

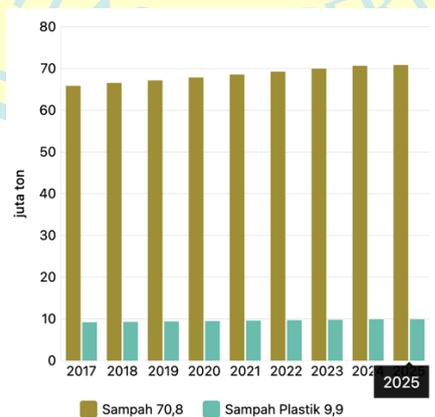
# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia menjadi negara dengan pertumbuhan populasi yang pesat, urbanisasi yang terus meningkat secara tidak sadar telah berkontribusi terhadap peningkatan *volume* sampah di Indonesia. Penggunaan produk plastik melekat dalam kehidupan sehari – hari dan menjadi barang yang tidak dapat dipisahkan oleh manusia yang membuat semakin menumpuknya sampah pada lingkungan. Penumpukan sampah di Indonesia diklaim sebagai isu yang cukup serius karena semakin berjalannya waktu, penumpukan sampah terkhusus plastik semakin meningkat. Penggunaan plastik diklaim mempermudah kehidupan karena simpel dan efisien. Namun, plastik membawa dampak buruk bagi lingkungan karena plastik memiliki sifat sukar terurai dan dapat diperkirakan butuh waktu 100 sampai 500 tahun sampah plastik agar dapat terurai secara sempurna.

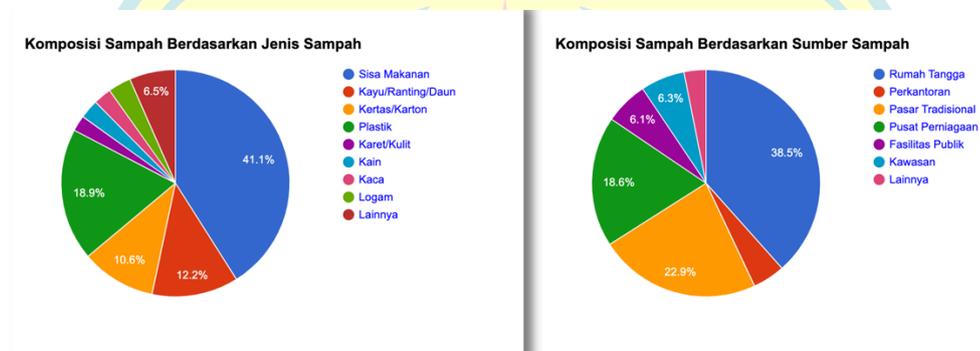
**Gambar 1. 1**  
**Grafik Proyeksi Timbulan Sampah dan Sampah Plastik di Indonesia (2017 – 2025)**



Sumber: KataData.com

Berdasarkan pada gambar 1.1 di atas, yaitu terdapat pemaparan terkait proyeksi timbunan sampah dan sampah plastik yang dilansir dari Katadata.co.id. Berdasarkan gambar di atas, timbunan sampah plastik meningkat dari Tahun 2017 dan diproyeksikan akan terus bertambah hingga Tahun 2025 mendatang, sementara sampah bukan plastik menunjukkan peningkatan pada tiap tahunnya (Wuri, 2024: <https://katadata.co.id/ekonomi-hijau/ekonomi-sirkular>).

**Gambar 1. 2**  
**Grafik Komposisi Sampah Tahun 2023**



Sumber: Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional

Berdasarkan gambar di atas, *chart pie* yang dilansir berdasarkan data SIPSN (Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional) 2023 menunjukkan bahwa komposisi sampah plastik menduduki posisi kedua setelah sisa makanan dengan persentase sebesar 18,9 persen. Kemudian rumah tangga menjadi sumber penambah *volume* sampah dengan persentase 38,5 persen. Sampah di Maret bersumber dari rumah tangga, industri, dan berbagai aktivitas manusia, oleh karena itu permasalahan untuk mengurangi sampah khususnya sampah plastik cukup kompleks karena bukan lagi persoalan mengenai kesadaran masing – masing individu namun dibutuhkan adanya komunikasi, informasi, dan edukasi kepada

masyarakat. Berdasarkan data yang dilansir pada laman Sistem Informasi dan Pengelolaan Sampah Nasional (SIPSN) terkait hasil capaian kinerja pengelolaan sampah yang dilakukan oleh 169 Kabupaten/kota pada Tahun 2023 tercatat Timbulan sampah 19,517 ton/tahun (SIPSN, 2024: [sipsn.menlhk.go.id/sipsn](https://sipsn.menlhk.go.id/sipsn)).

