

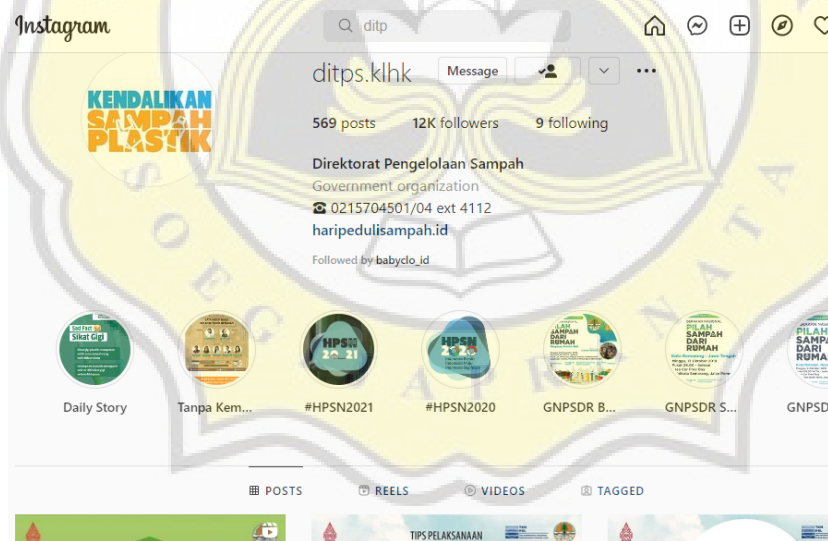
## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab hasil penelitian dan pembahasan ini, penulis akan memaparkan dan menganalisa hasil sesuai dengan latar belakang dan rumusan masalah yang disampaikan dalam penelitian ini. Penulis akan menjabarkan hasil uji validitas dan uji reliabilitas atas kuesioner yang diberikan kepada responden melalui *direct message* pada *followers* di akun *Instagram* @ditps.klhk.

#### 4.1 Tentang @ditps.klhk di *Instagram*

Akun @ditps.klhk merupakan akun khusus organisasi pemerintah yang dikelola oleh Direktorat Pengelolaan Sampah yang berlokasi di Gd. Pusat Kehutanan Manggala Wanabakti, Jl. Gatot Subroto no 2 RT 01 RW 03 Senayan, Kota Jakarta, Indonesia. Berikut merupakan tampilan *Instagram* @ditps.klhk:



Gambar 4.1 Profil *Instagram* @ditps.klhk  
Sumber: *Instagram* @ditps.klhk

Terdapat total 12 ribu pengikut di akun @ditps.klhk. Hasil unggahan berjumlah 569 unggahan dalam berbagai macam pesan mengenai #kendalikansampahplastik yang dirangkum dalam lampiran pada tabel 4.1 mengenai unggahan @ditps.klhk.

Dari hasil analisis unggahan @ditps.klhk, ditemukan bahwa mayoritas unggahan dalam Instagram @ditps.klhk menggunakan hastag #kendalikansampahplastik. Ditemukan juga bahwa pada beberapa unggahan memiliki kategori seperti ajakan, edukasi dan pemberian informasi.

#### 4.2 Identitas Responden

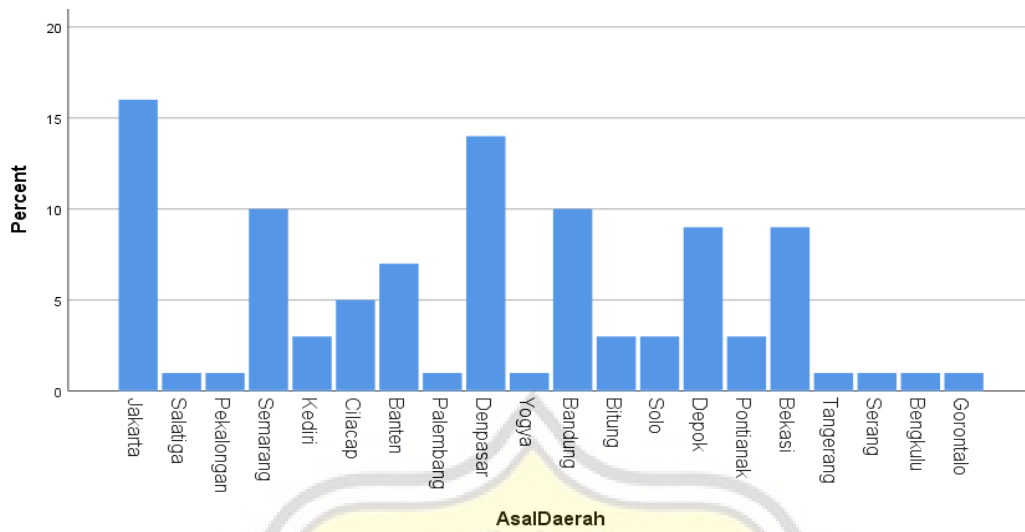
Identitas responden dalam penelitian ini lebih mengacu kepada hasil atau data mengenai keseluruhan responden yang memiliki Instagram dan mengikuti akun @ditps.klhk. Berdasarkan hasil *input* melalui *google form* ke SPSS, ditemukan bahwa total 100 responden dari keseluruhan *followers* akun Instagram @ditps.klhk benar-benar mengikuti akun @ditps.klhk seperti pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.1 Responden mengikuti akun Instagram @ditps.klhk

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ya	100	100.0	100.0	100.0

Sumber: Data Kuesioner Olahan Penulis (2022)

Identitas responden lainnya juga berhubungan dengan seberapa luas, akun Instagram @ditps.klhk menjangkau daerah asal para *followers* di akun Instagram.



Gambar 4.2 Asal daerah Responden  
 Sumber: Data Kuesioner Olahan Penulis (2022)

Dari keseluruhan total 100 responden dalam penelitian ini, ditemukan bahwa 7 daerah mayoritas responden adalah berasal dari daerah Jakarta dengan frekuensi responden 16 orang, di kota Denpasar dengan urutan kedua dalam jumlah responden sebanyak 14 orang, kemudian kota Semarang dan Yogyakarta dengan jumlah responden yang sama yaitu total 10 orang, dan kota Bekasi dan Depok juga dengan jumlah responden yang sama yaitu 9 orang.

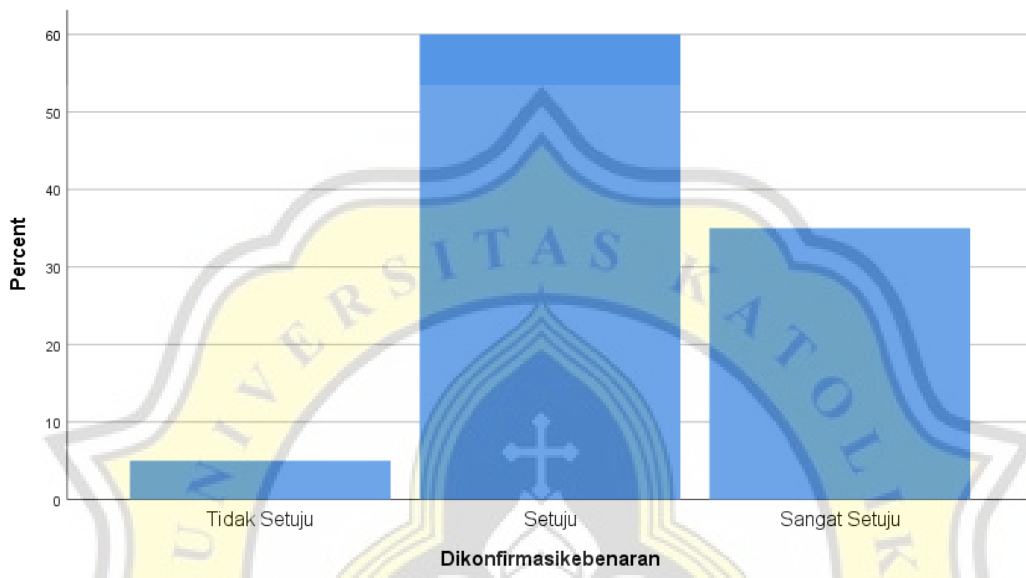
#### 4.3 Karakteristik Variabel X Mengenai Pengaruh Kampanye di Akun

