

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Teknologi yang bertambah maju dan berkembang saat ini, sangat membantu dalam memberi kemudahan di kehidupan manusia. Hasil dari kemajuan dan perkembangan teknologi salah satunya adalah plastik (sekali pakai) yang dapat digunakan untuk mengemas berbagai macam barang hingga makanan dan minuman sekalipun. Mulai abad ke-20 penggunaan plastik di dunia baru berkembang secara luas, namun pada tahun 1930-an perkembangan penggunaan plastik dinilai sangat mencengangkan. Lalu pada tahun 1990-an penggunaan plastik ditaksir sebesar 150 juta ton/tahun dan terus meningkat pada tahun 2005 sebesar 220 juta ton/tahun (*Indonesia Solid Waste Association, 2021*).

Saat ini manusia tidak bisa lepas dari penggunaan plastik di segala kegiatan dalam kehidupan sehari-harinya. Hal tersebut dikarenakan plastik memiliki kelebihan-kelebihan seperti ringan, tahan lama, murah, dll. (*Indonesia Solid Waste Association, 2021*). Namun penggunaan plastik sekali pakai yang berkepanjangan dan berlebihan dapat memberikan dampak buruk bagi lingkungan. Plastik sekali pakai akan terus menumpuk yang pada akhirnya dapat mengancam kelestarian lingkungan. Disebutkan bahwa setiap tahunnya sampah plastik membunuh 1 juta burung laut, 100.000 mamalia

laut, dan ikan yang tak terhitung jumlahnya. Selain itu, banyak juga penyu di Kepulauan Seribu yang mati dikarenakan tidak sengaja memakan sampah plastik (*Indonesia Environment & Energy Center*, 2016). Maka dari itu, permasalahan mengenai sampah plastik merupakan tanggung jawab bagi setiap individu yang harus segera ditangani dan diselesaikan bersama-sama dalam rangka menyelamatkan ekosistem.

Salah satu masalah lingkungan yang belum menemukan titik terang hingga sekarang adalah sampah plastik. Sampah plastik tergolong sampah anorganik yang akan memakan waktu sangat lama agar bisa terurai atau hancur di tanah. Diketahui bahwa sampah plastik membutuhkan 100-500 tahun untuk dapat terurai dengan sempurna (*Indonesia Environment & Energy Center*, 2016). Karenanya, sampah plastik yang dibuang pada akhirnya menumpuk dan mencemari alam sekitar (termasuk laut). Penelitian Marcus Eriksen menemukan bahwa lebih dari 5 triliun potongan plastik yang mengapung di lautan beratnya lebih dari 250.000 ton. Data tersebut menunjukkan bahwa sampah plastik yang mencemari laut memiliki jumlah begitu banyak.

Indonesia merupakan salah satu negara yang juga masih berusaha menangani permasalahan sampah plastik ini. Penelitian tahun 2015 yang dilakukan oleh Jenna R. Jambeck dengan artikel yang diberi judul "*Plastic Waste Inputs From Land Into The Ocean*", mengemukakan bahwa Indonesia menjadi negara dengan sampah plastik (dibuang ke laut) tertinggi kedua di dunia yang beratnya mencapai 187,2 juta ton. Data tersebut selaras dengan

Badan Pusat Statistik (BPS), bahwa setiap tahunnya Indonesia memproduksi sampah plastik sebesar 64 juta ton dengan perkiraan sebesar 3,2 juta ton yang berada di lautan (AQUA Bijak Berplastik, 2021). Fenomena penumpukan sampah plastik ini sangat berbahaya jika dibiarkan begitu saja. Hal tersebut dikarenakan sampah plastik di lautan akan terus terbelah menjadi partikel mikro hingga nano plastik yang nantinya ikan dan hewan laut lain dapat tidak sengaja memakannya. Lebih parahnya lagi, sampah-sampah plastik tersebut dapat membunuh para biota laut dan juga merusak ekosistem laut.

Kota Semarang selaku Ibu Kota Provinsi Jawa Tengah sekaligus merupakan kota terpadat di Jawa Tengah bahkan di Indonesia. Data dari Dinas Kependudukan dan Pencacatan Sipil Kota Semarang memperlihatkan bahwa pada Desember 2021 terdapat sebanyak 1,6 juta jiwa penduduk Kota Semarang (Dispendukcapil Kota Semarang, 2021). Dengan kepadatan dan banyaknya penduduk, maka permasalahan mengenai sampah plastik juga tidak dapat dihindari di Kota Semarang. Patria seorang pegiat Wahana Lingkungan Hidup Jawa Tengah memperkirakan sampah plastik di Kota Semarang mencapai 1.276 ton setiap harinya (serat.id, 2021). Selanjutnya, dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Mada Triandala Sibero pada 2020 mengenai pendataan sampah, hasilnya memperlihatkan bahwa di Pantai Marina dan Pantai Tirang yang terletak di Kota Semarang didominasi oleh sampah plastik.

Dengan melihat fenomena sampah plastik yang memprihatinkan di Kota Semarang, maka Pemkot Semarang akhirnya menerapkan larangan

penggunaan plastik dalam perdagangan yang diatur dalam Peraturan Walikota (Perwal) Semarang Nomor 27 Tahun 2019 tentang pengendalian sampah plastik. Dalam peraturan tersebut, bentuk plastik yang dikendalikan adalah kantong plastik, sedotan plastik, pipet plastik, dan *styrofoam*. Lalu, untuk pelaku usaha yang dimaksud yaitu hotel, toko modern, restoran, dan penjual makanan. Bagi para pelanggar akan ditindak mulai dari teguran tertulis, paksaan pemerintah, pembekuan usaha, hingga pencabutan izin usaha (Purbaya, 2019).

