

**PENGARUH *EXPOSURE* KAMPANYE MEDIA SOSIAL TIKTOK
@GREENPEACEID TERHADAP PERSEPSI MASYARAKAT TENTANG
KEBIJAKAN PEMERINTAH INDONESIA TERKAIT PERTAMBANGAN
NIKEL DI RAJA AMPAT**



Intelligentia - Dignitas

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi

Disusun Oleh:

Nama: Berril Nathanda Utomo

NIM: 1410621091

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUKUM
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2026**

ABSTRAK

Berril Nathanda Utomo, 1410621091, Pengaruh *Exposure* Kampanye Media Sosial Tiktok @Greenpeaceid Terhadap Persepsi Masyarakat Tentang Kebijakan Pemerintah Indonesia Terkait Pertambangan Nikel Di Raja Ampat, Skripsi, Jakarta, Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Jakarta, 2026: 200 Halaman, 8 Buku, 13 Jurnal.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *exposure* kampanye media sosial TikTok @Greenpeaceid terhadap persepsi masyarakat terkait kebijakan pemerintah Indonesia tentang pertambangan nikel di Raja Ampat. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada pentingnya media sosial sebagai platform komunikasi yang cepat, luas, dan interaktif, khususnya dalam mengedukasi dan menggerakkan kesadaran masyarakat mengenai isu lingkungan.

Teori *Elaboration Likelihood Model* (ELM) digunakan untuk menganalisis bagaimana audiens memproses pesan kampanye, baik melalui jalur sentral yang melibatkan analisis mendalam maupun jalur perifer yang mengandalkan isyarat visual dan sosial.

Metode penelitian kuantitatif diterapkan dengan survei kepada 100 responden penonton akun TikTok @Greenpeaceid, yang kemudian dianalisis menggunakan uji validitas, reliabilitas, normalitas, linearitas, dan regresi linier sederhana dengan bantuan SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kampanye #SaveRajaAmpat efektif dalam membentuk persepsi masyarakat, terutama melalui dimensi strategi, tujuan, dan perencanaan strategis yang sistematis serta tanggung jawab *exposure* kampanye. Persepsi masyarakat yang terbentuk meliputi fokus pada konten dan perhatian terhadap isu lingkungan, identifikasi kelompok pendukung kampanye, serta kemampuan mengingat dan menggunakan kembali pesan kampanye dalam diskusi sosial. Temuan juga menunjukkan adanya pengaruh signifikan kampanye terhadap persepsi dengan nilai koefisien determinasi 64,6%, yang berarti sebagian besar persepsi masyarakat dapat dijelaskan oleh kampanye tersebut.

Penelitian ini memperkuat pemahaman bahwa kampanye media sosial yang dirancang dengan baik dan menggunakan pendekatan ganda jalur sentral dan perifer mampu memobilisasi dukungan publik dan aksi nyata dalam pelestarian lingkungan Raja Ampat.

Kata kunci: Kampanye media sosial, TikTok, Greenpeace, persepsi masyarakat, pertambangan nikel, Raja Ampat, *Elaboration Likelihood Model*, advokasi lingkungan.

ABSTRACT

Berril Nathanda Utomo, 1410621091, *The Influence of Exposure to the TikTok Social Media Campaign @Greenpeaceid on Public Perception Regarding the Indonesian Government's Nickel Mining Policy in Raja Ampat. Communication Science Study Program, Faculty of Social Sciences and Law, Universitas Negeri Jakarta, 2026: 200 Pages, 8 Books, 13 Journals.*

This research aims to determine the influence of exposure to the TikTok social media campaign @Greenpeaceid on public perception regarding the Indonesian government's nickel mining policy in Raja Ampat. The background of this study is rooted in the importance of social media as a fast, wide-reaching, and interactive communication platform, especially in educating and mobilizing public awareness concerning environmental issues.

The Elaboration Likelihood Model (ELM) theory is used to analyze how the audience processes campaign messages, either through the central route which involves deep analysis or the peripheral route which relies on visual and social cues.

A quantitative research method was applied using a survey of 100 respondents who are viewers of the @Greenpeaceid TikTok account. The data was then analyzed using validity, reliability, normality, linearity, and simple linear regression tests with the aid of SPSS.