##### Instagram @ditps.klhk

Berdasarkan hasil kuesioner yang disebarakan kepada pengikut akun @ditps.klhk dan sejumlah 100 responden yang merespon dan mengisi kuesioner, didapati bahwa pengaruh kampanye melibatkan indikator tentang beberapa poin berikut ini:

### 4.3.1 Variabel (X) Kampanye dengan Indikator Kredibilitas

Indikator Kredibilitas meliputi pesan kampanye yang dapat dikonfirmasi kebenarannya oleh para responden dalam mengikuti akun @ditps.klhk. Berikut merupakan hasil kuesioner berdasarkan indikator kredibilitas:



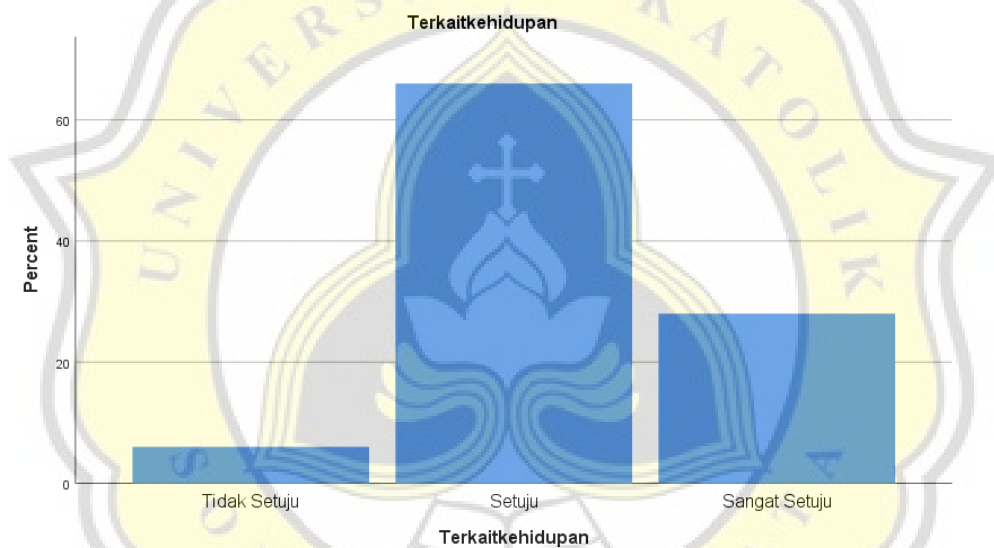
Gambar 4.3 Gambar Diagram Batang Indikator Kredibilitas  
Sumber: Data Kuesioner Olahan Penulis (2022)

Dari data tersebut dapat dilihat bahwa sejumlah 60 responden dengan setuju bahwa informasi yang disampaikan oleh akun instagram @ditps.klhk dapat dikonfirmasi kebenarannya. Dapat dilihat juga bahwa hanya 5 responden menyatakan tidak setuju bahwa informasi yang disampaikan oleh akun instagram @ditps.klhk dapat dikonfirmasi kebenarannya. Hal ini menunjukkan mayoritas responden dari pengikut akun @ditps.klhk menyatakan setuju bahwa informasi yang disampaikan oleh akun instagram @ditps.klhk dapat dikonfirmasi

kebenarannya dan hal ini mencapai indikator mengenai kredibilitas pesan kampanye yang sesuai.

#### 4.3.2 Variabel (X) Kampanye dengan Indikator Konteks

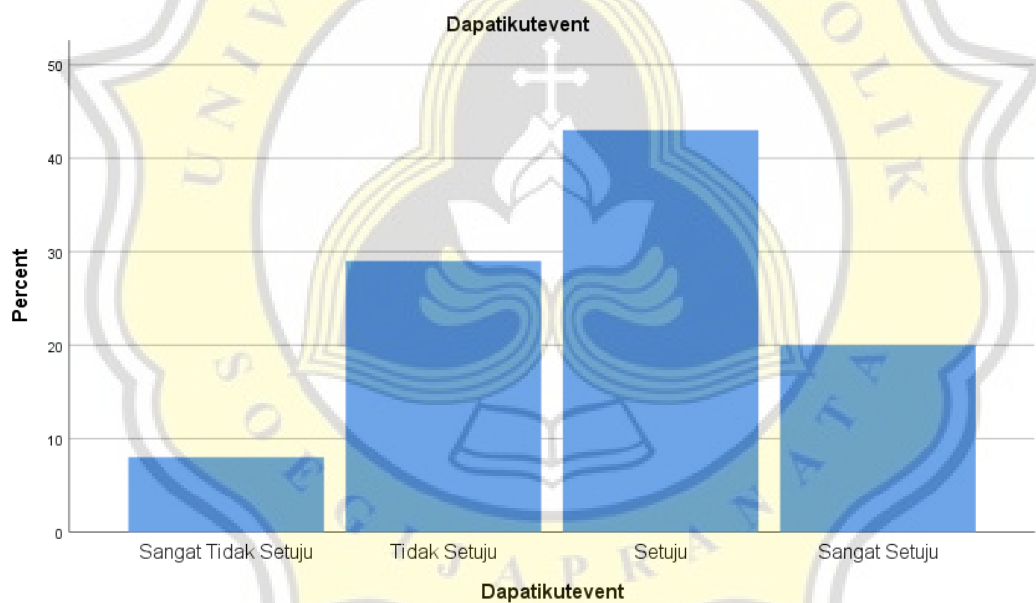
Dalam indikator mengenai konteks, variabel kampanye memiliki maksud bahwa pesan yang disampaikan diambil dari kegiatan sehari-hari. Pernyataan yang disampaikan dalam kuesioner adalah: “*informasi oleh @ditps.klhk diambil dari kegiatan sehari-hari*”. Berikut merupakan data indikator konteks berdasarkan hasil kuesioner:



Gambar 4.4 Diagram Batang Indikator Konteks  
Sumber: Data Kuesioner Olahan Penulis (2022)

Dalam gambar 4.4 dapat dilihat bahwa 4 orang responden menyatakan tidak setuju, 22 orang responden menyatakan sangat setuju dan hasil terbanyak terdapat 62 orang responden menyatakan setuju bahwa informasi yang disampaikan oleh @ditps.klhk sesuai dan diambil dari kegiatan sehari-hari audiens.

Indikator konteks lainnya dalam pesan ini adalah variabel (x) kampanye memberikan maksud bahwa pesan yang disampaikan dalam unggahan @ditps.klhk memberikan manfaat. Manfaat dalam isi pesan kampanye ditimbulkan dengan *event* yang dilakukan oleh pelaksana @ditps.klhk. Dalam penelitian, penulis memberikan pernyataan agar responden dapat memberikan informasi mengenai: saya dapat ikut berpartisipasi dengan event-event yang bermanfaat yang diadakan oleh @ditps.klhk seperti pada diagram hasil kuesioner berikut:



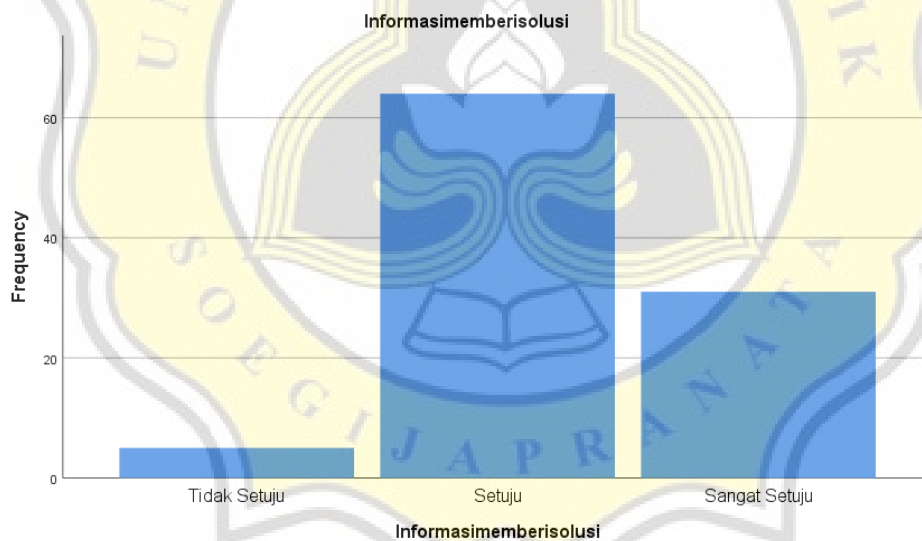
Gambar 4.5 Diagram Batang Indikator Konteks  
 Sumber: Data Kuesioner #kendalikansampahplastik