Penumpukan sampah plastik menjadi fenomena universal namun saat ini menjadi permasalahan, masih banyak masyarakat yang acuh terhadap sikap meminimalisir penggunaan produk berbahan dasar plastik yang sekali pakai menyebabkan penumpukan dan peningkatan timbunan sampah plastik. Dalam pengelolaan sampah plastik dan sampah non- plastik terbilang cukup rendah dalam manajemen pengelolaan sampah (Wuri, 2024: <https://katadata.co.id/ekonomi-hijau/ekonomi-sirkular>). Penumpukan sampah yang tidak terkendali menimbulkan dampak negatif bagi lingkungan dan masyarakat, kebakaran di tempat pembuangan akhir (TPA) adalah salah satu contoh bukti dari tidak terkelolanya sampah dengan baik yang disebabkan oleh penumpukan sampah yang melebihi kapasitas. Dikutip dari Tempo.com buruknya pengelolaan sampah yang menggunakan sistem open dumping yakni sistem pengelolaan dengan menumpuk sampah hingga menggunung, sehingga menimbulkan ledakan gas metana (Andryanto, 2023: <https://www.tempo.co/126220>).

Kebakaran TPA menyebabkan polusi udara yang berdampak pada kesehatan masyarakat dan menyebabkan masalah lingkungan. Ditinjau masih minimnya kesadaran masyarakat mengenai seberapa penting pengelolaan sampah. Edukasi mengenai pemilihan sampah dan daur ulang masih belum merata oleh karena itu teknologi pengelolaan sampah seperti daur ulang dan pengomposan

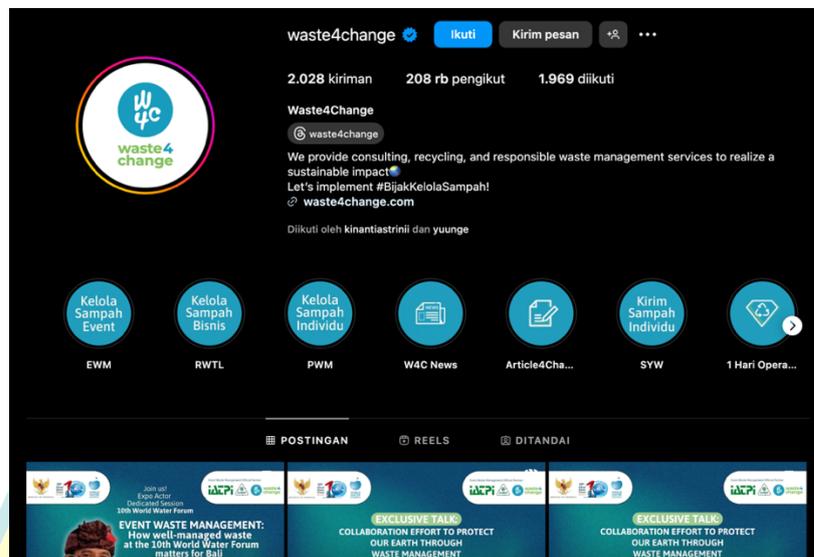
masih sedikit diterapkan secara luas sehingga mayoritas sampah berakhir di tempat pembuangan akhir (TPA) tanpa pengolahan terlebih dahulu dengan sistem *open dumping*. Pengurangan penggunaan produk plastik harus dilakukan oleh setiap lapisan masyarakat karena dewasa ini bumi semakin tua dan populasi manusia terus meningkat disusul oleh penumpukan sampah plastik yang tidak terkelola dengan baik menimbulkan berbagai permasalahan lingkungan. Kesadaran akan mengurangi penggunaan plastik dan pentingnya mengelola sampah yang sukar terurai dapat dilakukan dengan komunikasi melalui sebuah kampanye atau aksi nyata. Kampanye salah satu aktivitas komunikasi yang digunakan untuk mencapai tujuan, dan membangun kesadaran masyarakat terkait isu – isu yang sedang diperjuangkan. Adanya umpan balik mengindikasikan bahwa komunikasi dapat terjadi apabila komponen-komponen tertentu terpenuhi (Putri dkk., 2023: 10.11114/smc.v1i4.5768).