Diketahui bahwa salah satu penyumbang terbesar sampah plastik di Indonesia yaitu sedotan plastik. Hal itu dilansir oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) yang mengungkapkan bahwa sampah sedotan plastik menyumbang sebesar 67,8 ton pada tahun 2020. Direktur Kemitraan Lingkungan (Ditjen PSKL) Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan menjelaskan bahwa permasalahan sampah plastik terus naik sepanjang masa pandemi (Covid-19). Fenomena tersebut diakibatkan oleh konsumsi masyarakat yang berubah selama berada di rumah, terutama pada tingginya penggunaan produk-produk kemasan seperti sedotan plastik (Handayani, 2021).

Penelitian yang dilakukan oleh *Divers Clean Action* menjelaskan tingginya penggunaan sedotan plastik di Indonesia yang disebutkan bahwa sedotan plastik dikonsumsi sebanyak 93,2 juta batang setiap harinya, atau seperti perjalanan lintas benua Jakarta–Mexico City bila dibentangkan dan dapat memutari bumi sebanyak tiga kali jika dihitung akumulasi dari

konsumsi sedotan plastik dalam seminggu (Alicia, 2018). Penggunaan sedotan plastik yang tinggi tersebut, memperlihatkan bahwa masyarakat mengalami ketergantungan dalam penggunaan sedotan plastik dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini dikarenakan bahwa tidak semua tempat makan/minum yang menganggap penggunaan sedotan adalah pilihan. Masih banyak para pelaku usaha yang biasa menyajikan minuman dengan sedotan plastik. Kebiasaan tersebut masih dianggap lumrah dilakukan karena adanya konsep saling melengkapi dari pasangan gelas dan sedotan. Maka masyarakat masih ketergantungan menggunakan sedotan plastik karena anggapan bahwa minum harus menggunakan sedotan plastik, tidak langsung dari gelas (Citarum Harum Juara, 2021).

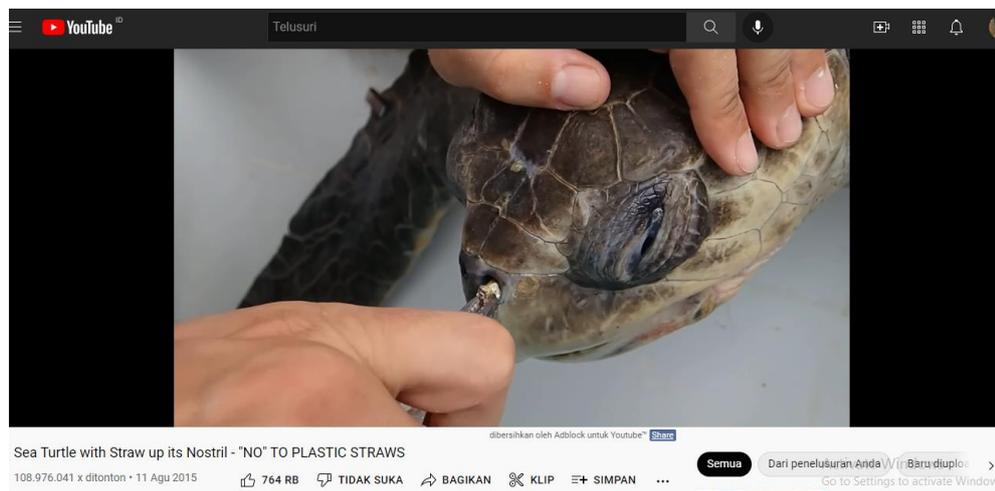
Banyaknya sampah sedotan plastik ditunjukkan oleh *Divers Clean Action* yang melakukan kegiatan penyelaman di Pulau Pramuka (Kepulauan Seribu) dengan hasil ditemukannya sebanyak 300 kg sampah plastik dan diantaranya terdapat 16 kg sampah sedotan plastik. Kegiatan tersebut juga dilakukan pada 40 titik di Pulau Bali dengan hasil terdapat 40 ton sampah plastik yang 11% diantaranya merupakan sampah sedotan plastik (Arianto, 2021).

Direktur Pengelolaan Sampah, Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan mengungkapkan bahwa sampah sedotan plastik adalah salah satu dari sepuluh masalah serius di dunia (Burhanuddin, 2018). Salah satu faktor mengapa sampah sedotan plastik terus menumpuk di lingkungan telah dijelaskan oleh Kementerian Lingkungan Hidup, yaitu bahwa para pelaku

daur ulang di Indonesia mampu mendaur ulang sekitar 70% sampah plastik namun mereka tidak bersedia untuk mendaur ulang sampah sedotan plastik dikarenakan memiliki nilainya yang rendah dan sulit didaur ulang (Harahap, 2018).

Biota laut seperti terumbu karang dan hewan di lautan terkena imbas dari sampah sedotan plastik yang menyebabkan populasinya berkurang sepertiga setiap tahunnya. Hal tersebut sangat mengancam ekosistem laut karena terumbu karang memiliki peran yang besar dalam melindungi dari banjir pantai, erosi, dan berbagai kerusakan lain yang disebabkan oleh air laut. Sementara itu, terumbu karang memiliki berbagai kegunaan bagi para biota laut sebagai tempat mencari makan dan tumbuh kembang mereka.

Gambar 1.1.1 **Cuplikan Video Pencabutan Sedotan Plastik pada Penyu**



(Sumber: Youtube)

Pada tahun 2015 akun Youtube bernama *Sea Turtle Biologist* mengunggah sebuah rekaman video yang pernah viral karena membuat gempar di jagat media sosial. Dalam video tersebut memperlihatkan manusia yang sedang berusaha mencabut sedotan plastik dari hidung seekor penyu. Rekaman video tersebut sudah ditonton sebanyak lebih dari 108 juta kali (diakses pada 21 Mei 2022 pukul 16.14 WIB). Dari video tersebut membuktikan betapa berbahayanya sampah sedotan plastik bagi lingkungan, khususnya para hewan laut. Sedotan plastik yang memiliki ukuran kecil tapi ternyata menjadi masalah dan ancaman yang besar bagi alam (termasuk ekosistem laut) jika dibiarkan terus menumpuk.