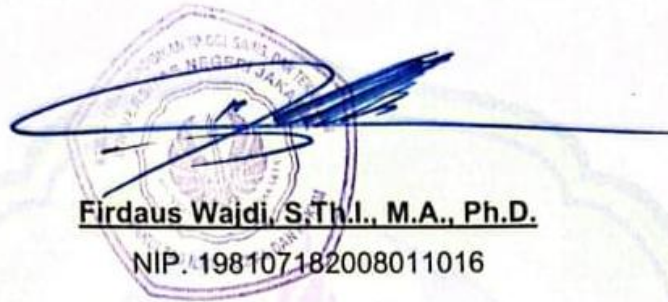
The research results indicate that the #SaveRajaAmpat campaign is effective in shaping public perception, particularly through the dimensions of systematic strategy, goals, and strategic planning, as well as the accountability of campaign exposure. The formed public perception includes a focus on content and attention to environmental issues, identification with the campaign's supporting groups, and the ability to recall and reuse campaign messages in social discussions. The findings also show a significant influence of the campaign on perception with a determination coefficient value of 64.6%, meaning that the majority of public perception can be explained by the campaign.

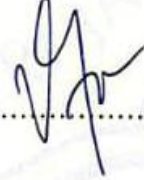
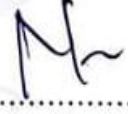
This research reinforces the understanding that a well-designed social media campaign, utilizing a dual approach of central and peripheral routes, is capable of mobilizing public support and concrete action in the preservation of the Raja Ampat environment.

Keywords: Social media campaign, TikTok, Greenpeace, public perception, nickel mining, Raja Ampat, Elaboration Likelihood Model, environmental advocacy.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab/Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum
Universitas Negeri Jakarta


Firdaus Wajdi, S.Th.I., M.A., Ph.D.
NIP. 198107182008011016

No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	<u>Sandy Allifiansyah, M.A., Ph.D</u> NIP. 199106022024061002 Ketua		08/01/2026
2.	<u>Dr. Elisabeth Nugrahaeni, P. M.Si</u> NIP. 197311152006042001 Penguji Ahli I		08/01/2026
3.	<u>Dr. Vera Wijayanti, M.Si</u> NIP. 197403092005012001 Penguji Ahli II		08/01/2026
4.	<u>Nada Arina Romli, M.I.Kom.</u> NIP. 199109142019032022 Pembimbing I		08/01/2026
5.	<u>Dr. M. Fikri Akbar, M.Si., M.M</u> NIP. 198705302024061001 Pembimbing II		08/01/2026

Tanggal Lulus: 23 Januari 2026

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Berril Nathanda Utomo
No. Registrasi : 1410621091
Jenjang : S1
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum
Judul Skripsi/KA : Pengaruh *Exposure* Kampanye Media Sosial Tiktok @Greenpaceid Terhadap Persepsi Masyarakat Tentang Kebijakan Pemerintah Indonesia Terkait Pertambangan Nikel Di Raja Ampat

Dengan ini menyatakan bahwa saya memastikan Karya Ilmiah saya yang berjudul **"Pengaruh *Exposure* Kampanye Media Sosial Tiktok @Greenpaceid Terhadap Persepsi Masyarakat Tentang Kebijakan Pemerintah Indonesia Terkait Pertambangan Nikel Di Raja Ampat"** 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, 10 Desember 2025



Berril Nathanda Utomo

NIM. 1410621091

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI



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, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Berril Nathanda Utomo
NIM : 1410621091
Fakultas/Prodi : Ilmu Sosial dan Hukum/S1 Ilmu Komunikasi
Alamat Surel : Berrilnathamda@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:

**PENGARUH *EXPOSURE* KAMPANYE MEDIA SOSIAL TIKTOK
@GREENPEACEID TERHADAP PERSEPSI MASYARAKAT TENTANG
KEBIJAKAN PEMERINTAH INDONESIA TERKAIT PERTAMBANGAN NIKEL DI
RAJA AMPAT**

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

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak UPT 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, 21 Januari 2026

Penulis

(Berril Nathanda Utomo)

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim, atas berkat rahmat Allah yang maha pengasih dan maha penyang, dengan penuh rasa syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT. Karena berkah rahmat dan karunianya penulis mampu menyelesaikan penelitian ini yang berjudul "Pengaruh *Exposure* Kampanye Media Sosial Tiktok @Greenpeaceid Terhadap Persepsi Masyarakat Tentang Kebijakan Pemerintah Indonesia Terkait Pertambangan Nikel Di Raja Ampat ". ini sebagai salah satu syarat menyelesaikan studi pada Program Strata-1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Jakarta.

