

**FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KAMPANYE
#BIJAKKELOLASAMPAH PADA INSTAGRAM @WASTE4CHANGE
DALAM PROGRAM *SEND YOUR WASTE* TERHADAP SIKAP PEDULI
LINGKUNGAN**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUKUM
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2025**

ABSTRAK

Lilla Sesliya Ifadah, 1410620086, Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kampanye #BijakKelolaSampah pada Instagram @waste4change dalam Program *Send Your Waste* Terhadap Sikap Peduli Lingkungan. Halaman 1 – 168. 20 Buku, 2014 – 2021; 13 Artikel, 2019 – 2024; 3 Berita 2023 – 2024. Program Studi Ilmu Komunikasi. Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum. Universitas Negeri Jakarta.

Penumpukan sampah di Indonesia masih menjadi permasalahan serius peningkatan timbunan sampah semakin bertambah, sementara pengelolaan sampah di Indonesia masih terbilang rendah. Oleh karena itu, akun Instagram @waste4change hadir dengan menggaungkan sebuah kampanye terkait isu lingkungan melalui program *Send Your Waste*. Dengan demikian, penelitian ini dilakukan dengan tujuan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kampanye #BijakKelolaSampah pada Instagram @waste4change dalam program *Send Your Waste* terhadap sikap peduli lingkungan.

Pada penelitian ini menggunakan teori integrasi informasi oleh Martin Fishbein. Teori ini berasumsi sebuah informasi dapat mendorong sikap dan menghasilkan tindakan. Penelitian ini memiliki enam dimensi pada variabel kampanye, yaitu: *goals, objectives, strategies, tactics, climbing toward the goal: the strategic planning ladder*, dan *initiating the planning process*, sedangkan variabel sikap mencakup tiga dimensi, yaitu: *effortful, relatively enduring*, dan *require a dimension of judgment*.

Dalam penelitian ini menggunakan paradigma positivisme dan menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei berupa kuesioner *Google Form*. Populasi dalam penelitian ini adalah *followers* yang menyukai konten di unggahan akun Instagram @waste4change 6 Februari 2023. Teknik penarikan sampel pada penelitian ini adalah menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria responden, yaitu: sudah mengikuti dan menyukai konten yang diteliti. Metode pengolahan data pada penelitian ini adalah dengan menggunakan distribusi frekuensi untuk analisis univariat dan *factor analysis* untuk bivariat.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor yang paling mempengaruhi kampanye #BijakKelolaSampah pada Instagram @waste4change dalam program *Send Your Waste* terhadap sikap peduli lingkungan adalah faktor *initiating the planning process*. Responden menyadari bahwa kampanye #BijakKelolaSampah dalam program *Send Your Waste* disampaikan dengan jelas atas permasalahan mengenai penimbunan sampah karena tidak terkelolanya sampah dengan baik. Hal ini didasari oleh perolehan nilai *factor loadings* terbesar yakni dimensi *initiating the planning process*. Adapun sikap peduli lingkungan *followers* yang signifikan di aspek *effortful*. *Followers* menunjukkan reaksi positif terhadap isu terkait kepedulian terhadap lingkungan yang mendorong untuk bijak memilah sampah.

Penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh faktor memiliki peranan. Peranan paling besar dari faktor lainnya terdapat pada faktor *initiating the planning process*. Faktor *initiating the planning process* menjadi faktor yang paling

mempengaruhi sikap peduli lingkungan. Hal ini menyatakan bahwa kampanye #BijakKelolaSampah pada Instagram @waste4change dalam *program Send Your Waste* mampu membentuk sikap peduli lingkungan.

Kata Kunci: Integrasi Informasi, Kampanye, Sikap



ABSTRACT

Lilla Sesliya Ifadah, 1410620086, Factors that Influence the #BijakKelolaSampah Campaign on Instagram @waste4change in the Send Your Waste Program towards Environmental Care Attitudes. Pages 1 - 168. 20 Books, 2014 – 2021; 13 Articles, 2019 – 2024; 3 News 2023 – 2024. Communication Science. Faculty of Social Sciences and Law. Universitas Negeri Jakarta.

The accumulation of waste in Indonesia is still a serious problem the increase in waste deposits is increasing, while waste management in Indonesia is still relatively low. Therefore, the Instagram account @waste4change comes by echoing a campaign related to environmental issues through the Send Your Waste program. This study was conducted with the aim of knowing the factors that influence the #BijakKelolaSampah campaign on Instagram @waste4change in the Send Your Waste program on environmental care attitudes.