Berdasarkan gambar 4.5 di atas, dapat disampaikan bahwa mayoritas dengan total sejumlah 41 orang responden setuju bahwa mereka dapat mengikuti

event-event yang bermanfaat yang diadakan oleh @ditps.klhk. Hanya 9 orang responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

### 4.3.3 Variabel (X) Kampanye dengan Indikator Isi

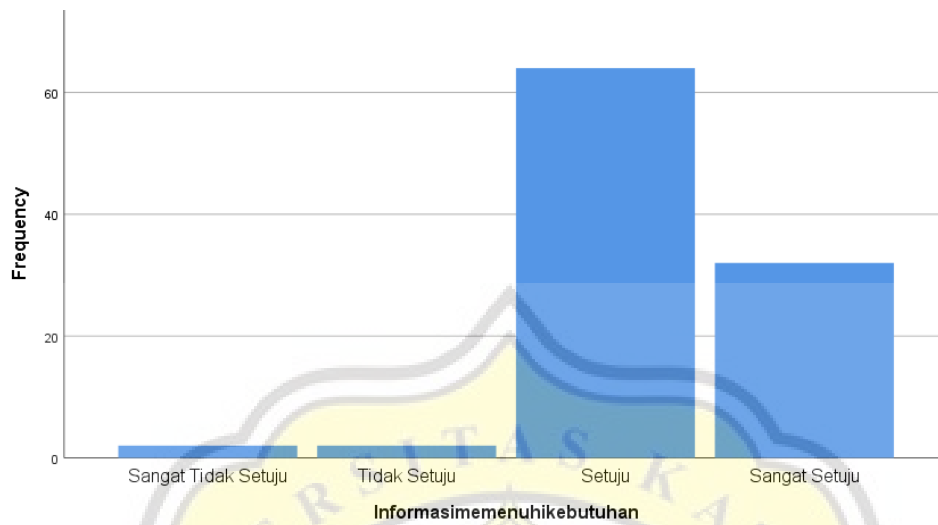
Indikator isi dalam penelitian ini ditunjukkan dalam *questioner* yang dinyatakan berupa: “*informasi yang disampaikan @ditps.klhk memberikan solusi untuk mengurangi sampah plastik*”. Berdasarkan hasil yang ditunjukkan dalam perhitungan SPSS, ditemukan bahwa responden menyatakan sangat setuju dan mayoritas responden menyatakan setuju bahwa informasi yang disampaikan dalam @ditps.klhk memberikan solusi untuk mengurangi sampah plastik. Hasil tersebut dilampirkan sebagai berikut pada gambar 4.6 di bawah:



Gambar 4.6 Diagram Batang Indikator Isi  
Sumber: Data Kuesioner #kendalikansampahplastik

Hal lain dalam indikator isi juga dinyatakan dengan pernyataan sebagai berikut: “*Informasi yang disampaikan @ditps.klhk memenuhi kebutuhan*

*informasi mengenai sampah plastik*”. Berikut gambar diagram berdasarkan pernyataan tersebut:



Gambar 4.7 Diagram Batang Indikator Isi  
 Sumber: Data Kuesioner #kendalikansampahplastik

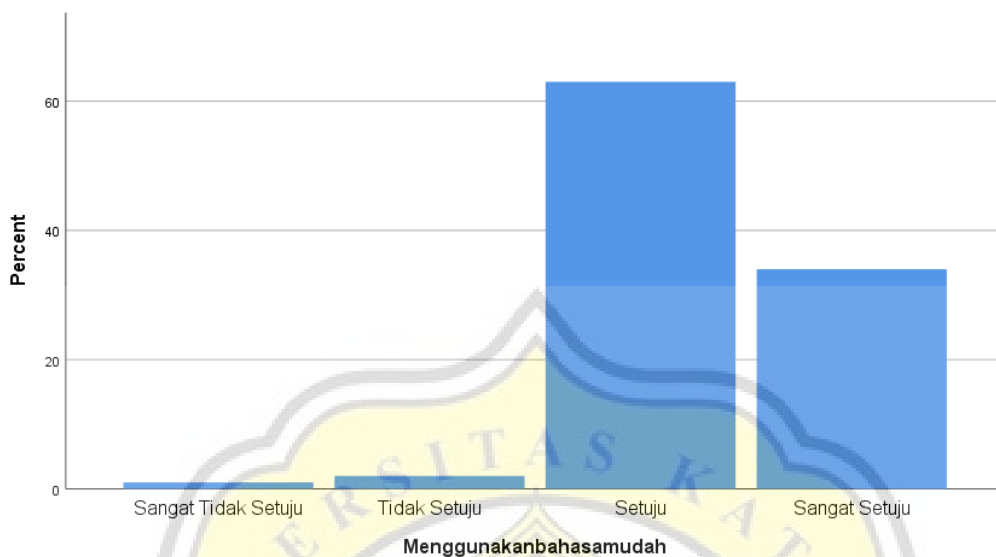
Berdasarkan gambar 4.7 di atas, dijelaskan bahwa lebih dari 32 responden menyatakan sangat setuju dan 64 menyatakan setuju terhadap pernyataan tersebut. Dalam diagram gambar diatas juga ditunjukkan mayoritas responden menyatakan setuju bahwa informasi yang disampaikan @ditps.klhk memenuhi kebutuhan informasi mengenai sampah plastik.

#### 4.3.4 Variabel (X) Kampanye dengan Indikator Kejelasan

Indikator kejelasan dalam variabel (x) kampanye dimaksud bahwa pesan yang disampaikan mudah dipahami dan slogan yang dimuat jelas dan sederhana. Kampanye dalam indikator ini memuat dua pernyataan yang diajukan kepada responden sebagai berikut:



1. Informasi yang disampaikan @ditps.klhk menggunakan kata-kata atau bahasa yang mudah dipahami. Berikut merupakan hasil data kuesioner:

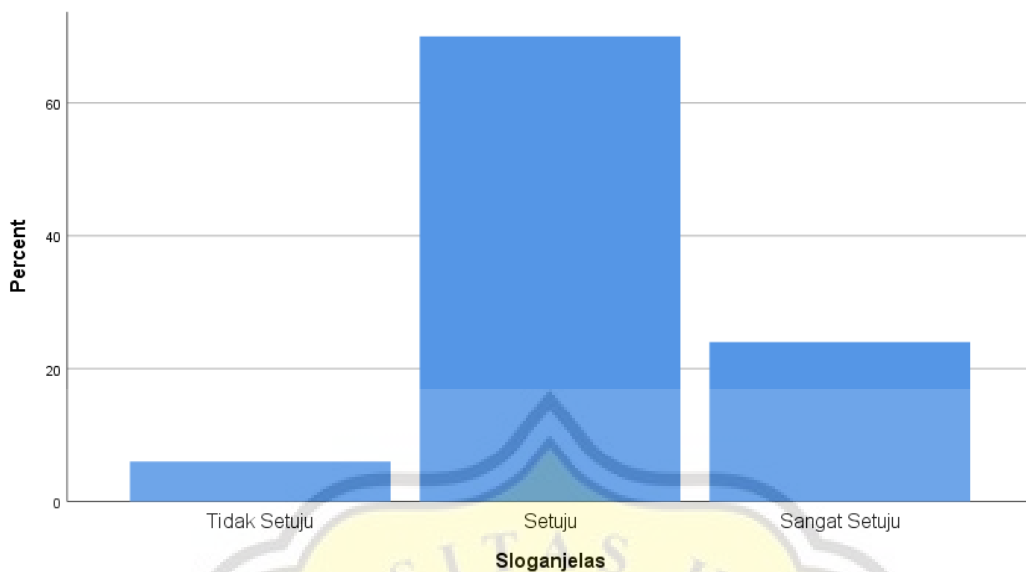


Gambar 4.8 Diagram Batang Indikator Kejelasan (bahasa)

Sumber: Data Kuesioner #kendalikansampahplastik

Berdasarkan gambar 4.8 di atas, mayoritas responden menyatakan setuju bahwa informasi yang disampaikan oleh @ditps.klhk menggunakan bahasa dan kata-kata yang mudah dipahami. Sejumlah 34 orang responden bahkan menyatakan sangat setuju dan 63 orang menyatakan setuju bahwa kata-kata dan bahasa yang digunakan dalam penyampaian pesan di akun @ditps.klhk menggunakan kata-kata dan bahasa yang mudah dipahami.