Selama proses penyusunan skripsi banyak pihak yang telah membantu agar dapat segera menyelesaikan penulisan dengan baik, tepat dan benar. Kepada orang tua penulis yang telah membantu secara materi dan moril serta sabar menghadapi dan mendukung penulis hingga skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, penulis dengan bangga dan senang hati serta tulus ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Komarudin, M.Si. selaku Rektor Universitas Negeri Jakarta beserta jajarannya.
2. Firdaus Wajdi, M.A., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Negeri Jakarta beserta jajarannya.
3. Dr. Dini Safitri, M.Si. selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Negeri Jakarta.
4. Dr. Marisa Puspita Sary, M.Si., dan Sandy Allifiansyah, M.A., Ph.D., selaku Koordinator Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta.
5. Nada Arina Romli, M.I.Kom. selaku dosen pembimbing pertama dan Dr. M. Fikri Akbar, M.Si, M.M. selaku dosen pembimbing kedua yang telah membantu, meluangkan waktu dan tenaga, serta memberikan arahan kepada peneliti dalam proses penyusunan skripsi dari awal hingga akhir penelitian.

6. Seluruh dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta, Dr. Dini Safitri, M.Si., Dr. Marisa Puspita Sary, M.Si., Dr. Kinkin Yuliaty S.P., M.Si., Dr. Kinkin Yuliaty S.P., M.Si., Dr. Wiratri Anindhita, M.Sc., Dr. Maulina Larasati Putri, M.I.Kom., Dr. Elisabeth Nugrahaeni P., M.Si., Dr. Vera Wijayanti Sutjipto, M.Si., Sandy Allifiansyah, M.A., Ph.D., Mega Ayu Permatasari, M.Si., dan Noprita Herari, M.I.Kom. yang telah memberikan ilmu dan membimbing peneliti selama masa perkuliahan.
7. Teman-teman mahasiswa/i Prodi Strata-1 Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta angkatan 2021.
8. Terakhir terima kasih juga untuk teman teman yang selalu menemani dan menyemangati penulis hingga akhirnya penulis bisa menyelesaikan skripsi ini, terkhusus Mailavia Fatiha Wahyudiani, Muhammad Azel Ambiar Akasyah dan teman teman Katanya Warkop Resing (Raihan Khalis Muhammad, Matthew Hadrinoel, M Daffa Arkaan, M Zahfron Raihansyah, Firly Amar Nashwa, Zacky Sazari Putra, Vahri Damar, Taufan Wijaya) serta teman teman Bandung Boys and Girls (Shilla Hermiranda, Victorio Kusumosidi, Ahmad Rizki, Nabila Oktaviona Pribadi, Rachel Margareth).

Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih memiliki kekurangan. Oleh sebab itu, penulis sangat mengharapkan saran dan masukan yang bersifat membangun. Penulis juga berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi positif bagi para pembaca.

Jakarta, 20 Oktober 2025

Peneliti

Intelligentia - Dignitas

Berril Nathanda Utomo

NIM. 1410621091

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GRAFIK.....	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	23
1.3 Tujuan Penelitian.....	24
1.4 Manfaat Penelitian.....	25
1.4.1 Manfaat Teoritis	25
1.4.2 Manfaat Praktis.....	26
BAB II LANDASAN TEORI	27
2.1 Tinjauan Teori.....	27
2.1.1 <i>Elaboration Likelihood Model</i> (ELM).....	27
2.2 Variabel Bebas	30
2.2.1 Kampanye (Campaign).....	30
2.3 Variabel Terkait.....	33
2.3.1 Persepsi (Perception)	33
2.4 Penelitian Terdahulu.....	36
2.5 Hipotesis Teori.....	52
2.6 Model Penelitian.....	52
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	53
3.1 Paradigma Penelitian	53