Kampanye memiliki sifat untuk mengubah lingkungan dengan membidik pesan – pesan yang ingin disampaikan kepada organisasi, perusahaan, atau komunitas yang bertanggung jawab memikirkan pembatasan dan menciptakan peluang yang memengaruhi keputusan dan perilaku individu tersebut (Berger dkk., 2021: 63). Diperlukan strategi yang sesuai untuk menjalankan program kampanye agar tepat dengan publiknya (Romli & Safitri, 2022: <https://doi.org/10.37817/ikraith-humaniora.v6i3.2182>). Komunikasi memegang peranan penting di kehidupan manusia secara individu ataupun organisasi (Sary dkk., 2022: <https://www.doi.org/Communications4.2.5>). Biasanya kampanye dilakukan melalui sebuah media massa salah satunya adalah media sosial,

mengingat media sosial adalah jejaring sosial yang dapat diakses semua lapisan masyarakat bahkan penjuru dunia dan dapat memudahkan untuk menyebarkan pesan – pesan dalam bentuk kampanye. Masyarakat menjadi target sebuah kampanye dikarenakan kampanye berperan sebagai wadah literasi serta edukasi bagi masyarakat yang bertujuan mengubah tindakan sesuai dengan apa yang diharapkan kampanye.

Di era komunikasi digital saat ini semakin memperkuat kedudukan komunikasi kampanye. Kampanye digital sering kali diterapkan untuk menjangkau khalayak lebih luas, tingginya tingkat penggunaan media digital juga mendukung untuk melakukan kampanye digital sebagai alat penyampaian pesan sehingga dapat mendorong tindakan khalayak secara meluas. Kampanye komunikasi memerlukan wadah untuk menggaungkan pesan atau isu yang akan disampaikan, salah satu perusahaan yang menggaungkan isu mengenai sikap peduli lingkungan dalam pengelolaan sampah adalah *Wasteforchange* dengan kampanyenya #BijakKelolaSampah pada akun media sosial Instagram @waste4change yang mengusung tentang isu peduli lingkungan. *WasteforChange* didirikan oleh Mohamad Bijaksana Junerosano dan tercetus pada Tahun 2014 berdasarkan diskusi antara *Greeneration & Ecobali* (Bumi Lestari Bali) sebagai perusahaan pengelolaan sampah yang memiliki misi mengurangi *volume* sampah yang berakhir pada tempat pembuangan akhir (TPA). *Waste4Change* aktif melakukan kampanye dengan memberikan literasi dan edukasi pada akun Instagram resminya @waste4change, akun tersebut berkembang hingga mencapai 208.000 pengikut per Maret Tahun 2024.

**Gambar 1. 3**  
**Overview Instagram Waste4change**



Sumber: Instagram @waste4change

Diakses pada: Mei 2024

Gambar di atas merupakan *overview* dari Instagram @waste4change, dalam era globalisasi kecanggihan dan kemajuan teknologi dan informasi berkembang pesat. Sosial media merupakan perwujudan dari kemajuan teknologi, melalui sosial media pesan atau informasi akan lebih efektif dan mudah tersampaikan kepada seluruh khalayak. Waste4change menggunakan sosial media Instagram untuk memperluas program mereka serta mengampanyekan isu lingkungan yakni terkait pentingnya pengelolaan sampah organik dan anorganik. Melalui gerakan #BijakKelolaSampah dan konten informatif serta edukatif yang disampaikan melalui akun Instagram resminya dapat mengajak serta memberikan solusi untuk dapat melakukan aksi nyata dalam mengelola dan bijak dalam penggunaan plastik. Dengan adanya gerakan kampanye yang dilakukan Waste4Change diharapkan

mampu mengubah pola pikir masyarakat terhadap pentingnya isu lingkungan yang memiliki pengaruh dalam kehidupan manusia.