Maka dari itu, perlu adanya berbagai macam upaya untuk menanggulangi permasalahan sampah sedotan plastik. Salah satu upaya yang sedang berlangsung yaitu melalui kampanye. Kampanye mengenai permasalahan sampah sedotan plastik biasa disebut dengan Kampanye *No Plastic Straw*. Kampanye *No Plastic Straw* menjadi media dalam pengedukasian masyarakat tentang bahaya yang muncul dari sampah sedotan plastik bagi keberlangsungan lingkungan. Kampanye ini difokuskan untuk menimbulkan kesadaran yang pada akhirnya memunculkan perubahan pada perilaku publik dalam mengurangi penggunaan sedotan plastik di kehidupan sehari-hari.

Kampanye diyakini dapat menimbulkan perilaku tertentu (sesuai dengan pesan kampanye) pada publik. Pernyataan tersebut dapat didukung dan diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Nor Shafiqizni Yuhani,

Nur Ashikin Mohd Effendi, Norsyaza Hanis Rushdan, Farah Nadira Zamri, Saodah Wok dengan judul “*Factors Influencing the Participation in IIUM Zero Single-Use Plastic Campaign*” yang dilakukan di Malaysia. Responden dalam penelitian ini adalah komunitas *International Islamic University Malaysia* (IIUM) di Kampus Gombak sebanyak 398. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Zero Single-Use Plastic Campaign* mempengaruhi perilaku positif pada publik.

Pada masa pandemi seperti saat ini, Kampanye *No Plastic Straw* lebih fokus dilaksanakan melalui media sosial. Hal tersebut dikarenakan adanya pembatasan untuk beraktivitas secara langsung yang melibatkan banyak orang dan menimbulkan kerumunan. Selain itu, media sosial juga dapat memberikan pengaruh yang besar kepada masyarakat karena mayoritas individu memiliki akun media sosial dimana Kampanye *No Plastic Straw* dilakukan. Pernyataan tersebut sejalan dengan data dari We Are Social yang memperlihatkan adanya kenaikan pengguna aktif media sosial di Indonesia pada tahun 2020-2022, sebagai berikut:

Tabel 1.1.1
Jumlah Pengguna Aktif Media Sosial Tahun 2020-2022 (Juta)

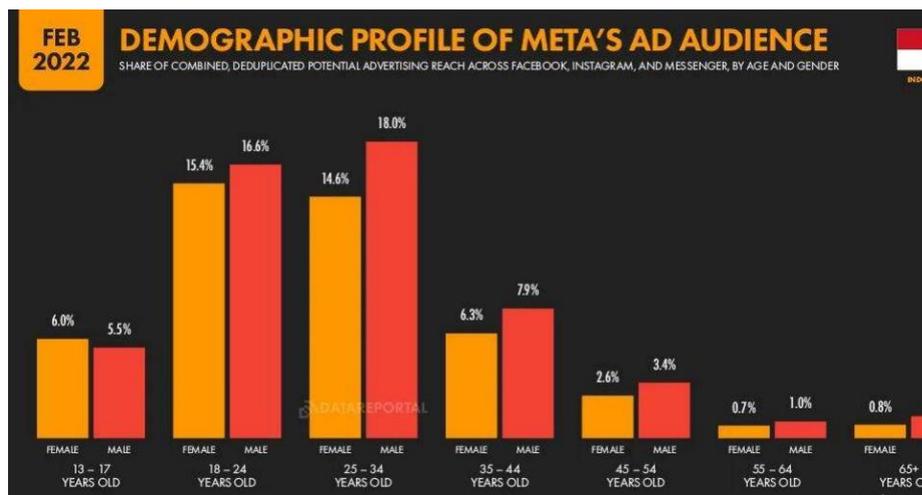
2020	2021	2022
160	170	191,4

(Sumber: *We Are Social*)

Data yang dipaparkan oleh *We Are Social* tersebut menunjukkan adanya peningkatan pengguna aktif media sosial di Indonesia setiap tahunnya

(tahun 2020-2022). Dimana di tahun 2020 sebanyak 160 juta pengguna aktif media sosial. Lalu pada 2021 pengguna aktif media sosial naik menjadi 170 juta dan terus naik dengan jumlah 191,4 juta di tahun 2022 (*We Are Social*). Sehingga dapat disimpulkan pada masa pandemi seperti ini, kampanye melalui media sosial adalah sarana yang efektif untuk mengubah perilaku pengurangan penggunaan sedotan plastik.

Gambar 1.1.2
Data Pengguna Media Sosial di Indonesia
Berdasarkan Kelompok Umur



(Sumber: *We Are Social*)

Dari seluruh pengguna aktif media sosial tersebut, *We Are Social* menyebutkan bahwa pada tahun 2022 generasi Y dan Z mendominasi penggunaan media sosial di Indonesia dengan rentang usia 18-34 tahun. Dikarenakan bahwa generasi Y dan Z dianggap lebih cepat beradaptasi dengan perkembangan teknologi daripada generasi lainnya. Dalam data

tersebut generasi Y dengan usia 28-34 tahun (kelahiran tahun 1988-1994) dan generasi Z berusia 18-27 tahun (kelahiran tahun 1995-2004).

Penelitian yang dilakukan W. Palley tahun 2012 mendapatkan hasil bahwa 60% dari responden generasi Z memulai kehidupan sosialnya secara online, lalu 50% lebih nyaman berbicara dengan orang secara online daripada di kehidupan nyata, dan 70% nyaman berbicara dengan teman online daripada di kehidupan nyata (Turner,2015). Maka dapat disimpulkan bahwa generasi Z memiliki kedekatan yang erat dengan media sosial di kehidupan sehari-harinya.

Sudah banyak pihak yang melaksanakan Kampanye *No Plastic Straw* baik secara online maupun offline. Contohnya seperti pada restoran-restoran yang menerapkan kebijakan untuk tidak menggunakan sedotan plastik sama sekali serta ada juga yang telah beralih ke sedotan ramah lingkungan atau sedotan yang dapat dipakai berulang kali (*reusable*). Selain itu, mereka juga melakukan kampanye dengan memberikan informasi berupa unggahan mengenai bahaya sampah sedotan plastik bagi lingkungan di media sosialnya masing-masing.