3.2	Metode Penelitian	55
3.3	Pendekatan Penelitian	56
3.4	Jenis Penelitian	57
3.5	Subjek Penelitian	58
3.5.1	Populasi.....	58
3.5.2	Sampel	59
3.5.3	Teknik Penarikan Sampel	61
3.6	Hipotesis Riset dan Hipotesis Statistik	62
3.7	Metode Pengumpulan Data.....	64
3.8	Uji Validitas dan Reliabilitas	65
3.8.1	Validitas	65
3.8.2	Reliabilitas	67
3.9	Metode Analisis Data.....	69
3.9.1	Univariat	69
3.9.2	Bivariat.....	70
3.10	Definisi Oprasional	73
3.11	Operasional Konsep.....	79
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	84
4.1	Hasil Penelitian	84
4.1.1	Hasil Penelitian <i>Exposure</i> Kampanye Media Sosial Tiktok @GREENPEACEID 3 Juni 2025	84
4.1.2	Hasil Penelitian Persepsi Masyarakat Tentang Kebijakan Pemerintah Indonesia Terkait Pertambangan Nikel Di Raja Ampat	137
4.1.3	Hasil Penelitian Pengaruh <i>Exposure</i> Kampanye Media Sosial Tiktok @GREENPEACEID Terhadap Persepsi Masyarakat Tentang Kebijakan Pemerintah Indonesia Terkait Pertambangan Nikel Di Raja Ampat 3 Juni 2025.....	170
4.2	Pembahasan Penelitian	175
4.2.1	Pembahasan Penelitian <i>Exposure</i> Kampanye Media Sosial Tiktok @GREENPEACEID 3 Juni 2025.....	175

4.2.2 Pembahasan Penelitian Persepsi Masyarakat Tentang Kebijakan Pemerintah Indonesia Terkait Pertambangan Nikel Di Raja Ampat.....	180
4.2.3 Pembahasan Penelitian Pengaruh <i>Exposure</i> Kampanye Media Sosial Tiktok @GREENPEACEID Terhadap Persepsi Masyarakat Tentang Kebijakan Pemerintah Indonesia Terkait Pertambangan Nikel Di Raja Ampat 3 Juni 2025	184
BAB V PENUTUP.....	195
5.1 Kesimpulan	195
5.2 Saran.....	196
DAFTAR PUSTAKA	198
LAMPIRAN	xx



Intelligentia - Dignitas

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Data pengguna media sosial tiktok didunia	5
Gambar 1.2	Akun tiktok greenpeaceid	6
Gambar 1.3	Penyerahan sertifikat unesco kepada gubernur Papua Barat	8
Gambar 1.4	Grafik deforestasi nikel tahunan	10
Gambar 1.5	Deforestai Nikel Greenpeace.....	12
Gambar 1.6	Peta Luasan PT GAG NIKEL.....	14
Gambar 1.7	Menteri EDM Bahlil Lahadalia, mengumumkan pencabutan Izin Usaha Pertambangan di Kabupaten Raja Ampat, Papua Barat Daya, di Istana Kepresidenan, Jakarta, 10 Juni 2025.	17
Gambar 1.8	Pra-riset mengenai pengetahuan kampanye media sosial @greenpeaceid	18
Gambar 1.9	Pra-riset mengenai pengetahuan kampanye media sosial @greenpeaceid	19
Gambar 1.10	Pra-riset mengenai pengetahuan kampanye media sosial @greenpeaceid	20
Gambar 1.11	Pra-riset mengenai pengetahuan kampanye media sosial @greenpeaceid	20
Gambar 1.12	Pra-riset mengenai pengetahuan kampanye media sosial @greenpeaceid	21
Gambar 1.13	Pra-riset mengenai pengetahuan kampanye media sosial @greenpeaceid	22
Gambar 2.1	Pengaruh <i>Exposure</i> Kampanye Media Sosial Tiktok @Greenpeaceid Terhadap Persepsi Masyarakat Tentang Kebijakan Pemerintah Indonesia Terkait Pertambangan Nikel Di Raja Ampat.....	52
Gambar 3.1	Penonton Video Tiktok @greenpeaceid 3 Juni 2025	59