**Tabel 1. 1**  
**Daftar Akun Instagram Pengusung Isu Lingkungan dalam Pengelolaan Sampah**

No	Akun Instagram	Jumlah Pengikut	Kampanye
1.	waste4change	208.000	#BijakKelolaSampah
2.	greenpeaceid	741.000	#BebasPlastik
3.	zerowaste.id_official	173.000	#ZeroWasteid30days
4.	sayapilihbumi	60,9.000	#SayaPilihBumi
5.	teensgogreen.id	38,7.000	#BijakPlastik

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2024

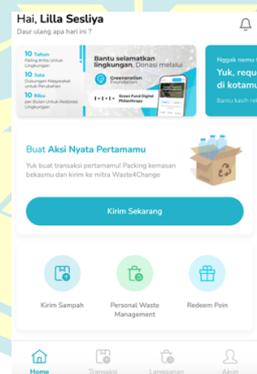
Pada tabel 1.1, akun @waste4change salah satu akun pengusung isu lingkungan yang berfokus dalam isu – isu timbunan sampah yang berlebih dan fokus terhadap pengelolaan sampah dan sampah plastik yang telah mendapati 208.000 pengikut di Instagram dan telah terverifikasi. Akun tersebut sangat aktif berbagi konten mengenai isu seputar sampah dan cara mengatasinya, konten yang dibagikan sangat informatif dan mudah dicerna oleh khalayak. Waste4Change tidak hanya sekedar menyampaikan isu krusial mengenai timbunan sampah melalui sebuah kampanye yang dilakukan yaitu kampanye #BijakKelolaSampah namun waste4change mengajak khalayak untuk dapat berpartisipasi dengan menyediakan program – program berkaitan yakni *Send Your Waste*, oleh karena itu peneliti memilih dan meneiliti kampanye #BijakKelolaSampah pada program *Send Your Waste Waste4Change*.

PT *Wasteforchange* dalam menggaungkan kampanye #BijakKelolaSampah memiliki program untuk menjalankan misinya salah satu programnya yaitu *Send*

*Your Waste*. Kampanye #BijakKelolaSampah berkenaan dengan program *Send Your Waste* bertujuan untuk meliterasikan kampanye ini kepada masyarakat luas terkait bagaimana pengelolaan sampah yang tepat. Kampanye tersebut memiliki tujuan untuk mengubah pola hidup masyarakat agar lebih peduli terhadap lingkungan melalui layanan dari perusahaan pengelolaan sampah.

Dilansir dari laman [waste4change.com](http://waste4change.com), program *Send Your Waste* diluncurkan pada Tahun 2018, Waste4Change mengajak masyarakat untuk aksi nyata melalui program tersebut dengan memulai kebiasaan memilah sampah melalui layanan *Send Your Waste*. Waste4Change memfasilitasi layanan untuk program tersebut yang dapat diakses pada halaman [app.waste4change.com](http://app.waste4change.com) agar memudahkan masyarakat dalam mengirim sampah agar sampah tersebut dikelola dengan bijak oleh waste4change.

**Gambar 1. 4**  
**Layanan program *Send Your Waste***



Sumber: [app.waste4change.com](http://app.waste4change.com)

Program *Send Your Waste* diinisiasi oleh Waste4Change yang merupakan program pengiriman sampah anorganik terpilah kepada mitra – mitra yang tersebar di seluruh Indonesia dan dapat dikirim menggunakan ekspedisi *online*, dan program

ini menjadi penghubung aksi nyata dari kampanye #BijakKelolaSampah. Waste4Change tidak hanya menggaungkan kampanye mengenai isu lingkungan dalam pengelolaan sampah, kampanye tersebut direalisasikan melalui sebuah program yakni *Send Your Waste*, setiap kontribusi yang dilakukan dengan mengirim sampah anorganik melalui *platform* yang disediakan oleh Waste4Change, masyarakat akan mendapatkan *reward* berupa *point* yang dapat diklaim menjadi saldo elektronik, pulsa, dan token listrik. Hal tersebut merupakan salah satu cara Waste4Change dalam meningkatkan *volume* partisipasi masyarakat.