Gambar 1.1.3

Poster Kampanye #NOSTRAWMOVEMENT oleh KFC



(Sumber: Instagram Official KFC Indonesia)

Kentucky Fried Chicken atau lebih dikenal dengan nama KFC adalah restoran cepat saji yang asalnya dari Amerika Serikat. KFC pertama kali membuka gerai di Indonesia pada 1978. KFC Indonesia berkomitmen untuk menjaga lingkungan melalui Program KFC Green Action yang telah dilaksanakan sejak 2012. No Straw Movement yang diterapkan pada tahun 2017 merupakan salah satu bagian dari program tersebut. Keberjalanan program ini dilaksanakan secara *hybrid* baik online maupun offline. Pelaksanaan secara online dilakukan di media sosial dengan cara memberikan informasi mengenai fakta dan dampak sampah sedotan plastik bagi lingkungan. Lalu secara offline, KFC membatasi penggunaan sedotan plastik pada setiap penyajian minuman di seluruh gerai KFC Indonesia. KFC juga mengedukasi masyarakat tentang bahaya sampah sedotan plastik pada lingkungan. Selain itu, pada 2019 KFC Indonesia menawarkan stainless straw dalam rangka merayakan 40 tahun KFC Indonesia. Diharapkan dengan kampanye tersebut dapat merubah perilaku masyarakat untuk mengurangi

penggunaan sedotan plastik, khususnya pada pelanggan KFC (PressRelease.id, 2021).

Gambar 1.1.4

Poster Kampanye #MulaiTanpaSedotan oleh McDonald`s

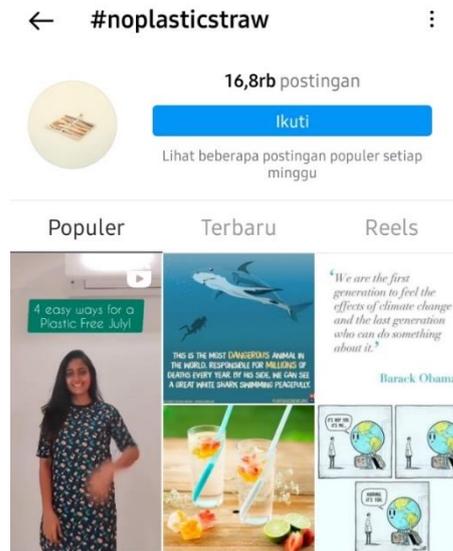


(Sumber: Instagram Official McDonald`s Indonesia)

Selain KFC, hal serupa juga dilakukan oleh restoran cepat saji lain yaitu McDonald`s. Restoran ini didirikan di Amerika Serikat pada tahun 1940. Lalu McDonald`s membuka gerai pertama di Indonesia pada 1991. Program yang dilakukan McDonald`s dalam rangka mengurangi penggunaan sedotan plastik disebut dengan #MulaiTanpaSedotan yang sudah diterapkan sejak tahun 2018. McDonald`s Indonesia mengurangi penggunaan sedotan plastik pada setiap penyajian minumannya serta secara berkala melakukan kampanye secara online di media sosial. Gerakan ini dilatar belakangi oleh pihak McDonald`s Indonesia yang prihatin dengan produksi sampah plastik (khususnya sampah sedotan plastik) yang terus meningkat di Indonesia. McDonald`s Indonesia berharap dengan adanya gerakan ini nantinya dapat membawa perubahan yang besar bagi lingkungan (Agustin, 2018).

Gambar 1.1.5

Kampanye #NoPlasticStraw di Instagram



(Sumber: Instagram)

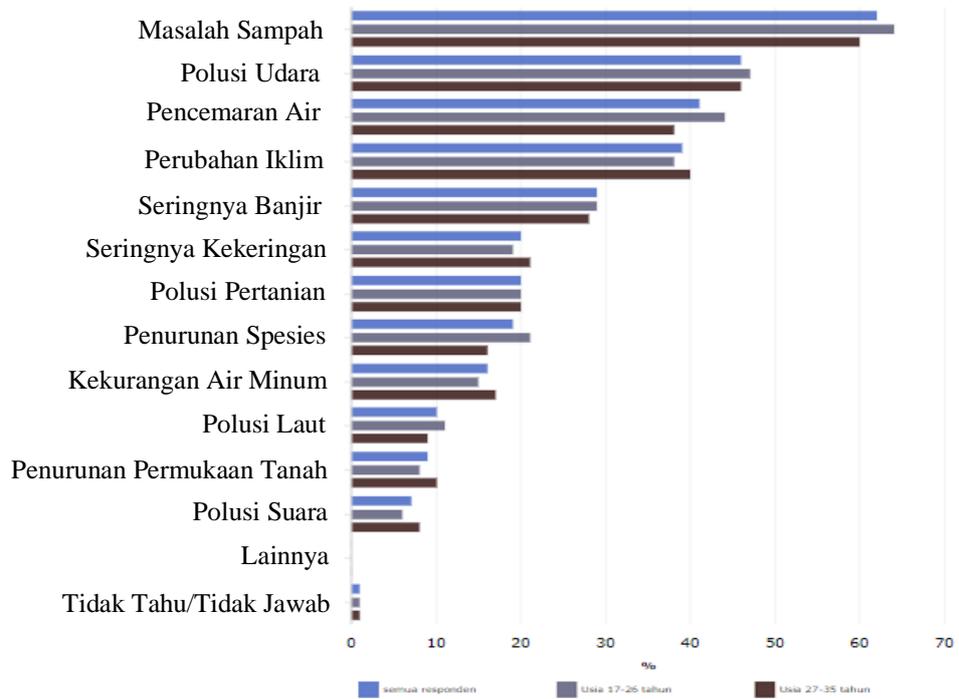
Kampanye *No Plastic Straw* juga aktif dilakukan secara online di media sosial dengan *hashtag* #NoPlasticStraw. Di Instagram sendiri, *hashtag* tersebut telah digunakan sebanyak lebih dari 16 ribu unggahan (diakses pada 21 Mei 2022 pukul 16.18 WIB). Tujuan dari kampanye ini adalah untuk mengedukasi, mengajak, dan mempersuasi publik dalam mengurangi atau bahkan menghentikan penggunaan sedotan plastik dalam kehidupan sehari-hari. Sebagian besar juga banyak yang telah beralih menggunakan sedotan ramah lingkungan atau sedotan *reusable* (seperti berbahan stainless steel, bambu, kaca).