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	42
Tabel 3.1	Kategori Klasifikasi Validitas <i>Kaiser Meyer-Olkin</i> (KMO).....	66
Tabel 3.2	Tabel Hasil Uji Validitas Variabel Kampanye (X)	66
Tabel 3.3	Tabel Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi (Y)	67
Tabel 3.4	Nilai Standar <i>Cronbach's Alpha</i>	68
Tabel 3.5	Tabel Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kampanye (X)	68
Tabel 3.6	Tabel Hasil Uji Reliabilitas Variabel Persepsi (Y)	69
Tabel 3.7	Tabel Operasional Konsep.....	80
Tabel 4.1	Kampanye #SaveRajaAmpat ingin mencapai peningkatan pengetahuan masyarakat tentang Kebijakan Pemerintah Indonesia Terkait Pertambangan Nikel Di Raja Ampat.....	84
Tabel 4.2	Kampanye #SaveRajaAmpat dirancang dengan konsep yang jelas untuk pengetahuan masyarakat tentang Kebijakan Pemerintah Indonesia Terkait Pertambangan Nikel Di Raja Ampat	85
Tabel 4.3	Hasil utama dari kampanye #SaveRajaAmpat adalah masyarakat yang mengetahui tentang Kebijakan Pemerintah Indonesia Terkait Pertambangan Nikel Di Raja Ampat.....	87
Tabel 4.4	Kampanye #SaveRajaAmpat memiliki tujuan jelas untuk mengajak masyarakat menghentikan kerusakan lingkungan di Raja Ampat.	88
Tabel 4.5	Kampanye #SaveRajaAmpat ini menunjukkan niat bersama untuk menyuarakan penolakan terhadap dampak negatif tambang nikel.....	89
Tabel 4.6	Isi kampanye #SaveRajaAmpat menggambarkan upaya kolektif untuk mengatasi masalah lingkungan akibat kebijakan pertambangan.....	90
Tabel 4.7	Kampanye #SaveRajaAmpat ini memiliki tujuan utama untuk melindungi alam Raja Ampat.	92

Tabel 4.8	Tujuan besar kampanye #SaveRajaAmpat adalah menghentikan kerusakan lingkungan.....	93
Tabel 4.9	Isi kampanye #SaveRajaAmpat mencerminkan visi besar yang ingin dicapai bersama.	94
Tabel 4.10	Kampanye #SaveRajaAmpat ini memiliki langkah-langkah kecil untuk mencapai tujuan besarnya.	95
Tabel 4.11	Kampanye #SaveRajaAmpat dari awal hingga ke perkembangan selanjutnya.	96
Tabel 4.12	Setiap langkah kampanye #SaveRajaAmpat terasa mendekatkan pada tujuan akhirnya.	97
Tabel 4.13	Kampanye #SaveRajaAmpat ini ingin menghasilkan perubahan nyata terhadap kebijakan tambang nikel.....	98
Tabel 4.14	Kampanye #SaveRajaAmpat ini fokus pada hasil akhir yang penting bagi lingkungan.	99
Tabel 4.15	Tujuan akhir kampanye #SaveRajaAmpat ini dapat dilihat melalui pesan-pesan yang disampaikan.	99
Tabel 4.16	Kampanye #SaveRajaAmpat ini menggunakan data dan fakta yang mendukung isi pesannya.....	100
Tabel 4.17	Informasi dalam kampanye #SaveRajaAmpat ini terasa dapat dipercaya karena didukung data yang jelas.	101
Tabel 4.18	Memahami isu karena kampanye #SaveRajaAmpat disertai dengan bukti nyata.....	103
Tabel 4.19	Kampanye #SaveRajaAmpat ini disampaikan dengan cara yang sopan dan komunikatif.	104
Tabel 4.20	Kampanye #SaveRajaAmpat mengikuti prinsip komunikasi yang baik dan bertanggung jawab.	105
Tabel 4.21	Isi kampanye #SaveRajaAmpat mencerminkan nilai-nilai keterbukaan dan kepedulian terhadap publik.	106
Tabel 4.22	Kampanye #SaveRajaAmpat ini mampu mengubah cara pandang saya terhadap tambang nikel.	107