2. Informasi yang disampaikan menggunakan slogan-slogan dengan makna yang jelas dan sederhana. Berikut adalah data kuesionernya:



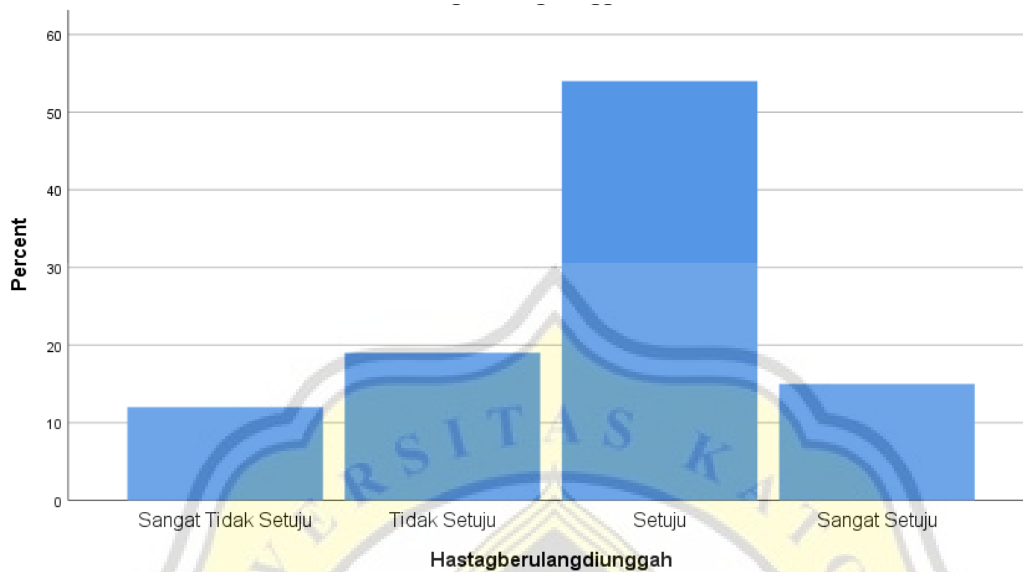
Gambar 4.9 Diagram Batang Indikator Kejelasan (slogan)  
 Sumber: Data Kuesioner #kendalikansampahplastik

Dapat dilihat dari gambar diagram 4.9 bahwa 70 orang responden menyatakan setuju bahwa slogan yang disampaikan oleh akun @ditps.klhk adalah jelas dan sederhana. Hal ini juga didukung oleh responden lain sejumlah 24 orang responden menyatakan sangat setuju bahwa slogan yang dibuat oleh akun @ditps.klhk dibuat dengan sederhana dan jelas.

#### 4.3.5 Variabel (X) Kampanye dengan Indikator Kontinuitas dan Konsistensi

Dalam variabel (x) kampanye, indikator kontinuitas dan konsistensi dalam penelitian ini berfokus pada pesan dengan makna yang sama disampaikan secara berulang kali dan konsisten. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa akun instagram @ditps.klhk menggunakan hastag yang digunakan berkali-kali dalam penyampaian pesan yaitu hastag #kendalikansampahplastik. Berikut merupakan hasil kuesioner mengenai kepekaan responden dalam mengamati akun instagram

@ditps.klhc bahwa terdapat hastag yang digunakan berulang kali dalam penyampaian pesannya:

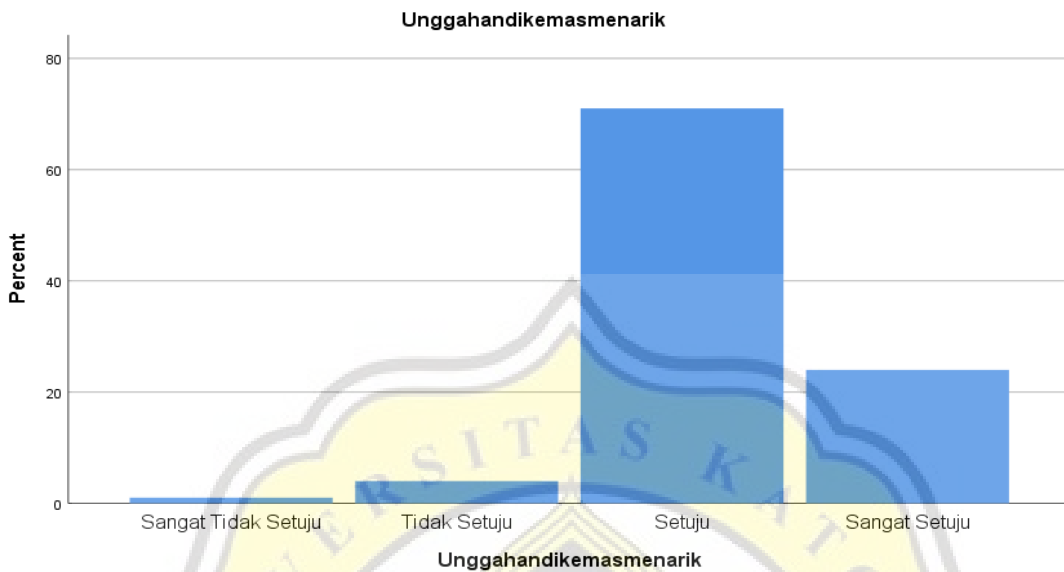


Gambar 4.10 Diagram Indikator Kontinuitas dan Konsistensi  
Sumber: Data Kuesioner #kendalikansampahplastik

Dalam gambar 4.10 dapat dilihat bahwa 19 orang responden menyatakan bahwa pesan dengan makna yang sama disampaikan berulang kali. Namun hal ini tidak menjadi masalah karena mayoritas responden dengan jumlah 54 orang menyatakan setuju bahwa pesan dengan makna yang sama disampaikan berulang kali terutama dalam penyampaian pesan dengan hastag berulang kali yang digunakan sesuai dengan tema pesan mengenai kendalikan sampah plastik.

Hal lain yang menyatakan bahwa variabel (x) kampanye tentang indikator kontinuitas dan konsistensi dalam penelitian ini adalah bahwa pesan yang disampaikan bervariasi. Pernyataan yang diajukan kepada responden dalam penelitian ini adalah: unggahan @ditps.klhc dengan tema sampah plastik dikemas

dengan menarik. Berikut merupakan hasil data kuesioner mengenai pernyataan tentang pesan bervariasi dalam indikator kontinuitas dan konsistensi:



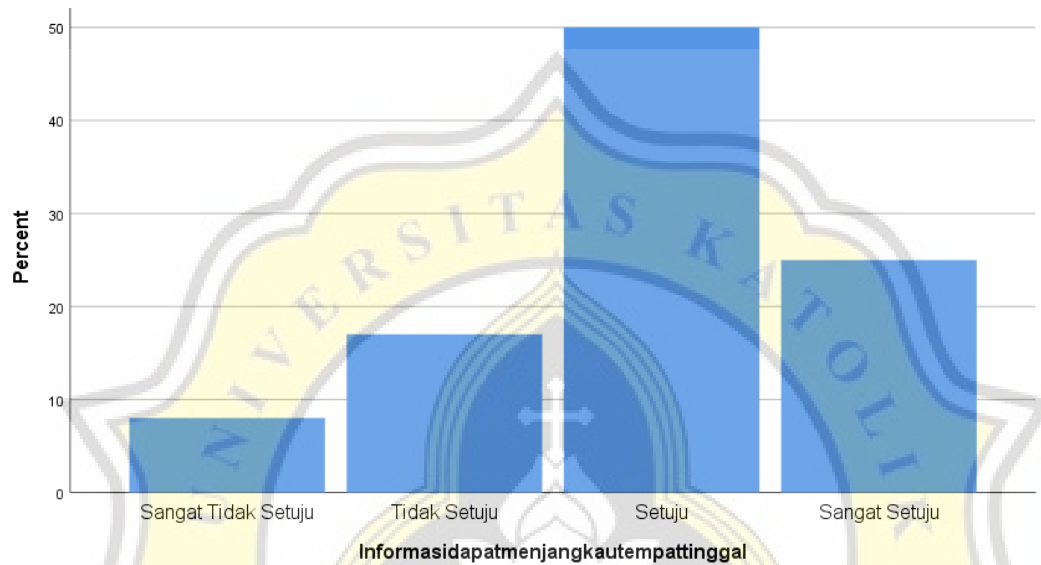
Gambar 4.11 Diagram Indikator Kontinuitas dan Konsistensi  
 Sumber: Data Kuesioner #kendalikansampahplastik

