

ABSTRAK

Name : Intan Komala
NIM : 44220010090
Program Studi : Public Relation
Judul Skripsi : Pengaruh Pesan Kampanye #Onedayonetrashbag di Sosial Media Tiktok Pada Akun @Pandawaragroup Terhadap Sikap Khalayak Dalam Menumbuhkan Kepedulian Terhadap Lingkungan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pesan kampanye melalui media sosial tiktok pada akun @pandawaragroup terhadap sikap khalayak dalam menumbuhkan kepedulian terhadap lingkungan. Pesan kampanye merupakan isi pesan yang disampaikan oleh kampanye perusahaan atau organisasi sebagai komunikator dalam sebuah kampanye. Sikap merupakan istilah yang menggambarkan suatu keinginan, rasa senang, tidak senang atau perasaan perasaan biasa biasa saja dari seseorang terhadap sesuatu, bisa suatu produk, jasa, suatu kejadian, situasi, orang maupun kelompok

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif paradigma positivisme. Populasi pada penelitian ini merupakan *followers* pada akun tiktok @pandawaragroup yang berjumlah 6.800.000 orang. Pengambilan sampel menggunakan teknik probability sampling dengan jumlah sampel 100 mahasiswa. Digunakan kuesioner untuk Teknik pengumpulan datanya. Teknik analisis data yang digunakan adalah Teknik analisis regresi linier sederhana dengan bantuan Aplikasi SPSS versi 26.

Hasil analisis data diperoleh kesimpulan yaitu, menunjukkan bahwa adanya pengaruh antara Pesan Kampanye #onedayonetrashbag di Sosial Media Tiktok pada Akun @Pandawaragroup Terhadap Sikap Khalayak Dalam Menumbuhkan Kepedulian Terhadap Lingkungan sebesar 47.1% dan 52.9% dipengaruhi dari luar yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Pesan Kampanye, Pandawara Group, Sikap, Tiktok, Media Sosial

ABSTRACT

Name : Intan Komala
NIM : 44220010090
Study Program : Public Relation
Title of Thesis Report : The Influence of the #Onedayonetrashbag Campaign Message on Tiktok Social Media @Pandawaragroup Account on the Public Attitude in Fostering Environmental Concern.

This research aims to determine the extent of the influence of campaign messages through the TikTok social media platform on the @pandawaragroup account regarding the public's attitudes towards fostering environmental awareness. Campaign messages are the content conveyed by a company or organization as the communicator in a campaign. Attitude is a term that describes someone's desire, pleasure, displeasure, or neutral feelings towards something, whether it be a product, service, event, situation, person, or group.

This research employs a quantitative method within the positivism paradigm. The population in this study consists of followers of the TikTok account @pandawaragroup, totaling 6,800,000 individuals. Sampling is conducted using probability sampling techniques with a sample size of 100 students. A questionnaire is used for data collection. The data analysis technique employed is simple linear regression analysis with the assistance of SPSS version 26.

The results of the data analysis lead to the conclusion that there is an influence of the #onedayonetrashbag Campaign Message on TikTok on the @Pandawaragroup Account Regarding Public Attitudes in Fostering Environmental Awareness, amounting to 47.1%, with 52.9% influenced by external factors not examined in this study..

Keywords: Campaign Message, Pandawara Group, Attitude, Tiktok, Social Media