Tabel 4.23	Isi kampanye #SaveRajaAmpat membuat saya terdorong untuk lebih peduli lingkungan.	107
Tabel 4.24	Pesan kampanye #SaveRajaAmpat cukup persuasif dan menyentuh.	108
Tabel 4.25	Dalam kampanye #SaveRajaAmpat ini setiap kegiatan punya tugas tersendiri.	109
Tabel 4.26	Kampanye #SaveRajaAmpat ini dilaksanakan oleh tim yang menjalankan tanggung jawabnya.....	110
Tabel 4.27	Setiap bagian dari kampanye #SaveRajaAmpat berjalan sesuai dengan tugas yang sudah ditentukan.	111
Tabel 4.28	Mengetahui siapa yang berada di balik kampanye #SaveRajaAmpat ini.	112
Tabel 4.29	Kampanye #SaveRajaAmpat ini dijalankan oleh pihak yang kredibel dan peduli lingkungan.....	113
Tabel 4.30	Penanggung jawab kampanye #SaveRajaAmpat tampak aktif menyuarakan isu tambang.....	114
Tabel 4.31	Kampanye #SaveRajaAmpat ini dilaksanakan dalam waktu yang tepat dan sesuai rencana.....	115
Tabel 4.32	Tidak ada keterlambatan dalam pelaksanaan kampanye #SaveRajaAmpat ini.	116
Tabel 4.33	Waktu dalam kampanye #SaveRajaAmpat cukup efektif untuk menyampaikan pesan.....	117
Tabel 4.34	Kampanye #SaveRajaAmpat memiliki tahapan yang runtut dan terstruktur dalam menyampaikan pesan.	118
Tabel 4.35	Setiap bagian dari kampanye #SaveRajaAmpat disusun seperti tangga, mulai dari masalah hingga solusi yang ditawarkan.	119
Tabel 4.36	Kampanye #SaveRajaAmpat ini tampak memperhatikan urutan strategi, sehingga semua elemen saling mendukung dan relevan.	120
Tabel 4.37	Kampanye #SaveRajaAmpat memiliki keterkaitan yang jelas antara misi, tujuan, dan strategi yang dijalankan.	121

Tabel 4.38	Setiap pesan dalam kampanye #SaveRajaAmpat tampak dirancang berdasarkan pernyataan masalah dan diarahkan pada hasil yang ingin dicapai.	122
Tabel 4.39	Kampanye #SaveRajaAmpat ini menunjukkan hubungan yang kuat antara taktik yang digunakan dan misi besar yang ingin diwujudkan.	123
Tabel 4.40	Kampanye #SaveRajaAmpat ini menunjukkan ide-ide baru yang menarik perhatian.	124
Tabel 4.41	Isi kampanye #SaveRajaAmpat kreatif dan tidak membosankan.	125
Tabel 4.42	Ide yang ditampilkan pada kampanye #SaveRajaAmpat membantu saya memahami isu dari sudut pandang berbeda.	126
Tabel 4.43	Kampanye #SaveRajaAmpat ini mengajak saya berpikir lebih dalam terhadap dampak tambang nikel.	127
Tabel 4.44	Kampanye #SaveRajaAmpat ini mampu menunjukkan kritik yang membangun.	128
Tabel 4.45	Kampanye #SaveRajaAmpat ini membantu saya mempertimbangkan kembali persepsi terhadap kebijakan pemerintah.	129
Tabel 4.46	Kampanye #SaveRajaAmpat ini mengajak masyarakat untuk peduli bersama terhadap lingkungan.	130
Tabel 4.47	Kampanye #SaveRajaAmpat ini menggerakkan opini publik secara kolektif.	131
Tabel 4.48	Kampanye #SaveRajaAmpat ini berhasil menyatukan pandangan orang-orang tentang perlunya perubahan.	132
Tabel 4.49	<i>Mean Per-Indikator Variabel X</i>	133
Tabel 4.50	Memperhatikan dan menganggap isi kampanye #SaveRajaAmpat penting.	137
Tabel 4.51	Memahami kampanye #SaveRajaAmpat ini dengan lebih serius.	138