PT WasteforChange menggaungkan sebuah kampanye melalui salah satu programnya yakni *Send Your Waste* untuk mengubah sikap masyarakat agar lebih pro-aktif dan peduli terhadap lingkungan dan mendorong masyarakat akan pentingnya meminimalisir sampah anorganik dan mengelolanya secara bijak. Melalui kampanye #BijakKelolaSampah pada program *Send Your Waste* yang dilakukan di akun sosial media Instagram @waste4change, *Waste for Change* mengajak seluruh lapisan masyarakat untuk bersama-sama meniadakan isu penimbunan sampah yang dapat menimbulkan dampak bagi lingkungan dan sekitar. Melalui program *Send Your Waste* pada kampanye #BijakKelolaSampah PT WasteforChange berharap dapat menurunkan *volume* penimbunan sampah anorganik dan masyarakat ikut serta dalam aksi menuntaskan penimbunan sampah melalui kampanye #BijakKelolaSampah dalam program *Send Your Waste*.

**Gambar 1. 5**  
**Postingan Kampanye #BijakKelolaSampah**



Sumber: Instagram @waste4change

Konten yang dibagikan oleh akun Instagram @waste4change pada 6 Februari 2023 mengenai program *Send Your Waste* berisi konten edukatif dan informatif yang memuat tentang pentingnya memilah dan mendaur ulang sampah, mengingatkan penduduk di Indonesia terus bertambah setiap tahunnya, jika dikalkulasikan dalam skala tahunan, Indonesia dapat memperoleh sampah mencapai 64 juta Ton. Meningkatkan kepedulian terhadap pengurangan penggunaan sampah anorganik patut dilakukan oleh seluruh lapisan masyarakat. Seperti yang telah dipaparkan di atas, bahwa dewasa ini populasi manusia semakin bertambah dan secara tidak sadar telah berkontribusi meningkatkan *volume* sampah yang akan berdampak pada lingkungan. Munculnya kampanye yang menggaungkan isu terhadap permasalahan tersebut diharapkan dapat menjadi solusi, oleh karena itu sangat penting untuk meningkatkan sikap peduli lingkungan

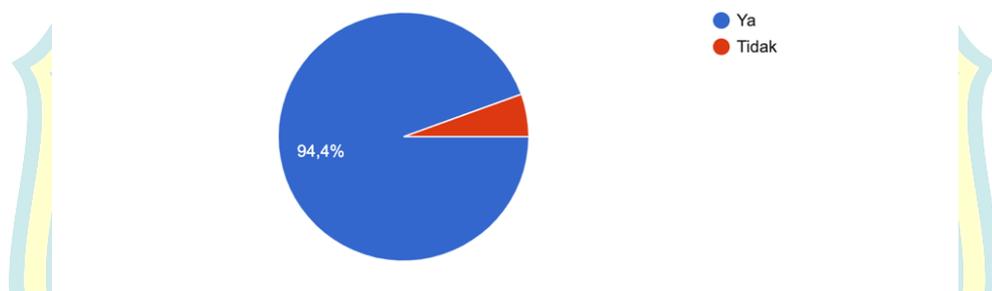
dengan mengurangi penggunaan plastik karena plastik merupakan jenis sampah yang sukar terurai.

Peneliti melakukan pra-survei untuk melengkapi data pada permasalahan penelitian serta menganalisis masalah penelitian. Peneliti melakukan pra-survei dengan menyebarkan kuesioner berupa *Google Form* dan memperoleh jawaban dari 36 responden.

**Gambar 1. 6**  
**Pertanyaan Mengenai Pengetahuan kampanye**

Apakah anda mengetahui kampanye program Send Your Waste #BijakKelolaSampah?