This study uses the theory of information integration by Martin Fishbein. This theory assumes that information can drive attitudes and produce actions. This study has six dimensions on campaign variables, including: goals, objectives, strategies, tactics, climbing toward the goal: the strategic planning ladder, and initiating the planning process, while attitude variables include three dimensions, including: effortful, relatively enduring, and require a dimension of judgment.

In this study using the paradigm of positivism and quantitative approach. The research method used is a survey method in the form of Google Form questionnaires. The population in this study is followers who like the content on the Instagram account @waste4change upload February 6, 2023. Sampling technique in this study is to use purposive sampling with the criteria of respondents, namely: have followed and liked the content studied. The method of data processing in this study is to use the frequency distribution for univariate analysis and factor analysis for bivariate.

The results of this research show that the factor that most influences the #BijakKelolaSampah campaign on Instagram @waste4change in the Send Your Waste program towards environmental care is the factor initiating the planning process. Respondents realized that the #BijakKelolaSampah campaign in the Send Your Waste program was clearly conveyed regarding the problem of waste hoarding due to waste not being managed properly. This is based on obtaining the largest factor loadings value, namely the initiating the planning process dimension. As for followers' environmental concern, which is significant in the full business aspect, followers show positive reactions to issues related to environmental concern, which encourages them to be wise in sorting waste.


This research shows that all factors have a role, and the biggest role of the other factors is in the initiating the planning process factor. Initiating the planning process factor is the factor that most influences environmental care attitudes. This states that the #BijakKelolaSampah campaign on Instagram @waste4change in the Send Your Waste program is able to form an attitude of caring for the environment.

Keywords: *Information Integration, Campaign, Attitude.*

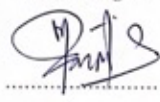
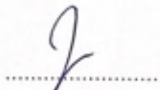
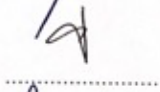
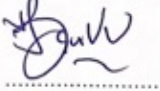
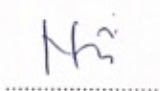
LEMBAR PENGESAHAN

Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan
Hukum

Universitas Negeri Jakarta



Firdaus Wajdi, M.A., Ph.D
NIP.:198107182008011016

No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	Dr. Maulina Larasati P., M.I.Kom NIP. 198101142005012002 Koordinator/Ketua		5/1/2025
2.	Dr. Marisa Puspita Sary, M.Si NIP. 197803182008012010 Sekretaris		5/1/2025
3.	Dr. Dini Safitri, M.Si. NIP. 198402062010122002 Penguji Ahli		5/1/2025
4.	Dr. Kinkin Yuliaty SP, M.Si. NIP.197311212006042001 Pembimbing I		18/2/2025
5.	Nada Arina Romli, M.I.Kom NIP. 199109142019032022 Pembimbing II		5/1/2025

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Lilla Sesliya Ifadah

NIM : 1410620086

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Hukum

Judul KA : Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kampanye #BijakKelolaSampah pada Instagram @Waste4change dalam Program *Send Your Waste* Terhadap Sikap Peduli Lingkungan

Dengan ini menyatakan bahwa saya memastikan Karya Ilmiah saya yang berjudul "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kampanye #BijakKelolaSampah pada Instagram @Waste4change dalam Program *Send Your Waste* Terhadap Sikap Peduli Lingkungan" merupakan karya saya sendiri. Saya memastikan bahwa Karya Ilmiah saya ini bukan merupakan hasil tiruan, saduran, atau terjemahan dari karya orang lain.

Jika di kemudian hari Karya Ilmiah saya melanggar ketentuan orisinalitas, saya siap menerima sanksi yang diberikan oleh pihak program studi maupun pihak universitas.

Jakarta, 29 Oktober 2024



Lilla Sesliya Ifadah

NIM. 1410620086



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Lilla Sesliya Ifadah
NIM : 1410620086
Fakultas/Prodi : Ilmu Sosial dan Hukum / Ilmu Komunikasi
Alamat email : lillasesliya573@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

“ Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kampanye #BijakKelolaSampah pada Instagram @waste4change dalam Program *Send Your Waste* Terhadap Sikap Peduli Lingkungan”

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 26 Februari 2025

Penulis

(Lilla Sesliya Ifadah)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT karena berkat nikmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kampanye #BijakKelolaSampah pada Instagram @waste4change dalam Program *Send Your Waste* Terhadap Sikap Peduli Lingkungan”. Peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada orang tua peneliti; Mama Rita Paulina, dan Papa Emron Jamal. Terima kasih atas segala dukungan yang diberikan sejak awal hingga saat ini. Skripsi ini ditulis guna memenuhi syarat untuk menggelar sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Negeri Jakarta.