Tabel 4.52	Kampanye #SaveRajaAmpat ini membuat saya berpikir secara sadar tentang isu lingkungan.	139
Tabel 4.53	Fokus pada konten kampanye #SaveRajaAmpat sesuai dengan nilai dan minat saya.	140
Tabel 4.54	Informasi dari kampanye #SaveRajaAmpat saya saring untuk memahami hal yang paling penting.	141
Tabel 4.55	Tidak terlalu memperhatikan informasi yang tidak berkaitan dengan lingkungan pada kampanye #SaveRajaAmpat.	142
Tabel 4.56	Kampanye #SaveRajaAmpat ini menambah pengetahuan saya tentang pertambangan nikel.....	143
Tabel 4.57	Menyusun informasi dari kampanye #SaveRajaAmpat ke dalam pemahaman sehari-hari.	143
Tabel 4.58	Kampanye #SaveRajaAmpat ini memperkuat pemahaman saya tentang pentingnya pelestarian alam.....	144
Tabel 4.59	Kampanye #SaveRajaAmpat ini adalah contoh ideal dari kampanye lingkungan di media sosial.	145
Tabel 4.60	Kampanye #SaveRajaAmpat ini bisa menjadi model bagi kampanye lain.....	146
Tabel 4.61	Gaya kampanye #SaveRajaAmpat ini cocok dijadikan acuan kampanye digital lainnya.....	148
Tabel 4.62	Kampanye #SaveRajaAmpat ini mencerminkan karakter khas kelompok pecinta lingkungan.....	149
Tabel 4.63	Kampanye #SaveRajaAmpat ini mewakili kelompok yang menentang tambang merusak alam.....	150
Tabel 4.64	Isi kampanye #SaveRajaAmpat membuat saya mengidentifikasi kelompok tertentu yang mendukungnya...	151
Tabel 4.65	Kampanye #SaveRajaAmpat ini langsung menarik perhatian saya sejak pertama kali melihatnya.	152
Tabel 4.66	Visual dan pesan dalam kampanye #SaveRajaAmpat ini cukup kuat untuk membuat saya fokus.	153

Tabel 4.67	Kampanye #SaveRajaAmpat ini membuat saya untuk mencari tahu lebih dalam tentang isunya.	154
Tabel 4.68	Informasi dalam kampanye #SaveRajaAmpat ini saya kelompokkan dengan mudah dalam pikiran saya.	155
Tabel 4.69	Kampanye #SaveRajaAmpat ini terstruktur, sehingga mudah di pahami.	156
Tabel 4.70	Konten kampanye #SaveRajaAmpat ini memudahkan saya menghubungkan satu isu dengan isu lain.	157
Tabel 4.71	Menyadari bahwa meskipun orang lain dan saya melihat kampanye #SaveRajaAmpat yang sama, cara kami memahami pesannya bisa berbeda.	158
Tabel 4.72	Bisa memiliki pendapat yang berbeda setelah melihat kampanye #SaveRajaAmpat, walaupun kami melihat konten yang sama.	159
Tabel 4.73	Setiap orang bisa memiliki alasan atau penafsiran masing-masing terhadap isi kampanye #SaveRajaAmpat.	160
Tabel 4.74	Mengingat informasi yang pernah saya lihat dalam kampanye #SaveRajaAmpat.	161
Tabel 4.75	Tahapan-tahapan pesan dalam kampanye #SaveRajaAmpat terekam dalam ingatan secara berurutan.	162
Tabel 4.76	Konten kampanye #SaveRajaAmpat yang saya tonton sebelumnya menjadi bagian dari ingatan saya saat membahas isu tambang nikel.	163
Tabel 4.77	Mengingat kembali isi kampanye #SaveRajaAmpat saat membahas isu lingkungan.	164
Tabel 4.78	Informasi dari kampanye #SaveRajaAmpat muncul kembali di pikiran saya ketika mendengar tentang pertambangan nikel.	165
Tabel 4.79	Menggunakan kembali pesan dari kampanye #SaveRajaAmpat saat berdiskusi tentang dampak lingkungan di Raja Ampat.	166
Tabel 4.80	<i>Mean Per-Indikator Variabel Y</i>	166

Tabel 4.81 Hasil Uji Normalitas.....	171
Tabel 4.82 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Sederhana	173
Tabel 4.83 Hasil Uji t.....	174
Tabel 4.84 Hasil Uji Koefisien Determinasi	175



Intelligentia - Dignitas

DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1 Nilai <i>Mean</i> Dimensi Variabel Kampanye (X).....	136
Grafik 4.2 Nilai <i>Mean</i> Dimensi Variabel Persepsi (Y).....	169
Grafik 4.3 Hasil Uji Linearitas.....	172