Berdasarkan gambar 4.11 di atas, dapat dilihat bahwa terdapat 71 orang responden menyatakan setuju bahwa bentuk penyampaian pesan yang disampaikan oleh akun @ditps.klhk disampaikan secara bervariasi. Hal ini juga didukung oleh responden lainnya sejumlah 24 orang menyatakan sangat setuju bahwa pesan yang disampaikan bervariasi. Hal ini dinyatakan bahwa penyampaian pesan bervariasi mencapai indikator kontinuitas dan konsistensi dalam variabel kampanye di akun @ditps.klhk.

#### 4.3.6 Variabel (X) Kampanye dengan Indikator Saluran

Dalam penelitian ini, variabel (x) kampanye dengan indikator saluran memuat media sosial dapat menjangkau masyarakat. Dalam hal ini, terdapat

pernyataan yang digunakan oleh penulis melalui kuesioner yang disampaikan sebagai berikut: *“Informasi mengenai sampah plastik yang diunggah oleh @ditps.khklk melalui instagram dapat menjangkau masyarakat di daerah tempat tinggal”*. Berdasarkan pernyataan tersebut, berikut merupakan hasil kuesioner dari responden:

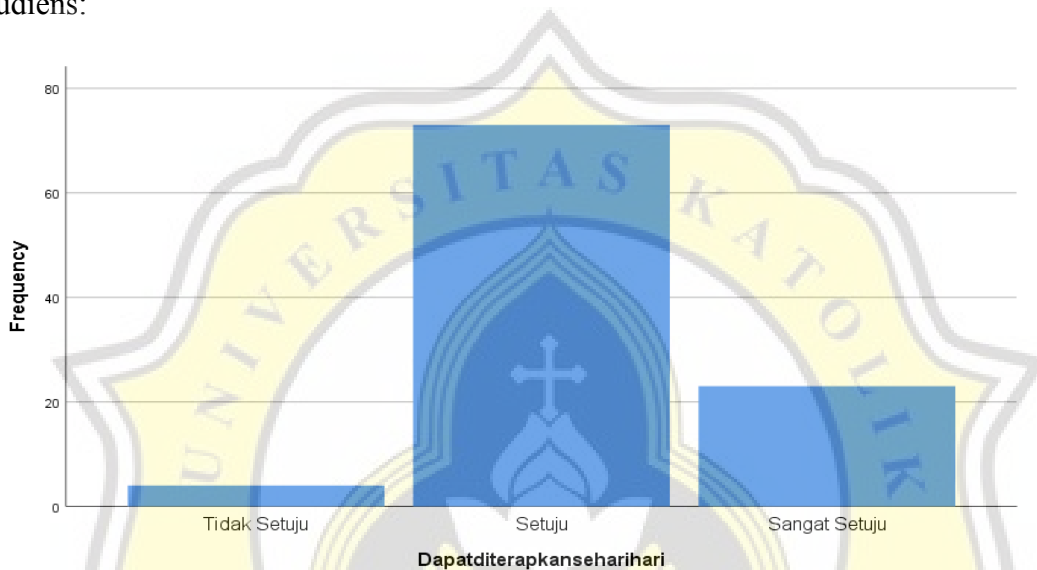


Gambar 4.12 Diagram Batang Indikator Saluran  
Sumber: Data Kuesioner Olahan Penulis (2022)

Berdasarkan gambar 4.12 di atas, dapat dilihat bahwa 4 orang responden menyatakan tidak setuju bahwa informasi mengenai sampah plastik yang diunggah oleh akun @ditps.khklk dapat menjangkau daerah tempat tinggal responden. Kemudian terdapat 74 orang responden menyatakan setuju bahwa informasi yang diunggah oleh @ditps.khklk melalui Instagram dapat menjangkau daerah tempat tinggal para responden. Hal ini juga didukung oleh 21 orang responden lainnya yang menyatakan sangat setuju bahwa penyampaian pesan di akun @ditps.khklk menjangkau daerah tempat tinggal.

#### 4.3.7 Variabel (X) Kampanye dengan Indikator Kemampuan Audiens

Dalam penelitian ini, variabel (x) kampanye dengan indikator kemampuan memiliki kategori sebagai berikut: *“Informasi mengenai pengendalian sampah plastik oleh akun @ditps.klhk dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari”*. Berikut merupakan contoh variabel (x) kampanye dengan indikator kemampuan audiens:

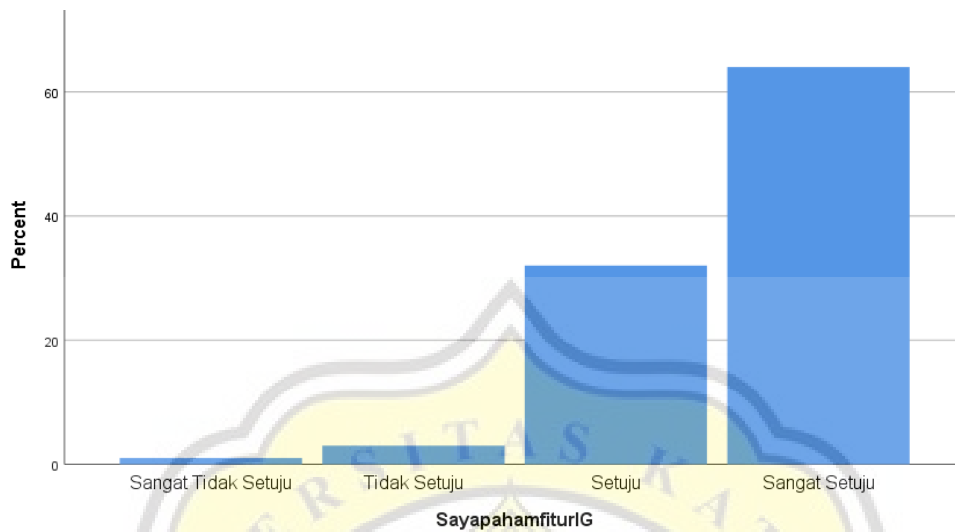


Gambar 4.13 Diagram Batang Indikator Kemampuan Audiens  
Sumber: Data Kuesioner #kendalikansampahplastik

Berdasarkan hasil kuisisioner di atas dalam gambar 4.13 dapat dilihat bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwa informasi mengenai pengendalian sampah plastik oleh akun @ditps.klhk dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini dapat disebutkan bahwa responden dapat mengoperasikan media sosial Instagram dan mencapai indikator kemampuan yang sesuai.

Indikator kemampuan audiens juga memuat kemampuan audiens mengikuti akun @ditps.klhk dan melihat informasi melalui berbagai fitur yang

ada di Instagram seperti *story* dan *feed*. Berikut merupakan data dengan pernyataan bahwa audiens dapat memahami fitur-fitur yang ada di Instagram.