Selain terpaan kampanye, tingkat kesadaran lingkungan diyakini dapat memunculkan perilaku pengurangan penggunaan sedotan plastik. Penelitian yang dilakukan oleh Shazia Kousar, Muhammad Afzal, Farhan

Ahmed, dan Štefan Bojnec pada tahun 2022 dengan judul “*Environmental Awareness and Air Quality: The Mediating Role of Environmental Protective Behaviors*” mendapatkan hasil bahwa kesadaran lingkungan secara signifikan dan positif mempengaruhi perilaku pro-lingkungan. Responden penelitian ini yaitu 403 mahasiswa pascasarjana yang terdaftar di universitas swasta dan negeri yang diakui Komisi Pendidikan Tinggi di Pakistan.

Survei yang dilakukan Indikator Politik Indonesia (IPI) pada tahun 2021 menemukan bahwa generasi Y dan Z khawatir dengan permasalahan lingkungan. Terdapat 82% generasi Y dan Z yang memiliki kesadaran mengenai isu perubahan iklim. Jika didetailkan, generasi Z memiliki persentase lebih tinggi sebanyak 85% dibanding generasi Y yang hanya 79% (Sihaloho, 2021). Survei tersebut menunjukkan bahwa generasi Z merupakan generasi dengan kesadaran yang paling tinggi mengenai isu lingkungan.

Gambar 1.1.6
Data Isu Lingkungan yang Paling Penting bagi Generasi Y dan Z
pada Tahun 2021



(Sumber: Databoks)

Hasil dari survei tersebut juga menunjukkan bahwa 62% responden (generasi Y dan Z) menganggap isu lingkungan yang paling penting yaitu masalah sampah (Rizaty, 2021). Maka permasalahan sampah menjadi permasalahan lingkungan yang paling genting untuk segera ditangani dan diselesaikan.

Gambar 1.1.7
Data Persentase Penduduk Indonesia berdasarkan Generasi



(Sumber: Databoks)

Hasil Sensus Penduduk tahun 2020 menyebutkan bahwa populasi penduduk Indonesia didominasi oleh generasi Z sebanyak 27,94% atau sekitar 74,93 juta jiwa dan generasi Y sebesar 25,87% yaitu 69,38 juta jiwa (Jayani, 2021). Generasi Z sebagai generasi dengan populasi terbanyak di Indonesia memiliki peran yang krusial dalam pembentukan kebiasaan baru untuk berkontribusi pada lingkungan secara berkelanjutan.

1.2. Rumusan Masalah

Penggunaan sedotan plastik di masyarakat masih terbilang tinggi, diperlihatkan dengan data Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) yang mengungkapkan bahwa sampah sedotan plastik menyumbang

sebesar 67,8 ton pada tahun 2020. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Divers Clean Action juga menunjukkan tingginya pemakaian sedotan plastik di Indonesia yang mencapai 93,2 juta batang setiap harinya. Data-data tersebut memperlihatkan konsumsi sedotan plastik yang terbilang tinggi oleh masyarakat Indonesia.

Kota Semarang selaku Ibu Kota Provinsi Jawa Tengah sekaligus menjadi kota terpadat di Jawa Tengah bahkan Indonesia, tidak lepas dari masalah tersebut. Oleh karena itu, Pemkot Semarang mengesahkan Peraturan Wali Kota Semarang Nomor 27 Tahun 2019 tentang pengendalian sampah plastik. Dalam peraturan tersebut, bentuk plastik yang dikendalikan salah satunya yaitu sedotan plastik.

Berbagai kampanye online yang bertujuan untuk mengurangi penggunaan sedotan plastik telah banyak dilakukan oleh berbagai pihak di media sosial. Data dari We Are Social menyebutkan bahwa pada tahun 2022 generasi Y dan Z mendominasi penggunaan media sosial di Indonesia dengan rentang usia 18-34 tahun.

Selain kampanye, kesadaran lingkungan juga menjadi salah satu faktor yang memunculkan perilaku pengurangan penggunaan sedotan plastik. Dari hasil survei yang dilakukan Indikator Politik Indonesia (IPI) pada tahun 2021 menemukan bahwa terdapat 82% generasi Y dan Z yang memiliki kesadaran mengenai isu perubahan iklim. Jika didetailkan, generasi Z memiliki persentase lebih tinggi sebanyak 85% dibanding generasi Y hanya 79%.

Generasi Z sebagai generasi dengan populasi terbanyak di Indonesia (Sensus Penduduk Tahun 2020) memiliki peran yang krusial dalam pembentukan kebiasaan baru untuk berkontribusi pada lingkungan secara berkelanjutan yang ditunjukkan dengan tindakan seperti perilaku mengurangi penggunaan sedotan plastik.

Berdasarkan permasalahan diatas, maka pertanyaan penelitian yang muncul yaitu: “Apakah ada Pengaruh Terpaan Kampanye *No Plastic Straw* dan Tingkat Kesadaran Lingkungan terhadap Perilaku Pengurangan Penggunaan Sedotan Plastik pada Generasi Z?”.

1.3. Tujuan Penelitian

Bertujuan untuk mengetahui pengaruh Terpaan Kampanye *No Plastic Straw*, Tingkat Kesadaran Lingkungan, dan Perilaku Pengurangan Penggunaan Sedotan Plastik pada Generasi Z.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dipakai untuk pengembangan teori dan penelitian selanjutnya dalam meninjau pengaruh terpaan kampanye dan tingkat kesadaran lingkungan terhadap perilaku pengurangan penggunaan sedotan plastik.