36 jawaban



Sumber: Data Olahan Peneliti, 2024

Kampanye adalah salah satu bentuk kegiatan komunikasi yang kerap kali dilakukan oleh sebuah komunitas ataupun perusahaan dengan masing-masing tujuan kampanye. Hasil dari survei kepada responden menunjukkan sebanyak 34 dari 36 responden (94,4%) mengetahui kampanye yang dilakukan oleh sebuah perusahaan Waste4Change yakni #BijakKelolaSampah dalam program *Send Your Waste* sebagai salah satu kampanye yang mengangkat isu lingkungan yang berfokus kepada pengelolaan sampah dan sampah plastik.

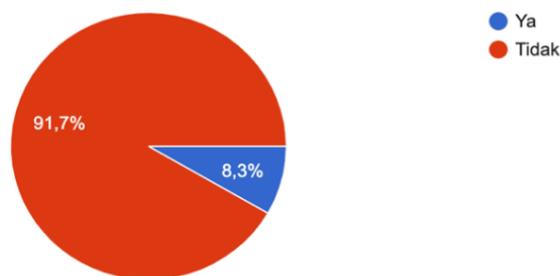
Berkaitan dengan kampanye yang digaungkan oleh Waste4change tentu terdapat tujuan atau pesan yang ingin disampaikan kepada masyarakat, dimana

melalui kampanye tersebut Waste4Change ingin mengajak seluruh lapisan masyarakat agar ikut serta dalam mengurangi atau meminimalisir penggunaan produk plastik dan mengajak masyarakat dengan bijak melakukan pengelolaan sampah yang dapat dilakukan melalui layanan program dari Waste4Change yakni program *Send Your Waste*, karena mengingat berdasarkan data dari SIPSN yang telah dipaparkan pada pembahasan sebelumnya tercatat timbunan sampah plastik meningkat dari Tahun 2017 dan akan terus bertambah, kemudian tercatat komposisi sampah plastik menduduki posisi kedua setelah sisa makanan dengan presentase sebesar 18,9 %. Hal ini membuktikan bahwa perlunya kesadaran masyarakat untuk meminimalisir dan memulai pengelolaan sampah dan sampah plastik untuk mengurangi kerusakan dan pencemaran lingkungan yang salah satu caranya melalui kampanye sosial yang mengangkat isu tersebut.

**Gambar 1. 7**  
**Tanggapan Setelah Mengetahui Kampanye**

Apakah setelah mengetahui kampanye tersebut anda mulai meminimalisir penggunaan produk plastik dan melakukan pengelolaan sampah secara bijak?

36 jawaban



Sumber: Data Olahan Peneliti, 2024

Peneliti melakukan survei yang berfokus pada kampanye Waste4change untuk mengetahui tanggapan responden setelah mengetahui kampanye

#BijakKelolaSampah pada program *Send Your Waste*. Hasil survei menyatakan bahwa 91,7% atau 33 dari 36 responden mengetahui kampanye tersebut namun kegiatan dalam meminimalisir penggunaan produk plastik dan melakukan pengelolaan sampah secara bijak masih rendah pengaplikasiannya. Hal ini menjadi suatu permasalahan, sebab tujuan sebuah kampanye yang dimana memberikan efek atau mendorong sikap dan perilaku khalayak menuju sebuah perubahan yang mana sasaran dari sebuah kampanye adalah untuk menuntaskan atau meniadakan suatu permasalahan tetapi kampanye yang dilakukan oleh Waste4change masih belum merujuk kepada serangkaian niat yang dinyatakan untuk secara bersama - sama meniadakan sebuah permasalahan atau isu mengenai pengurangan penggunaan produk plastik dan melakukan pengelolaan sampah dengan bijak.

Kampanye yang dilakukan oleh Waste4change dilakukan salah satunya melalui sebuah layanan program *Send Your Waste* yakni berupa layanan seperti bank sampah agar masyarakat dapat berpartisipasi aktif terhadap kampanye yang dilakukan Waste4change dengan mengirimkan sampah melalui program tersebut kemudian akan diolah secara bijak. Selain itu Waste4Change juga melakukan kampanye melalui sosial media pada akun Instagramnya @waste4change dengan membagikan konten edukatif yang bertujuan menyadarkan masyarakat terkait permasalahan timbunan sampah dan sampah plastik.