Gambar 4.14 Diagram Batang Indikator Kemampuan Audiens  
Sumber: Data Kuesioner #kendalikansampahplastik

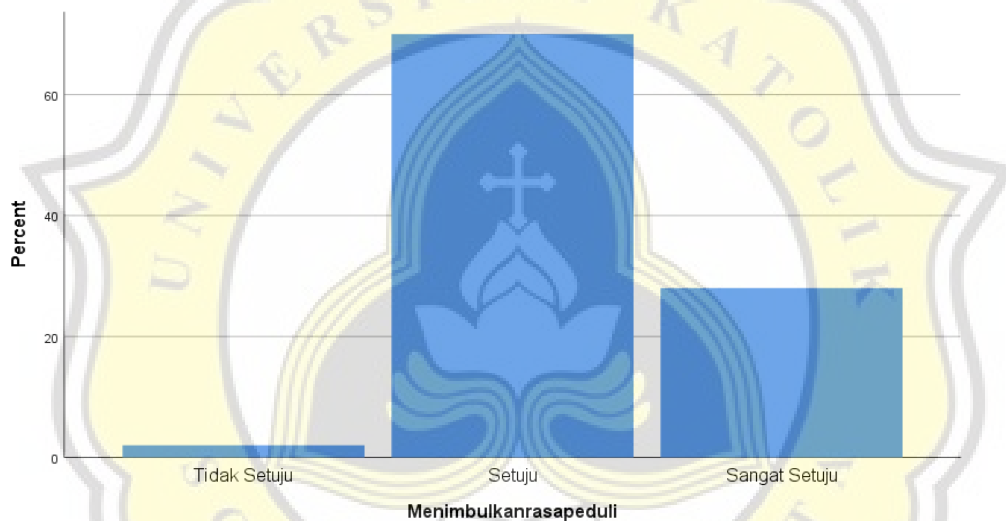
Berdasarkan hasil kuisisioner di atas dalam gambar 4.14 dapat dilihat bahwa total 32 orang responden menyatakan setuju dan 64 orang responden menyatakan sangat setuju bahwa mereka dapat mengoperasikan media sosial instagram dan paham fitur-fitur yang ada di Instagram. Hal ini dapat disebutkan bahwa responden dapat mengoperasikan media sosial Instagram dan mencapai indikator kemampuan yang sesuai.

#### 4.4 Karakteristik Variabel (Y) Mengenai Pengaruh Sikap di Akun Instagram @ditps.klhk

Variabel (y) dalam penelitian ini merupakan pengaruh sikap di akun instagram @ditps.khklk. Dalam variabel (y) ini terdapat tiga indikator yang memuat pengaruh sikap terhadap akun instagram @ditps.khklk seperti pada poin berikut:

#### 4.4.1 Variabel (Y) Sikap dengan Indikator Afektif

Indikator Afektif dalam variabel (y) pengaruh sikap dalam penelitian ini memuat dua indikator yaitu mengenai perasaan dan penilaian. Dalam variabel (y) sikap dengan indikator afektif tentang perasaan, kategori yang dimaksud adalah timbul rasa peduli tentang bahaya sampah plastik dalam kehidupan sehari-hari. Pernyataan yang dibuat oleh penulis adalah: Informasi yang diunggah oleh akun @ditps.khik menimbulkan rasa peduli terhadap pengendalian sampah. Berikut merupakan hasil pernyataan tersebut berdasarkan jawaban kuesioner responden:



Gambar 4.15 Diagram Batang Indikator Perasaan  
Sumber: Data Kuesioner #kendalikansampahplastik

Berdasarkan hasil pada tabel 4.15 di atas, dapat dilihat bahwa 70 orang responden menyatakan setuju bahwa indikator afektif mengenai rasa peduli terhadap pengendalian sampah plastik timbul sebagai perasaan atas sikap yang terpengaruh atas unggahan yang dimuat oleh akun @ditps.khik. Hal ini juga didukung oleh sekitar 28 orang responden lainnya yang menyatakan sangat setuju bahwa timbul rasa peduli oleh responden mengenai pengendalian sampah plastik.



#### 4.4.2 Variabel (Y) Sikap dengan Indikator Kognitif

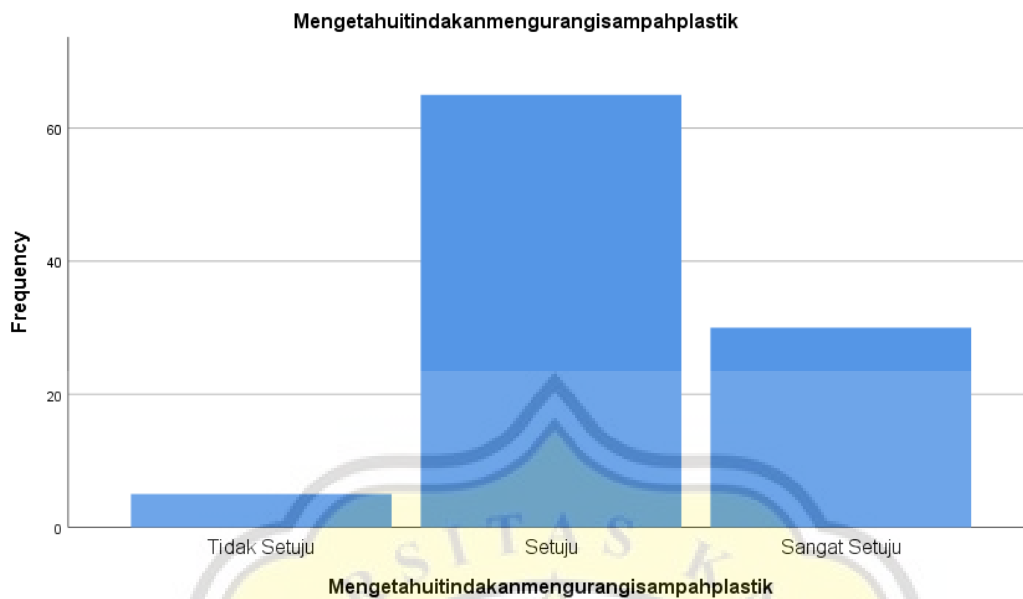
Variabel (y) sikap dengan indikator kognitif dalam penelitian ini memiliki kategori pengetahuan dengan indikasi muncul keyakinan bahwa sampah plastik berbahaya bagi lingkungan hidup.

Dalam variabel (y) sikap dengan indikator kognitif dengan pengetahuan bahwa sampah plastik berbahaya dalam bagi lingkungan hidup. Pernyataan yang dibuat oleh penulis dalam kuesioner adalah: dari unggahan @ditps.khik saya mengetahui bahwa sampah plastik berbahaya bagi lingkungan hidup. Berikut merupakan hasil kuesioner yang disampaikan:



Gambar 4.16 Diagram Batang Indikator Pengetahuan  
Sumber: Data Kuesioner #kendalikansampahplastik

Dari hasil tabel 4.16 di atas, dapat dilihat bahwa 67 orang responden atau menyatakan setuju dan 32 orang responden menyatakan sangat setuju bahwa mereka mengetahui bahaya sampah plastik yang berdasarkan sikap atas indikator kognitif berdasarkan pengetahuan. Pernyataan lain dalam indikator kognitif adalah mengenai responden dapat mengetahui tindakan-tindakan yang harus dilakukan untuk mengurangi sampah plastik. Hal ini ditunjukkan dalam gambar berikut:



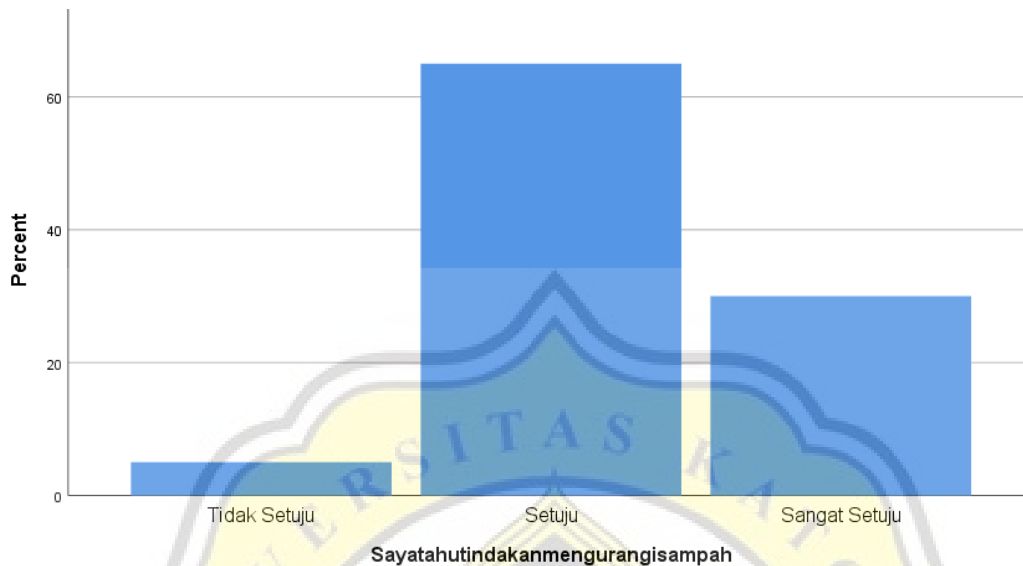
Gambar 4.17 Diagram Batang Indikator Pengetahuan  
 Sumber: Data Kuesioner #kendalikansampahplastik

Dari hasil gambar 4.17 di atas, dapat dilihat bahwa lebih dari 65 orang responden atau menyatakan setuju dan 30 orang responden menyatakan sangat setuju bahwa mereka mengetahui bahaya sampah plastik yang berdasarkan sikap atas indikator kognitif berdasarkan pengetahuan. Hal ini menunjukkan adanya indikator kognitif dalam para responden sebagai sikap mengurangi sampah plastik.