Dalam penyelesaian studi dan juga penelitian skripsi ini, peneliti mendapat dukungan, bimbingan, dan juga arahan dari berbagai pihak. Maka dari itu, peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak sebagai berikut:

1. Rektor Universitas Negeri Jakarta, Prof. Dr. Komarudin, M.S.i.; Wakil Rektor I Universitas Negeri Jakarta, Prof. Dr. Ifan Iskandar, M.Hum.; Wakil Rektor II Universitas Negeri Jakarta, Prof. Dr. Ari Saptono, S.E., M.Pd.; Wakil Rektor III Universitas Negeri Jakarta, Dr. Andy Hadianto, M.A.; Wakil Rektor IV Universitas Negeri Jakarta, Prof. Dr. Fahrerozi, M.Pd.,
2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Negeri Jakarta, Firdaus Wajdi, M.A, Ph.D; Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Negeri Jakarta, Dr. Kurniawati, M.Si.; Wakil Dekan II Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Negeri Jakarta, Dr. Aris Munandar, M.Si.; Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Negeri Jakarta, Dr. Elisabeth Nugrahaeni P, M.Si.
3. Dr. Dini Safitri, S.Sos., M.Si selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta,
4. Dr. Kinkin Yuality SP, M.Si., dan Nada Arina Romli, M.I.Kom, selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktunya untuk membantu peneliti dengan memberikan bimbingan dan ajaran kepada peneliti
5. Dr. Maulina Larasati Putri, S.Sos., Dr. Dini Safitri, S.Sos, M.Si., Dr. Marisa Puspita Sary, M.Si., selaku ketua sidang, penguji ahli, dan sekretaris sidang skripsi peneliti yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga serta arahan kepada peneliti,
6. Dr. Dini Safitri, S.Sos, M.Si, selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta. Beserta dosen-dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta, Ibu Dr. Kinkin Yuliaty Subarsa Putri, M.Si., Nada Arina Romli, M.I.Kom., Dr. Vera Wijayanti Sutjipto, S.Sos., M.S.i., Dr. Wiratri Anindhita, S.I.P., M.Sc., Dr. Elisabeth Nugrahaeni P., M.Si., Dr. Marisa Puspita Sary, M.Si., Dr. Maulina Larasati Putri, S.Sos., Sandy Allifiansyah Ph.D., Dr. M. Fikri Akbar, M.Si, selaku jajaran Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah membimbing selama menempuh pendidikan S1 di Program Studi Ilmu Komunikasi UNJ,
6. Para responden yang telah bersedia membantu peneliti pada penelitian ini,
7. Saudara saya M. Ezrahafidz Aqsadewa dan Hazby Elfaiza yang telah memberi

- dukungan dan telah kebersamai peneliti dalam menyusun skripsi ini
8. Rekan mahasiswa/i Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta angkatan 2020, terkhusus kepada Kaila Andrena, Annisa Septi, Lutfiah Nuruzzamani, Nabila Khalisha, Siti Fatimah Romlah, dan Tazkia Aulia yang telah memberikan dukungan dan menjadi teman diskusi peneliti dalam menyusun skripsi ini

Peneliti menyadari skripsi ini tidak luput dari kesalahan. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan masukan yang membangun. Peneliti berharap, skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

Jakarta, 1 November 2024
Peneliti



Lilla Sesliya Ifadah



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.	
LEMBAR PENGESAHAN Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.	
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	15
1.3. Tujuan Penelitian	17
1.4. Manfaat Penelitian	18
BAB II LANDASAN TEORI	19
2.1 Tinjauan Teoritis	19
2.1.1 Teori Integrasi Informasi (<i>Information Integration Theory</i>)	19
2.2 Konsep	22
2.2.1 Media Baru	22
2.3 Variabel Penelitian	23
2.3.1 Kampanye	23
2.3.2 Sikap	28
2.4 Penelitian Sejenis Terdahulu	30
2.5 Hipotesis Penelitian	43
2.6 Model Penelitian	43
BAB III METODE PENELITIAN	44
3.1 Paradigma Penelitian	44
3.2 Metode Penelitian	45
3.3 Pendekatan Penelitian	46
3.4 Jenis Penelitian	47
3.5 Populasi, Sampel, Ukuran Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	47
3.5.1 Populasi Penelitian	47
3.5.2 Sampel	48

