12.....	76
Tabel 4.16 Data Frekuensi Jawaban Item Pernyataan Ke-13.....	76
Tabel 4.17 Data Frekuensi Jawaban Item Pernyataan Ke-14.....	77
Tabel 4.18 Data Frekuensi Jawaban Item Pernyataan Ke-15.....	78
Tabel 4.19 Data Frekuensi Jawaban Item Pernyataan Ke-16.....	79
Tabel 4.20 Data Frekuensi Jawaban Item Pernyataan Ke-17.....	79
Tabel 4.21 Data Frekuensi Jawaban Item Pernyataan Ke-18.....	80
Tabel 4.22 Data Frekuensi Jawaban Item Pernyataan Ke-19.....	81
Tabel 4.23 Data Frekuensi Jawaban Item Pernyataan Ke-20.....	82
Tabel 4.24 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	83
Tabel 4.25 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	84
Tabel 4.26 Tabel Persentasi Jawaban Item Pernyataan Pada Angket Kuisoner....	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Laporan Survei Internet APJII Tahun 2019-2020	2
Gambar 1.2 Laporan Survei Internet AP JII Tahun 2019 - 2020	3
Gambar 1.3 #dirumahaja Sebagai Trending Topic Twitter Indonesia.....	5
Gambar 1.4 Partisipan Kampanye Sosial #dirumahaja Pada Media Sosial Twitter	6
Gambar 1.5 Perkembangan Kasus Terkonfirmasi Positif Covid-19	8
Gambar 1.6 Remaja Pelanggar PSBB.....	11
Gambar 1.7 Remaja Pelanggar Masker.....	11