Pada gambar 1.5 di atas, dapat dilihat bahwa Waste4change membagikan konten edukatif yang diunggah pada 6 Februari 2023 seputar dampak yang terjadi akibat penimbunan sampah dan tidak terkelola dengan baik, yang dapat mendorong terjadinya dampak negatif akibat terlalu banyaknya penumpukan sampah karena

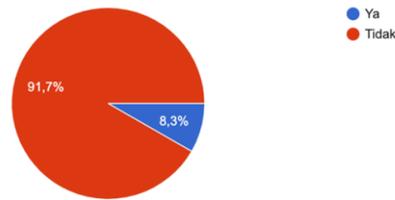
tidak terkelola dengan baik yang memicu perusakan lingkungan. Melalui kampanye dalam bentuk postingan konten edukatif, peneliti melakukan survei kepada responden terkait sikap yang ditimbulkan oleh responden setelah melihat postingan tersebut.

**Gambar 1. 8**

**Tanggapan Terkait Sikap**

Setelah melihat postingan tersebut, apakah postingan di atas memengaruhi anda untuk bersikap lebih peduli terhadap lingkungan khususnya dalam pengelolaan sampah?

36 jawaban



Sumber: Data Olahan Peneliti, 2024

Peneliti melakukan survei kepada responden yang telah melihat konten edukatif seperti pada gambar di atas yang diunggah oleh akun instagram @waste4change. Berdasarkan survei yang dilakukan, peneliti melakukan survei apakah setelah melihat salah satu konten edukatif tersebut dapat memengaruhi responden untuk bersikap lebih peduli terhadap lingkungan khususnya dalam pengelolaan sampah. Dari hasil survei yang didapat menunjukkan bahwa 91,7% Peneliti melakukan survei kepada responden yang telah melihat konten edukatif seperti pada gambar di atas yang diunggah oleh akun instagram @waste4change. Berdasarkan survei yang dilakukan, peneliti melakukan survei apakah setelah melihat salah satu konten edukatif tersebut dapat memengaruhi responden untuk bersikap lebih peduli terhadap lingkungan khususnya dalam pengelolaan sampah.

Dari hasil survei yang didapat menunjukkan bahwa 91,7% yakni 33 dari 36 responden memilih “Tidak”. Hal tersebut menjadi suatu permasalahan karena dinilai belum mampu untuk memengaruhi sikap untuk peduli terhadap lingkungan, dapat diartikan bahwa rendahnya evaluasi terhadap objek untuk menghasilkan reaksi afektif atau emosional dalam diri seseorang.

Berdasarkan pemaparan permasalahan di atas, muncul pertanyaan terkait faktor – faktor apa yang memengaruhi sikap peduli lingkungan pada *followers* Instagram @waste4change. Pertanyaan tersebut kemudian dirumuskan menjadi judul penelitian, yaitu “Faktor – faktor yang Mempengaruhi Kampanye #BijakKelolaSampah dalam Program *Send Your Waste* pada Instagram @waste4change Terhadap Sikap Peduli Lingkungan”.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Timbunan sampah terkhusus sampah plastik masih menjadi isu yang cukup krusial di Indonesia. Peralnya penyebab dari permasalahan ini adalah masih minimnya tingkat kesadaran terhadap sikap peduli lingkungan dalam pengurangan sampah terkhusus plastik di masyarakat sehingga terjadi angka kenaikan timbunan sampah setiap tahunnya.

Faktor lainnya yang menjadi penyebab timbunan sampah di Indonesia adalah kurangnya ketersediaan informasi dan edukasi terkait kesadaran masyarakat akan pentingnya pengelolaan sampah dan meminimalisir penggunaan produk plastik sekali pakai. Mengingat media sosial saat ini digunakan sebagai sarana distribusi informasi yang dapat diakses seluruh kalangan oleh karena itu gerakan kampanye yang digaungkan oleh suatu perusahaan atau komunitas banyak dilakukan melalui

media sosial Instagram. Namun, kampanye yang dilakukan hanya sekedar menyebarluaskan *hashtag* belaka tanpa menghadirkan solusi atas suatu permasalahan yang diangkat sehingga masyarakat tidak dapat berpartisipasi aktif atau melakukan tindakan aksi nyata untuk menyelesaikan persoalan yang ada.