3.5.3 Teknik Penarikan Sampel	49
3.6 Hipotesis Riset dan Hipotesis Statistik	50
3.6.1 Hipotesis Riset	50
3.6.2 Hipotesis Statistik	51
3.7 Metode Pengumpulan Data	52
3.8 Validitas dan Reliabilitas	55
3.8.1 Uji Validitas	55
3.8.2 Uji Reliabilitas	58
3.9 Metode Analisis Data	61
3.9.1 <i>Univariate</i>	61
3.9.2 <i>Bivariate</i>	62
3.10 Definisi Operasional	65
3.10.1. Kampanye	65
3.10.2 Sikap	67
3.11 Operasionalisasi Konsep	68
3.12 Waktu dan Tempat Penelitian	71
3.13 Keterbatasan dan Kelemahan Penelitian	71
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	72
4.1 Hasil Penelitian	72
4.1.1 Hasil Penelitian Kampanye #BijakKelolaSampah pada Program <i>Send Your Waste</i> dalam Instagram @waste4change dalam unggahan 6 Februari 2023	72
4.1.2. Hasil Penelitian Sikap Peduli Lingkungan pada Instagram @waste4change dalam Program <i>Send Your Waste</i> dalam unggahan 6 Februari 2023	104
4.1.3. Nilai <i>Mean</i> Kampanye #BijakKelolaSampah pada Instagram @waste4change dalam Program <i>Send Your Waste</i> dalam unggahan 6 Februari 2023	119
4.1.4. Nilai <i>Mean</i> Variabel Sikap Peduli Lingkungan pada Instagram @waste4change dalam Program <i>Send Your Waste</i> dalam unggahan 6 Februari 2023	122
4.1.5. Hasil Penelitian Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kampanye #BijakKelolaSampah pada Instagram @waste4change dalam Program <i>Send Your Waste</i> Terhadap Sikap Peduli Lingkungan dalam unggahan 6 Februari 2023	125
4.2 Pembahasan Penelitian	144

4.2.1. Pembahasan Kampanye #BijakKelolaSampah pada Instagram @waste4change dalam Program <i>Send Your Waste</i> dalam unggahan 6 Februari 2023.....	144
4.2.2. Pembahasan Sikap Peduli Lingkungan pada Instagram @waste4change dalam Program <i>Send Your Waste</i> dalam unggahan 6 Februari 2023 ..	149
4.2.3. Pembahasan faktor-faktor yang mempengaruhi kampanye #BijakKelolaSampah pada Instagram @waste4change dalam program <i>Send Your Waste</i> terhadap sikap peduli lingkungan dalam unggahan 6 Februari 2023.....	152
BAB V PENUTUP.....	161
5.1. Kesimpulan.....	161
5.2. Saran.....	163
DAFTAR PUSTAKA.....	165
LAMPIRAN.....	xvii



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Proyeksi Timbulan Sampah dan Sampah Plastik di Indonesia (2017 – 2025).....	1
Gambar 1. 2 Grafik Komposisi Sampah Tahun 2023	2
Gambar 1. 3 <i>Overview</i> Instagram Waste4change.....	6
Gambar 1. 4 Layanan program <i>Send Your Waste</i>	8
Gambar 1. 5 Postingan Kampanye #BijakKelolaSampah.....	10
Gambar 1. 6 Pertanyaan Mengenai Pengetahuan kampanye	11
Gambar 1. 7 Tanggapan Setelah Mengetahui Kampanye	12
Gambar 1. 8 Tanggapan Terkait Sikap	14
Gambar 2. 1 Model Penelitian Faktor – faktor yang Mempengaruhi Kampanye #BijakKelolaSampah pada Instagram @waste4change dalam Program <i>Send Your Waste</i> Terhadap Sikap Peduli Lingkungan.....	43
Gambar 3. 1 Profil Instagram @waste4change.....	48
Gambar 3. 2 Pohon Metode Pengumpulan Data.....	52
Gambar 4. 1 Grafik Nilai <i>Mean</i> Per Dimensi Variabel Kampanye (X)	119
Gambar 4. 2 Grafik Nilai <i>Mean</i> Per Dimensi Variabel Sikap (Y)	123
Gambar 4. 3 Grafik <i>Scree Plot</i>	129



