

ABSTRAK

Jayanti Wenas (01045180017)

PENGARUH TERPAAN MEDIA KAMPANYE *HASHTAG* #SEASOLDIER TERHADAP PERUBAHAN PERILAKU *FOLLOWERS*

(LXXXII + 61 halaman: 3 gambar; 15 tabel; 7 lampiran)

Tingginya jumlah sampah plastik serta berbagai ancaman yang ditimbulkan terhadap lingkungan dan makhluk hidup, telah menjadi permasalahan yang dihadapi berbagai negara di dunia. Hal ini salah satunya disebabkan oleh penggunaan tas plastik sekali pakai yang masih erat penggunaannya dalam kehidupan sehari-hari, selain dikarenakan kegunaannya yang sangat fungsional, tetapi juga dikarenakan harganya yang sangat terjangkau. Beragam upaya telah dilakukan oleh berbagai pihak untuk menangani permasalahan tersebut. Termasuk salah satu diantaranya yaitu organisasi Seasoldier yang berupaya melakukan kampanye digital dengan memanfaatkan fitur *hashtag* #Seasoldier. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur seberapa besar pengaruh terpaan kampanye *hashtag* #Seasoldier di Instagram terhadap perubahan perilaku *followers* dalam mengurangi penggunaan tas plastik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif survei eksplanatif untuk menguji teori Ekologi Media. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* kepada responden dengan kriteria: memiliki akun Instagram dan merupakan *followers* aktif akun Seasoldier yang pernah melihat, menyukai, berkomentar atau mengunggah konten dengan *hashtag* #Seasoldier. Hasil temuan penelitian ini menunjukkan terdapat korelasi yang positif dan kuat antara terpaan kampanye *hashtag* dengan perubahan perilaku *followers* dengan nilai koefisien korelasi sebesar $r=.776$ dan nilai koefisien determinasi sebesar $r^2=.598$ menunjukkan terpaan kampanye *hashtag* menjelaskan sebesar 59.8% terhadap perubahan perilaku *followers*. Penelitian selanjutnya dapat mendalami pengaruh terpaan media kampanye *hashtag* dengan adanya keterkaitan persona yang ingin ditampilkan kepada publik.

Kata Kunci: Kampanye, *Hashtag*, Instagram, Perilaku *Followers*.

Referensi: 51 (1967-2021)

ABSTRACT

Jayanti Wenas (01045180017)

PENGARUH TERPAAN MEDIA KAMPANYE *HASHTAG* #SEASOLDIER TERHADAP PERUBAHAN PERILAKU *FOLLOWERS*

(LXXXII + 61 halaman: 3 gambar; 15 tabel; 7 lampiran)

The high amount of plastic waste and its various threats to the environment and living things has become a major concern for many countries around the world. One of the many causes are the use and dispose of single-use plastic bags throughout our everyday life, and it is mainly due to the functionality and affordability of single-use plastic bags. Numerous efforts have been made by a number of parties in responding to this global concern. Seasoldier organization have been conducting a digital campaign on Instagram by utilizing the hashtag feature #Seasoldier to influence behaviour of their followers and encourage them to reduce their use of plastic bags. This study aims to determine whether the exposure of the hashtag campaign on Instagram can influence behavioral change in their followers. This study uses an explanatory survey method with quantitative approach based on the Media Ecology theory. This research used purposive sampling techniques to obtain the respondent with the following criteria: having Instagram account and also an active followers of the Seasoldier who at least have seen, commented or uploaded content with the hashtag #Seasoldier. The results of this study indicates a positive and strong correlation between the hashtag campaign in changing follower's behavior with correlation coefficient value $r=.776$ and coefficient of determination value $r^2=.598$ defines 59.8% of hashtag campaign exposure to changing follower's behavior. Future researcher can explore the correlation between this research's data result with the social media persona.

Keywords: Campaign, Hashtag, Instagram, Followers Behavior
Reference: 51 (1967-2021)