1.4.2. Manfaat Praktis

Memberikan saran pada pemerintah dan lembaga terkait tentang strategi yang tepat dalam upaya menangani permasalahan sampah plastik, khususnya sampah sedotan plastik.

1.4.3. Manfaat Sosial

Menjadi sumber informasi dan evaluasi dalam memberikan edukasi pada masyarakat untuk dapat mengurangi penggunaan plastik (khususnya sedotan plastik) serta ikut menjaga kelestarian lingkungan.

1.5. Kerangka Teori

1.5.1. Paradigma Penelitian

Peneliti memilih paradigma positivistik sebagai landasan dasar pada penelitian ini. Penggunaan paradigma positivistik untuk menunjukkan sebuah hubungan kausalitas (sebab akibat) dari variabel yang diteliti. Paradigma positivistik berasumsi bahwa suatu gejala dapat dikelompokkan (Sugiyono, 2013: 42).

Hal yang dilihat dari penelitian ini yaitu apakah ada pengaruh (sebab akibat) dari tiga variabel. Ketiga variabel yang dimaksud adalah variabel independen berjumlah 2 (X1 dan X2) dan variabel dependen berjumlah 1 (Y). Adapun variabel independen yang digunakan yaitu terpaan kampanye *No Plastic Straw* dan tingkat kesadaran lingkungan. Sedangkan variabel dependennya yaitu perilaku pengurangan penggunaan sedotan plastik pada generasi Z.

1.5.2. State of the Art

Penelitian serupa diteliti oleh Nor Shafiqizni Yuhani, Nur Ashikin Mohd Effendi, Norsyaza Hanis Rushdan, Farah Nadira Zamri, Saodah Wok dalam Jurnal Komunikasi: *Malaysian Journal of Communication*, Jilid 36 (4), 2020, halaman 85-98 dengan judul “*Factors Influencing the Participation in IIUM Zero Single-Use Plastic Campaign*”. Jurnal penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh IIUM Zero Single-Use Plastic Campaign (ZSUPC) pada komunitas *International Islamic University Malaysia* (IIUM) di Kampus Gombak (tingkat kesadaran, persepsi, sikap, kesiapan, dan perilaku). Teori yang dipakai pada penelitian ini adalah *Planned Behaviour Theory*. Lalu menggunakan desain penelitian kuantitatif melalui metode survei dengan responden sebanyak 398 dari komunitas Kampus IIUM Gombak. Analisis menggunakan SPSS dengan teknik *one-sample t-test*, korelasi, and regresi. Penelitian menghasilkan bahwa terdapat tingkat kesadaran, persepsi, sikap, kesiapan, dan perilaku yang tinggi terhadap *Zero Single-Use Plastic Campaign*. Selain itu, juga ada hubungan positif dan signifikan antara faktor dan perilaku (penggunaan).

Penelitian selanjutnya dengan judul “*Role of Knowledge, Subjective Norms, Perceived Behavior Control, and Attitudes in Predict Pro-Environmental Behavior*” yang dilakukan oleh Muhammad Tamar, Triani Arfah, Indri Alviolita Halim, Puspa

Akhlakul Karimah Tuhelelu dalam *Green Medical Journal* Vol. 3 No. 3, halaman 108-117, 2021. Tujuan penelitian ini yaitu untuk menjelaskan apakah ada pengaruh pengetahuan, norma subjektif, kontrol perilaku, dan sikap terhadap perilaku pro-lingkungan (sampah plastik) pada mahasiswa. Penelitian ini menggunakan *Planned Behavior Theory*. Metode penelitian yang dipakai yaitu survei yang dilakukan selama 3 bulan dan diisi oleh mahasiswa dari seluruh fakultas di Universitas Hasanuddin berjumlah 399 responden. Regresi berganda dan regresi linier digunakan dalam analisis data. Hasil penelitian terhadap seluruh variabel (pengetahuan, norma subjektif, kontrol perilaku, dan sikap) diketahui mempengaruhi perilaku pro-lingkungan (sampah plastik) pada mahasiswa.

Penelitian ketiga yaitu yang dilakukan oleh Shazia Kousar, Muhammad Afzal, Farhan Ahmed, Štefan Bojnec dengan judul “*Environmental Awareness and Air Quality: The Mediating Role of Environmental Protective Behaviors*” dalam *Sustainability*, Volume 14 Issue 6, halaman 1-20, 2022. Tujuan penelitian yaitu untuk menguji peran kesadaran lingkungan dan kesadaran perubahan iklim siswa dalam perilaku perlindungan lingkungan dan kualitas lingkungan serta menguji peran mediasi perilaku perlindungan lingkungan dalam hubungan antara perilaku lingkungan, perilaku perubahan iklim, dan kualitas lingkungan. Teori yang dipakai dalam penelitian ini yaitu *Value Belief Norm Theory* (VBN), *Planned Behaviour Theory*, dan

Theory of Environmentally Responsible Behavior (ERB). Peneliti menggunakan metode kuantitatif melalui survei pada 403 mahasiswa pascasarjana yang terdaftar di universitas swasta dan negeri yang diakui Komisi Pendidikan Tinggi di Pakistan. Teknik analisis yang digunakan yaitu *Structural Equation Modeling Partial Least Square Approach (SEM-PLS)* berbasis Smart PLS versi 3.3.5. Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa kesadaran perubahan iklim secara signifikan dan positif mempengaruhi perilaku ramah iklim, kualitas lingkungan, dan perilaku pro-lingkungan. Selain itu, kesadaran lingkungan secara signifikan dan positif mempengaruhi kualitas lingkungan dan perilaku pro-lingkungan. Lalu perilaku pro-lingkungan juga secara signifikan mempengaruhi kualitas lingkungan. Serta secara tidak langsung, hasil menunjukkan bahwa perilaku pro-lingkungan secara signifikan memediasi antara kesadaran perubahan iklim dan kualitas lingkungan, dan antara kesadaran lingkungan dan kualitas lingkungan.