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Daftar Akun Instagram Pengusung Isu Lingkungan dalam Pengelolaan Sampah	7
Tabel 2. 1 Tabel Penelitian Terdahulu	38
Tabel 4. 1 Kampanye #BijakKelolaSampah pada Program <i>Send Your Waste</i> sangat jelas	73
Tabel 4. 2 Kampanye #BijakKelolaSampah pada Program <i>Send Your Waste</i> mengenai pentingnya mendaur sampah.....	74
Tabel 4. 3 Kampanye #BijakKelolaSampah pada Program <i>Send Your Waste</i> mengenai timbunan sampah	74
Tabel 4. 4 Kampanye #BijakKelolaSampah pada Program <i>Send Your Waste</i> meningkatkan kesadaran tentang pentingnya pengelolaan sampah	75
Tabel 4. 5 Kampanye #BijakKelolaSampah pada Program <i>Send Your Waste</i> meningkatkan kesadaran mengompos sampah organik.....	76
Tabel 4. 6 Kampanye #BijakKelolaSampah pada Program <i>Send Your Waste</i> meningkatkan kesadaran tentang dampak timbunan sampah.....	76
Tabel 4. 7 Kampanye #BijakKelolaSampah pada Program <i>Send Your Waste</i> mendorong untuk mengelola sampah secara bijak	77
Tabel 4. 8 Kampanye #BijakKelolaSampah pada Program <i>Send Your Waste</i> mengajak untuk mengurangi timbunan sampah	78
Tabel 4. 9 Kampanye #BijakKelolaSampah pada Program <i>Send Your Waste</i> mengajak untuk meminimalisir penggunaan plastik	79
Tabel 4. 10 Kampanye #BijakKelolaSampah pada Program <i>Send Your Waste</i> meningkatkan partisipasi dalam meminimalisir sampah plastik.....	79
Tabel 4. 11 Kampanye #BijakKelolaSampah pada Program <i>Send Your Waste</i> menciptakan lingkungan bebas sampah	80
Tabel 4. 12 Kampanye #BijakKelolaSampah pada Program <i>Send Your Waste</i> mengurangi timbunan sampah	81
Tabel 4. 13 Kampanye #BijakKelolaSampah pada Program <i>Send Your Waste</i> digunakan untuk menuntaskan masalah penumpukan sampah.....	82
Tabel 4. 14 Kampanye #BijakKelolaSampah pada Program <i>Send Your Waste</i> mengedukasi tentang dampak timbunan sampah.....	83
Tabel 4. 15 Kampanye #BijakKelolaSampah pada Program <i>Send Your Waste</i> mendorong untuk berkontribusi dalam pengelolaan sampah.....	83
Tabel 4. 16 Kampanye #BijakKelolaSampah pada Program <i>Send Your Waste</i> memberikan solusi tentang penimbunan sampah.....	84
Tabel 4. 17 Kampanye #BijakKelolaSampah pada Program <i>Send Your Waste</i> memuat tindakan untuk mengurangi penimbunan sampah.....	85
Tabel 4. 18 Kampanye #BijakKelolaSampah pada Program <i>Send Your Waste</i> mengajak untuk memilah sampah.....	86
Tabel 4. 19 Kampanye #BijakKelolaSampah pada Program <i>Send Your Waste</i> berisi tugas untuk menciptakan lingkungan bebas sampah.....	87
Tabel 4. 20 Kampanye #BijakKelolaSampah pada Program <i>Send Your Waste</i> berisi tugas untuk mengurangi penggunaan produk plastik.....	87