#### 4.4.3 Variabel (Y) Sikap dengan Indikator Perilaku

Dalam penelitian ini, variabel (y) sikap dengan indikator perilaku merupakan suatu tindakan yang dilakukan dalam mengatasi sampah plastik. Berdasarkan pernyataan yang dibuat oleh penulis dalam kuesioner, didapati

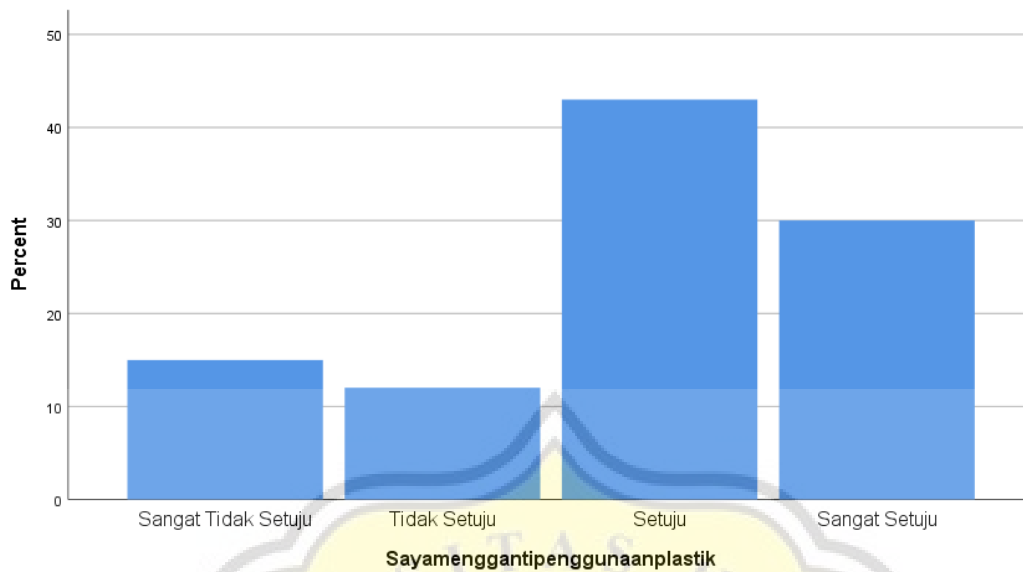
indikator perilaku dalam tindakan mengurangi dan mengganti penggunaan plastik dengan bahan lain sebagai berikut:



Gambar 4.18 Diagram Batang Indikator Perilaku  
Sumber: Data Kuesioner #kendalikansampahplastik

Dari hasil data di atas, ditemukan bahwa 5 orang responden menyatakan tidak setuju bahwa sikap mereka dalam mengurangi penggunaan sampah plastik terealisasi. Kemudian ditemukan 68 orang responden menyatakan setuju bahwa mereka telah mengurangi penggunaan sampah plastik atas hasil melihat, membaca, dan mengikuti event yang diadakan oleh akun instagram @ditps.khlk.

Selain melakukan tindakan mengurangi sampah plastik, pernyataan yang dibuat oleh penulis dalam penelitian ini adalah dengan adanya tindakan mengganti sampah plastik dengan bahan lainnya yang lebih ramah lingkungan. Berikut dilampirkan data hasil kuesioner dengan pernyataan serupa sebagai berikut:



Gambar 4.19 Diagram Batang Indikator Perilaku  
 Sumber: Data Kuesioner #kendalikansampahplastik

Berdasarkan gambar 4.19 di atas, disampaikan bahwa 2 orang responden menyatakan tidak setuju atau belum mengganti penggunaan sampah plastik dengan bahan lainnya dikarenakan lingkungan yang kurang mendukung. Namun, dapat dilihat bahwa 68 orang responden menyatakan setuju dan telah mengubah perilaku mereka mengenai penggunaan sampah plastik dengan mengganti penggunaan sampah plastik dengan bahan lainnya. Hal ini dinyatakan bahwa adanya keberhasilan indikator tindakan mengenai mengganti dan mengurangi sampah plastik dalam kegiatan sehari-hari responden.

#### 4.5 Hasil Validitas dan Uji Reliabilitas

Uji Validitas adalah uji yang digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Hasil penelitian dianggap valid apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Dasar pengambilan keputusan adalah jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka variabel pertanyaan dianggap valid. Jika nilai  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel, maka variabel pertanyaan tidak valid. Berikut merupakan tabel perbandingan  $r$  hitung dengan  $r$  tabel beserta keterangan data.

Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas

Variabel	Pearson Correlation R Hitung	Nilai Signifikansi	Keterangan
Pesan dapat dikonfirmasi kebenarannya	1	0,195	valid
Pesan terkait dengan kehidupan sehari-hari	0,712	0,195	valid
Pengikut dapat berpartisipasi dalam event yang diadakan oleh @ditps.klhk	0,426	0,195	valid
Informasi yang disampaikan memberikan solusi untuk mengurangi sampah plastik	0,605	0,195	valid
Informasi yang disampaikan memenuhi kebutuhan informasi mengenai sampah plastik	0,399	0,195	valid
Informasi yang disampaikan menggunakan bahasa yang mudah dipahami	0,355	0,195	valid
@ditps.klhk sering membuat slogan sederhana dengan makna yang jelas	0,507	0,195	valid
Hastag @kendalikansampahplastik digunakan secara berulang pada unggahan di akun Instagram @ditps.klhk	0,425	0,195	valid
Unggahan @ditps.klhk dengan tema sampah plastik dikemas dengan menarik	0,422	0,195	valid
Informasi mengenai sampah plastik disebar melalui Instagram dapat menjangkau masyarakat	0,365	0,195	valid

Informasi mengenai pengendalian sampah plastik oleh akun @ditps.klhc dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari	0,457	0,195	valid
Pengikut dapat memahami fitur di Instagram	0,198	0,195	valid
Informasi yang disampaikan menimbulkan rasa peduli terhadap pengendalian sampah plastik	0,380	0,195	valid
Dari unggahan, pengikut mengetahui bahaya sampah plastik bagi lingkungan hidup	0,323	0,195	valid
Dari unggahan @ditps.klhc, saya mengetahui tindakan-tindakan yang harus dilakukan untuk mengurangi sampah plastik	0,352	0,195	valid
Pengikut mengetahui tindakan untuk mengurangi sampah plastik	0,289	0,195	valid
Pengikut mengganti penggunaan sampah plastik dengan bahan dasar lain	0,324	0,195	valid

Sumber: Olahan Penulis, 2022

Metode yang digunakan untuk menilai validitas kuesioner pada penelitian ini adalah dalam korelasi *product moment* atau menggunakan *bivariate pearson*. Berdasarkan olahan hasil uji validitas pada tabel 4.2 di atas, disebutkan bahwa keseluruhan variabel pertanyaan dinyatakan valid karena  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel. Keseluruhan data pada statistik deskriptif disebutkan menarik karena dapat menjangkau responden untuk melakukan reaksi dan respon terhadap unggahan di akun @ditps.klhc. Berdasarkan data pada tabel di atas, disebutkan bahwa keseluruhan variabel dalam penelitian ini dinyatakan valid.