Keempat, penelitian serupa juga dilakukan oleh Ilona Vicensovic Oisina Situmeang pada 2020 dalam *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 3 No.1, halaman 1-12 dengan judul "*Pengaruh Terpaan Pemberitaan di Media Online dan Word Of Mouth Communications terhadap Pengambilan Keputusan Dalam Mengurangi Penggunaan Plastik Saat Berbelanja*". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh terpaan pemberitaan di media

online dan *Word Of Mouth Communications* terhadap keputusan masyarakat dalam mengurangi penggunaan plastik saat berbelanja. Penelitian ini menggunakan *Uses and Gratifications Theory* untuk menjelaskan hubungan antar variabel. Lalu metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan survei pada 100 responden pada tiga minimarket di Denpasar, Bali. Analisis data yang digunakan adalah teknik korelasi, regresi, serta uji F dan uji T. Hasil yang didapatkan yaitu adanya pengaruh yang sangat kuat antara variabel terpaan pemberitaan media online dan pengambilan keputusan dalam mengurangi penggunaan plastik saat berbelanja. Selain itu, juga terdapat pengaruh yang kuat antara variabel *word of mouth communications* dan pengambilan keputusan dalam mengurangi penggunaan plastik saat berbelanja.

Dan terakhir, penelitian yang serupa juga dilakukan oleh Arief Khalifatur Rohman, Sri Ekowati P. dengan judul “*Pengaruh Kampanye #Diet Kantong Plastik Terhadap Sikap Khalayak Mengurangi Ketergantungan Terhadap Kantong Plastik (Survey Pada Follow Akun Instagram IDDKP)*” dalam IKON: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi, Vol. 26 No.1, halaman 10-21, 2021. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kampanye #Diet Kantong Plastik terhadap sikap masyarakat untuk mengurangi ketergantungan kantong plastik. Teori yang digunakan peneliti yaitu Teori Integrasi Informasi (*Information Integration*

Theory). Peneliti memakai pendekatan penelitian kuantitatif dengan metode survei pada masyarakat berusia lebih dari 15 tahun yang telah mampu memaknai pesan dari Kampanye #Diet Kantong Plastik sebanyak 100 responden. SPSS digunakan untuk analisis data dengan teknik regresi linear sederhana, regresi linear berganda, korelasi produk Moment Pearson, korelasi berganda, uji T, uji F. Hasil dari penelitian ini yaitu adanya pengaruh yang kuat dari variabel Kampanye #Diet Kantong Plastik terhadap variabel sikap khalayak mengurangi ketergantungan terhadap kantong plastik.

1.5.3. Terpaan Kampanye

Terpaan atau *exposure* adalah kegiatan individu atau kelompok dalam membaca, mendengarkan, melihat, mengalami, dan memperhatikan pesan tersebut di media massa (Krisyantono, 2014: 207).

Rogers dan Storey (1987) dalam (Venus, 2012 : 7) menjelaskan bahwa kampanye merupakan serangkaian komunikasi terencana kepada khalayak luas yang dilakukan terus menerus selama periode waktu tertentu untuk mencapai dampak tertentu. Selain itu, menurut Pfau dan Parrot (1993) dalam (Venus, 2012: 8) mendefinisikan kampanye sebagai suatu proses yang disusun secara bertahap dan berkelanjutan untuk mempengaruhi khalayak selama periode waktu tertentu. Ann Gregory dalam (Pudjiastuti, 2016: 6) menyebutkan bahwa kampanye adalah suatu kegiatan yang dilakukan

dengan maksud untuk memperoleh dukungan dari masyarakat dengan menggunakan berbagai media komunikasi.

Patrick Jackson sebagai senior pendiri dan konsultan PR International New Hampshire menjelaskan tujuan dari pelaksanaan kegiatan kampanye, yaitu (Ruslan, 2013: 96-98):

a. Public awareness

Kampanye dilakukan untuk memunculkan kesadaran pada publik.

b. Offer information

Publik akan lebih tertarik pada kampanye yang menawarkan atau menyampaikan informasi secara mendalam.

c. Public education

Kampanye menjadi sarana untuk mengedukasi publik dengan didukung informasi dan tujuan yang jelas dan bersifat persuasif.

d. Reinforce the attitudes and behavior

Dalam kegiatan kampanye diharapkan dapat memperkuat nilai-nilai (sikap) dan mengubah perilaku masyarakat.

e. Behavior modification

Perilaku publik dapat berubah sesuai dengan yang diharapkan dari kegiatan kampanye.

Menurut Ostergaard (2002) dalam (Venus, 2012 : 10) menjelaskan bahwa tahapan perubahan yang disebabkan oleh kampanye disebut dengan 3A, yaitu:

a. *Awareness*

Pada tahap ini, perubahan diarahkan pada pengetahuan atau kognisi. Kesadaran, perubahan keyakinan, atau peningkatan pengetahuan dalam diri publik merupakan efek yang diharapkan untuk muncul setelah kegiatan kampanye.

b. *Attitude*

Pada tahap attitude tujuannya untuk memunculkan simpati, rasa suka, kepedulian atau keberpihakan pada isu tertentu yang dikampanyekan.

c. *Action*

Fase ini bertujuan untuk menjadikan khalayak memiliki perilaku yang konkret dan terukur. Tindakan yang dimaksud adalah tindakan yang sesuai dengan kampanye tertentu.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka terpaan kampanye adalah kegiatan individu atau kelompok dalam membaca, mendengarkan, melihat, mengalami, dan memperhatikan pesan kampanye dari serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan menggunakan berbagai media komunikasi dalam periode waktu tertentu.