Tabel 4. 21	Kampanye #BijakKelolaSampah pada Program <i>Send Your Waste</i> berisi tugas untuk memilah sampah	88
Tabel 4. 22	Mengurangi penggunaan produk plastik selama mengetahui Kampanye #BijakKelolaSampah pada Program <i>Send Your Waste</i>	89
Tabel 4. 23	Memilah sampah selama mengetahui kampanye #BijakKelolaSampah pada program <i>Send Your Waste</i>	90
Tabel 4. 24	Membagikan konten kepada teman tentang kampanye #BijakKelolaSampah pada program <i>Send Your Waste</i>	91
Tabel 4. 25	Kampanye #BijakKelolaSampah pada program <i>Send Your Waste</i> dilakukan secara terus menerus.....	91
Tabel 4. 26	Melihat kampanye #BijakKelolaSampah pada program <i>Send Your Waste</i> yang di unggah di Instagram @waste4change.....	92
Tabel 4. 27	Memahami kampanye #BijakKelolaSampah pada program <i>Send Your Waste</i> yang di unggah di Instagram @waste4change dalam waktu singkat	93
Tabel 4. 28	Kampanye #BijakKelolaSampah pada program <i>Send Your Waste</i> sangat informatif.....	94
Tabel 4. 29	Kampanye #BijakKelolaSampah pada program <i>Send Your Waste</i> memuat solusi permasalahan timbunan sampah	94
Tabel 4. 30	Kampanye #BijakKelolaSampah pada program <i>Send Your Waste</i> memuat solusi tentang meminimalisir penggunaan produk plastik ...	95
Tabel 4. 31	Kampanye #BijakKelolaSampah pada program <i>Send Your Waste</i> mengajak untuk memilah sampah	96
Tabel 4. 32	Kampanye #BijakKelolaSampah pada program <i>Send Your Waste</i> mengajak untuk mengurangi sampah plastik	97
Tabel 4. 33	Kampanye #BijakKelolaSampah pada program <i>Send Your Waste</i> berfokus pada isu lingkungan.....	97
Tabel 4. 34	Penyampaian isu timbunan sampah Kampanye #BijakKelolaSampah pada program <i>Send Your Waste</i> diunggah Instagram @waste4change sangat jelas	98
Tabel 4. 35	Kampanye #BijakKelolaSampah pada program <i>Send Your Waste</i> memaparkan permasalahan tentang timbunan sampah	99
Tabel 4. 36	Mengetahui solusi terkait penimbunan penimbunan sampah melalui kampanye #BijakKelolaSampah pada program <i>Send Your Waste</i>	99
Tabel 4. 37	Kampanye #BijakKelolaSampah pada program <i>Send Your Waste</i> diunggah Instagram @waste4change sesuai dengan permasalahan dilingkungan sekitar saya	100
Tabel 4. 38	Kampanye #BijakKelolaSampah pada program <i>Send Your Waste</i> diunggah Instagram @waste4change menysasar kepada masyarakat luas	101
Tabel 4. 39	Kampanye #BijakKelolaSampah pada program <i>Send Your Waste</i> diunggah Instagram @waste4change mengangkat permasalahan tentang peningkatan timbunan sampah	101
Tabel 4. 40	Kampanye #BijakKelolaSampah pada program <i>Send Your Waste</i> memberikan solusi pengelolaan sampah	102