Uji reliabilitas dalam penelitian ini adalah untuk mengukur suatu kuesioner yang konsistensi dengan variabel penelitian. Instrumen kuesioner dikatakan reliabel apabila *cronbach alpha*  $>$  0,6. Berikut merupakan tabel olahan uji reliabilitas dalam penelitian ini:

Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.671	2

Sumber: Olahan Penulis, 2022

Berdasarkan data di atas, ditunjukkan bahwa pada pengujian ini dilakukan dalam nilai *cronbach alpha* lebih besar daripada 0,6 dengan data 0,671. Oleh karena itu, instrumen kuesioner dalam uji reliabilitas dalam penelitian ini dikatakan reliabel.

#### 4.6 Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji statistik yang dilakukan untuk mengetahui bagaimana sebaran sebuah data. Hal ini diperlukan untuk mengetahui data yang diperoleh berdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan melalui SPSS 26 dengan menggunakan hasil uji liliefors dalam *one-sample kolmogorov-smirnov test*. Uji data tersebut dinilai dengan nilai signifikan 0,05. Bila berdistribusi normal data tersebut bernilai  $> 0,05$  maka  $H_a$  diterima. Bila data berdistribusi tidak normal bernilai  $< 0,05$  maka  $H_a$  tidak diterima. Berikut merupakan hasil dari uji normalitas yang didapatkan:

Tabel 4.4 Hasil Uji Normalitas

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.94420500
Most Extreme Differences	Absolute	.074
	Positive	.074
	Negative	-.072
Test Statistic		.074
Asymp. Sig. (2-tailed)		.197 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Olahan Penulis (2022)

Berdasarkan hasil tabel 4.4 di atas, nilai signifikan untuk uji normalitas dengan menggunakan *one-sample kolmogorov-smirnov test* adalah  $0,197 > 0,05$  dengan keputusan  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Kesimpulannya data tersebut berdistribusi normal.

#### 4.6 Uji Korelasi

Korelasi dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antar variabel. Berikut merupakan data hasil korelasi dalam penelitian ini:



Tabel 4.5 Data Korelasi

**Correlations**

		x	y
x	Pearson Correlation	1	.576**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
y	Pearson Correlation	.576**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Olahan Penulis (2022)

Berdasarkan hasil korelasi pada tabel di atas yang diperoleh melalui perangkat lunak SPSS 26, diperoleh hasil korelasi koefisien sebesar (rho) 0,576. Dalam penelitian ini ditemukan sejumlah 100 responden mengumpulkan data kuesioner. Berdasarkan metode penelitian ini yang menggunakan uji korelasi pearson, harga r product moment uji signifikansi korelasi product moment dengan ditemukannya jumlah anggota sampel 100 orang dengan taraf kesalahan 5% adalah 0,195. Jika r hitung lebih kecil dari harga r product moment, maka Ho diterima dan Ha ditolak. Sebaliknya jika r hitung lebih besar dari harga r product moment, maka Ho ditolak dan Ha diterima.

Berdasarkan hasil korelasi pearson pada tabel di atas, dapat diketahui besar korelasi koefisien pearson (rho) adalah 0,576. Didapati signifikansi hasil korelasi berdasarkan perbandingan nilai probabilitas dan tanda \*\* diberikan SPSS *Statistic* 26 yang menunjukkan hasil signifikan 0,01. Koefisien korelasi *pearson* berdasarkan tabel di atas mendapatkan nilai 0,576. Berdasarkan pedoman interpretasi koefisien korelasi, nilai 0,576 menunjukkan bahwa hubungan antara

kedua variabel bersifat sedang. Hal ini dikarenakan kampanye menjadi salah satu dari banyaknya faktor eksternal yang mempengaruhi sikap dalam mengurangi sampah plastik. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hipotesis dalam penelitian ini diterima, hubungannya signifikan dan valid serta tingkat hubungan antara kedua variabel bersifat sedang.

#### 4.8 Uji Regresi

Uji regresi dalam penelitian ini menggunakan uji regresi linear sederhana. Uji regresi sederhana digunakan untuk menguji pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, variabel independen adalah (x) atau variabel kampanye pada akun @ditps.klhk dan variabel dependen adalah (y) atau variabel sikap pengikut. akun @ditps.klhk. Berikut merupakan hasil uji regresi dalam penelitian ini:

Tabel 4.6 Uji Regresi Variabel

Variables Entered/Removed <sup>a</sup>			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	x <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: y  
b. All requested variables entered.

Sumber: Olahan Penulis (2022)

Dalam *output* SPSS di tabel 4.6 di atas, dijelaskan bahwa *output variables entered/removed* menunjukkan metode regresi linear yang dipilih yaitu *enter*. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen (x) berupa kampanye dapat dimasukkan untuk dianalisis.

Output kedua di bawah merupakan *model summary* untuk menunjukkan besarnya nilai korelasi/tingkat hubungan antar variabel. Berikut merupakan tabel *model summary* uji regresi:

Tabel 4.7 Uji Regresi *Model Summary*

<b>Model Summary</b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.576 <sup>a</sup>	.332	.325	2.34231

a. Predictors: (Constant), x

Sumber: Olahan Penulis (2022)

Dari tabel di atas dijelaskan bahwa nilai korelasi / hubungan (R) yaitu sebesar 0,576. Dari hasil tersebut diperoleh juga koefisien determinasi ( R Square) sebesar 0,332 yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel independen (kampanye) terhadap variabel dependen (sikap) adalah sebesar 33,2%. Output ketiga adalah output anova. Hipotesis yang digunakan adalah:

Ho = variabel x (kampanye) tidak berpengaruh terhadap variabel y (sikap).

Ha = variabel x (kampanye) berpengaruh terhadap variabel y (sikap).

Jika nilai signifikansi (sig) > 0,05 maka Ho diterima. Jika nilai signifikansi (sig) < 0,05 maka Ho ditolak. Berikut merupakan tabel uji regresi *output* Anova:

Tabel 4.8 Uji Regresi Linear Anova

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	266.691	1	266.691	48.609	.000 <sup>b</sup>
	Residual	537.669	98	5.486		
	Total	804.360	99			

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), x

Sumber: Olahan Penulis (2022)

Berdasarkan tabel 4.8 di atas, diketahui bahwa F hitung adalah 48.609 dengan diperoleh nilai signifikansi (sig) adalah sebesar  $(0,000) < 0,05$  maka regresi dapat dipakai untuk memprediksi bahwa ada pengaruh variabel (x) kampanye terhadap variabel y (sikap). Output keempat dari uji regresi linear sederhana adalah *coefficient*. Berikut merupakan hasil output uji regresi linear sederhana adalah *coefficient*:

Tabel 4.9 Uji Regresi Linear Koefisien

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.604	1.876		1.388	.168
	x	.340	.049	.576	6.972	.000

a. Dependent Variable: y

Sumber: Olahan Penulis (2022)

Diperoleh nilai konstanta (a) sebesar 2.604 sedangkan nilai koefisien regresi (b) sebesar 0,340. Persamaan regresi sederhana dapat ditulis sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 2.604 + 0,340X$$

$$\text{Sikap} = 2.604 + 0,340 (\text{kampanye})$$

Persamaan regresi sederhana linear koefisien di atas adalah:

1. Konstanta (a) di atas adalah sebesar 2.604. Angka tersebut menunjukkan bahwa jika ada kampanye maka sikap pengikutnya sebesar 2.604.
2. Konstanta (b) merupakan koefisien regresi dengan nilai sebesar 0,340. Angka ini memiliki arti bahwa setiap pengunggahan kampanye, maka sikap pengikutnya akan meningkat sebesar 0,340.
3. Persamaan ini variabel kampanye berpengaruh positif terhadap variabel sikap pengikutnya dengan peningkatan sikap sebesar 0,340. Hal ini menunjukkan bahwa variabel x (kampanye) berpengaruh positif terhadap variabel sikap pengikutnya (y). Pengaruh positif tersebut dinyatakan bahwa semakin besar kampanye yang dilakukan oleh akun @ditps.klhk, maka semakin besar juga sikap pengikut terhadap “kendalikan sampah plastik”. Kesimpulannya, penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif kampanye kendalikan sampah plastik pada unggahan Instagram @ditps.klhk terhadap sikap pengikutnya dalam mengurangi penggunaan plastik.