



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi Public Relations  
Lusiana Ulfah  
44215110029

Pengaruh Efektifitas Program Gerakan *#NoStrawMovement* dan Pesan Kampanye Instagram Terhadap Sikap Peduli Lingkungan Masyarakat  
(Survey *Customer* KFC Mal Sarinah Jakarta Pusat)  
Bibliografi: 5 Bab 113 Hal + Lampiran + 35 Buku + 3 Internet

## ABSTRAK

Kampanye, merupakan serangkaian kegiatan komunikasi yang terorganisir, yang dilakukan dengan tujuan untuk menciptakan dampak tertentu terhadap suatu khalayak. Kampanye, dapat disampaikan secara langsung maupun melalui perantara media sosial. Penggunaan media sosial Instagram salah satunya, Instagram dapat digunakan untuk menyampaikan informasi-informasi yang berkaitan dengan kampanye kepada khalayak secara massal.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menjelaskan efektifitas pengaruh dari Program kampanye peduli lingkungan hidup yang diselenggarakan oleh KFC, yaitu program gerakan *#NoStrawMovement* dan Pesan Kampanye Instagram KFC terhadap sikap peduli lingkungan masyarakat (Survey *customer* KFC Mal Sarinah Jakarta Pusat). Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan tipe penelitian eksplanatif. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian *survey*, dengan menggunakan kuesioner. Adapun sampel untuk penelitian ini merupakan pelanggan KFC Mal Sarinah Jakarta Pusat yang berjumlah 400 orang.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh pada program gerakan *#NoStrawMovement* dan pesan kampanye Instagram KFC terhadap sikap peduli lingkungan masyarakat, dibuktikan dengan uji regresi menunjukkan adanya pengaruh program gerakan *#NoStrawMovement* dan pesan kampanye Instagram KFC terhadap sikap peduli lingkungan masyarakat sebesar 60,6%. Sedangkan sisanya adalah 39,4% dijelaskan oleh sebab-sebab atau hubungan-hubungan yang lain yang dapat mempengaruhi Sikap Peduli Lingkungan Masyarakat.

Kata kunci : Kampanye *Public Relations*, Media Sosial, Sikap.



Mercu Buana University  
*Faculty of Communication Science*  
*Field of Public Relations Studies*  
Lusiana Ulfah  
44215110029

*The Influence of Effectiveness #NoStrawMovement Program and Instagram Campaign Message Towards Enviromental Caring Attitude..*

*(Survey of KFC Mall Sarinah Customer, Jakarta)*

*Bibliography: 5 Chapter 113 Pages + Attachment + 35 Books + 3 Internet*

### **ABSTRACT**

*Campaign, is a series of organized communication activities, both directly and indirectly, with the aim of creating a certain impact on an audience. In running a campaign, the use of social media could becomes one of the tools or media, which is used as a choice in the dissemination of campaign information.*

*This research was conducted to determine and explain the influence of the KFC environmental campaign, The Influence of Effectiveness #NoStrawMovement Program and Instagram Campaign Message towards Enviromental Caring Attitude. (Survey of KFC Mall Sarinah Customer, Jakarta). This type of research is quantitative research with explanative research type. The research method used was survey research, using a questionnaire. The sample for this research are 400 customers of KFC Mall Sarinah, Central Jakarta.*

*The results of this study indicate that there are an influence on the #NoStrawMovement program and the KFC Instagram campaign message towards environmental care attitude of KFC mall sarinah Jakarta customer, it is proven by regression test (using SPSS Ver.20), there are an impact on the #NoStrawMovement program and the KFC Instagram campaign message towards environmental care behaviour KFC mall sarinah Jakarta customer by 60,6%. While the rest is 39.4%, explained by the causes or other correlations that can affect the environmental care attitude of KFC mall sarinah Jakarta customer.*

*Keyword: Public Relations Campaign, Social Media, Attitude.*