Untuk mengeradikasi hal tersebut, kampanye #BijakKelolaSampah program *Send Your Waste* yang digaungkan oleh Waste4change hadir sebagai solusi atas permasalahan tersebut. Mereka tidak hanya menggaungkan sekedar kampanye dengan tagar, tetapi Waste4change membuat suatu program yaitu *Send Your Waste* agar masyarakat dapat melakukan aksi nyata untuk melakukan pengelolaan sampah secara bijak dan tereduksi tentang pentingnya untuk meminimalisir penggunaan produk plastik sekali pakai melalui kampanye yang mereka gaungkan di media sosial Instagram @waste4change. Waste4change memanfaatkan sosial media untuk menyebarkan pesan atau isu yang mereka angkat yakni terkait pentingnya pengelolaan sampah organik dan anorganik yang digaungkan pada kampanye #BijakKelolaSampah. Kampanye memiliki tujuan yaitu menyampaikan isu – isu kepada masyarakat untuk menyampaikan pesan pesan, sebagaimana kampanye yang dilakukan oleh Waste4change dengan sikap peduli lingkungan. Berdasarkan data yang telah dipaparkan di atas, maka didapatkan rumusan masalah dari penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana kampanye #BijakKelolaSampah pada Instagram @waste4change mengenai program *Send Your Waste* dalam unggahan 6 Februari 2023?

2. Bagaimana sikap peduli lingkungan pada Instagram @waste4change mengenai program *Send Your Waste* dalam unggahan 6 Februari 2023?
3. Apa saja faktor-faktor kampanye #BijakKelolaSampah pada Instagram @waste4change mengenai program *Send Your Waste* yang paling mempengaruhi sikap peduli lingkungan dalam unggahan 6 Februari 2023?

### 1.3. Tujuan Penelitian

Kampanye kerap kali dilakukan oleh sebuah perusahaan maupun komunitas untuk menyampaikan pesan dari sebuah isu yang di angkat. Berdasarkan penjelasan yang diperoleh, bahwa kampanye merupakan kegiatan untuk menyampaikan pesan terkait isu yang ada di masyarakat dengan tujuan membidik masyarakat berkenaan dengan pesan yang ingin disampaikan dan mengubah perilaku masyarakat tersebut sehingga kampanye berpengaruh terhadap sikap masyarakat. Maka peneliti memiliki tujuan sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui kampanye #BijakKelolaSampah pada Instagram @waste4change mengenai program *Send Your Waste* dalam unggahan 6 Februari 2023.
2. Untuk mengetahui sikap peduli lingkungan pada Instagram @waste4change mengenai program *Send Your Waste* dalam unggahan 6 Februari 2023.
3. Untuk mengetahui faktor-faktor kampanye #BijakKelolaSampah pada Instagram @waste4change mengenai program *Send Your Waste* yang paling mempengaruhi sikap peduli lingkungan dalam unggahan 6 Februari 2023.

#### 1.4. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Penelitian akademis, dengan adanya penelitian ini diharapkan mampu menjadikan referensi bagi peneliti dalam mengukur faktor – faktor yang mempengaruhi kampanye, khususnya kampanye dan sikap sebagai kebutuhan informasi serta referensi tambahan dan sebagai rujukan untuk penelitian selanjutnya. Penelitian ini dapat dijadikan sarana peneliti agar dapat menerapkan teori yang dipelajari dibangku kuliah.
2. Manfaat Penelitian Praktis, dengan adanya penelitian ini diharapkan agar dapat memberikan informasi yang bermanfaat terkait kampanye yang dilakukan oleh sebuah perusahaan atau komunitas. Diharapkan penelitian ini dijadikan sebagai bahan evaluasi untuk para praktisi dan dapat bermanfaat pada bidang komunikasi dalam penelitian lanjutan yang berhubungan dengan kampanye.