Tabel 4. 41	Kampanye #BijakKelolaSampah pada program <i>Send Your Waste</i> bertujuan untuk mengurangi timbunan sampah	103
Tabel 4. 42	Kampanye #BijakKelolaSampah pada program <i>Send Your Waste</i> mengajak saya untuk memilah sampah	103
Tabel 4. 43	Menyukai unggahan kampanye #BijakKelolaSampah pada program <i>Send Your Waste</i> di Instagram @waste4change tanggal 6 Februari 2023	105
Tabel 4. 44	Kampanye #BijakKelolaSampah pada program <i>Send Your Waste</i> di Instagram @waste4change membawa dampak positif	105
Tabel 4. 45	Senang akan informasi yang disampaikan kampanye #BijakKelolaSampah pada program <i>Send Your Waste</i> di Instagram @waste4change	106
Tabel 4. 46	Senang akan informasi yang disampaikan kampanye #BijakKelolaSampah pada program <i>Send Your Waste</i> di Instagram @waste4change	107
Tabel 4. 47	Kampanye #BijakKelolaSampah pada program <i>Send Your Waste</i> di Instagram @waste4change menyadarkan saya tentang dampak buruk dari timbunan sampah	107
Tabel 4. 48	Kampanye #BijakKelolaSampah pada program <i>Send Your Waste</i> di Instagram @waste4change mendorong untuk bijak memilah sampah	108
Tabel 4. 49	Kampanye #BijakKelolaSampah pada program <i>Send Your Waste</i> di Instagram @waste4change memperluas pengetahuan saya tentang pengelolaan sampah	109
Tabel 4. 50	Kampanye #BijakKelolaSampah pada program <i>Send Your Waste</i> di Instagram @waste4change menambah pengalaman saya tentang mengelola sampah	110
Tabel 4. 51	Kampanye #BijakKelolaSampah pada program <i>Send Your Waste</i> di Instagram @waste4change bermanfaat bagi saya	110
Tabel 4. 52	Menyadari akan pentingnya meminimalisir penggunaan plastik sekali pakai	111
Tabel 4. 53	Kampanye #BijakKelolaSampah pada program <i>Send Your Waste</i> di Instagram @waste4change telah mendorong sikap saya ke arah positif tentang pengelolaan sampah	112
Tabel 4. 54	Kampanye #BijakKelolaSampah pada program <i>Send Your Waste</i> di Instagram @waste4change membentuk pandangan saya mengenai pentingnya pengelolaan sampah	112
Tabel 4. 55	Mengurangi penggunaan produk plastik sekali pakai untuk menurunkan angka timbunan sampah	113
Tabel 4. 56	Memilah sampah anorganik untuk menurunkan angka timbunan sampah	114
Tabel 4. 57	Melakukan pengelolaan sampah melalui program <i>Send Your Waste</i> untuk menurunkan angka timbunan sampah	114
Tabel 4. 58	Kampanye #BijakKelolaSampah pada program <i>Send Your Waste</i> di Instagram @waste4change berpotensi untuk meningkatkan kesadaran tentang pengelolaan sampah	115

Tabel 4. 59 Kampanye #BijakKelolaSampah pada program <i>Send Your Waste</i> di Instagram @waste4change mampu mengubah sikap untuk peduli lingkungan.....	116
Tabel 4. 60 Kampanye #BijakKelolaSampah pada program <i>Send Your Waste</i> di Instagram @waste4change menyadari bahaya timbunan sampah.....	116
Tabel 4. 61 Saya membagikan kampanye #BijakKelolaSampah pada program <i>Send Your Waste</i> kepada teman.....	117
Tabel 4. 62 Saya mengedukasi teman tentang pentingnya pengelolaan sampah.....	118
Tabel 4. 63 Saya berdiskusi dengan teman setelah melihat kampanye #BijakKelolaSampah pada program <i>Send Your Waste</i> di unggahan Instagram @waste4change tanggal 6 Februari 2023	118
Tabel 4. 64 Nilai <i>Mean</i> Per Indikator Variabel (X).....	121
Tabel 4. 65 Nilai <i>Mean</i> Per Indikator Variabel (Y).....	124
Tabel 4. 66 Total <i>Variance Explained</i>	126
Tabel 4. 67 Tabel Total <i>Variance Explained</i>	128
Tabel 4. 68 Tabel Total <i>Variance Explained</i>	131
Tabel 4. 69 Tabel Hasil Uji <i>Split-Half Reliability</i>	133
Tabel 4. 70 Hasil Uji <i>Kaiser-Meyer-Olkin</i> Dimensi <i>Goals</i>	135
Tabel 4. 71 Hasil Uji <i>Kaiser-Meyer-Olkin</i> Dimensi <i>Objectives</i>	135
Tabel 4. 72 Hasil Uji <i>Kaiser-Meyer-Olkin</i> Dimensi <i>Strategies</i>	136
Tabel 4. 73 Hasil Uji <i>Kaiser-Meyer-Olkin</i> Dimensi <i>Tactics</i>	136
Tabel 4. 74 Hasil Uji <i>Kaiser-Meyer-Olkin</i> Dimensi <i>Climbing Toward the Goal: The Strategic Planning Ladder</i>	137
Tabel 4. 75 Hasil Uji <i>Kaiser-Meyer-Olkin</i> Dimensi <i>Initiating the Planning Process</i>	138
Tabel 4. 76 Hasil Uji <i>Kaiser-Meyer-Olkin</i> Dimensi <i>Effortful</i>	138
Tabel 4. 77 Hasil Uji <i>Kaiser-Meyer-Olkin</i> Dimensi <i>Relatively Enduring</i>	139
Tabel 4. 78 Hasil Uji <i>Kaiser-Meyer-Olkin</i> Dimensi <i>Require a dimension of Judgement</i>	140
Tabel 4. 79 Tabel <i>Component Matrix</i>	142