1.5.4. Tingkat Kesadaran Lingkungan

Kesadaran berasal dari kata “sadar” yang artinya “insyaf, merasa, tahu, dan mengerti”. Di sisi lain, kesadaran lingkungan merupakan bentuk kesadaran mental mendalam yang muncul dari

pengetahuan dan pemahaman tentang hakikat lingkungan sebagai suatu sistem serta posisi manusia sebagai pengelola yang bertanggung jawab (Yuniarto, 2013: 12). Kesadaran manusia terhadap lingkungan cenderung muncul dalam diri manusia yang nantinya diaplikasikan dalam tindakan di kehidupan sehari-hari. Seseorang akan terlihat kesadarannya dari pengetahuan, sikap, dan perilaku yang dilakukan (Yuniarto, 2013: 18). Komponen pembentuk sikap terdiri dari (Maulana, 2009: 198-199):

a. Kognitif

Komponen ini berisikan kepercayaan yang dianut individu mengenai persepsinya terhadap suatu objek dari faktor-faktor yang sebelumnya diterima.

b. Afektif

Afektif merupakan bentuk perasaan yang dimunculkan oleh individu terhadap suatu objek (positif atau negatif) dari kepercayaan yang diyakini.

c. Konatif

Dalam komponen ini individu menunjukkan predisposisi atau kecenderungan berperilaku terhadap objek yang ada.

Amos Neolaka dalam (Sembiring, 2022: 95-98) menjelaskan kesadaran lingkungan dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu:

a. Faktor ketidaktahuan

Ketidaktahuan yang ada dalam diri manusia menyebabkan ketidaksadaran pada lingkungan.

b. Faktor kemiskinan

Jika manusia berada dalam kemiskinan akan memikirkan cara untuk mengatasi kesulitan hidupnya sendiri. Hal tersebut menyebabkan kesulitan dalam memikirkan tentang pemeliharaan lingkungan.

c. Faktor kemanusiaan

Kehidupan manusia bergantung pada lingkungan hidupnya yang terjaga. Manusia menjadi faktor dominan dalam menjaga ekosistem lingkungan hidup. Dengan begitu, manusia diwajibkan untuk menjaga keseimbangan dan keselarasan hubungan timbal-balik dengan lingkungan supaya ekosistem tidak terganggu.

d. Faktor gaya hidup

Gaya hidup manusia yang mewah dan mementingkan materi menyebabkan kerugian dan kerusakan pada lingkungan hidup. Gaya hidup masyarakat yang dapat merusak lingkungan hidup antara lain hedonisme, materialisme, konsumerisme, dan individualisme.

Maka tingkat kesadaran lingkungan adalah tingkatan kesadaran mental yang mendalam yang muncul dari pengetahuan dan pemahaman tentang hakikat lingkungan serta mengerti posisi manusia

sebagai pengelola bertanggung jawab yang diperlihatkan pada pengetahuan, sikap, dan perilaku di kehidupan sehari-hari.

1.5.5. Perilaku Pengurangan Penggunaan Sedotan Plastik pada Generasi Z

Skinner dalam (Notoatmodjo, 2010) menyebutkan bahwa perilaku adalah respon atau reaksi individu terhadap rangsangan/stimulus dari luar (Irwan, 2020: 109). Stimulus tersebut berupa informasi-informasi yang berhubungan dengan perilaku yang bersangkutan (Irwan, 2020: 208). Roger (1962) menyebutkan 5 tahap perubahan perilaku yang disebut dengan AIETA yaitu *Awareness, Interest, Evaluation, Trial, dan Adoption* (Irwan, 2020: 195).

Penggunaan plastik adalah perilaku menggunakan plastik yang terjadi di seluruh kegiatan ekonomi yang dimulai dari desain, produksi, distribusi, konsumsi, penggunaan kembali/perbaikan, hingga daur ulang (Ontario, 2017: 5). Plastik yang dimaksud adalah plastik sekali pakai (*single-use plastics*), biasanya digunakan untuk kemasan dan barang-barang yang digunakan hanya sekali sebelum dibuang atau didaur ulang seperti tas belanja, kemasan makanan, botol, sedotan, wadah, gelas, dan peralatan makan (United Nations Environment Programme, 2018: 2).

Secara umum, Generasi Z atau dikenal dengan sebutan Gen Z adalah orang-orang yang dilahirkan antara tahun 1995-2010.

Generasi Z merupakan generasi yang membaaur dengan teknologi di setiap aspek kehidupannya (Seemiller & Grace, 2018).

Dari penjelasan tersebut, perilaku pengurangan penggunaan sedotan plastik pada Generasi Z merupakan respon atau reaksi individu yang lahir pada tahun 1995-2010 (Generasi Z) dalam mengurangi penggunaan sedotan plastik di seluruh kegiatan ekonomi setelah mendapatkan informasi mengenai hal tersebut.

1.5.6. Pengaruh Terpaan Kampanye *No Plastic Straw* (X1) terhadap Perilaku Pengurangan Penggunaan Sedotan Plastik pada Generasi Z (Y)

Dalam menjelaskan pengaruh terpaan Kampanye *No Plastic Straw* terhadap perilaku pengurangan penggunaan sedotan plastik pada Generasi Z menggunakan Teori Respon Kognitif yang dikemukakan oleh Belch dan Belch (2003). Teori tersebut merupakan salah satu metode untuk meninjau pemrosesan kognitif dari pesan/informasi yang diterima pada saat membaca, melihat, dan/atau mendengarkan pesan. Asumsi dari teori tersebut adalah bahwa pemrosesan kognitif akan memperlihatkan reaksi dari penerima pesan dan membentuk penerimaan atau penolakan terhadap pesan tersebut. Teori Respon Kognitif fokus untuk menentukan jenis tanggapan yang dapat mempengaruhi sikap dan niat yang muncul dari pesan yang diterima (Belch & Belch, 2003: 157).

Dalam penelitian ini, pesan yang disampaikan dalam Kampanye *No Plastic Straw* (X1) diproses oleh penerima pesan dalam bentuk penerimaan atau penolakan pesan Kampanye *No Plastic Straw*. Dan selanjutnya akan mempengaruhi sikap dan niat serta nantinya membentuk perilaku pengurangan penggunaan sedotan plastik (Y).

1.5.7. Pengaruh Tingkat Kesadaran Lingkungan (X2) terhadap Perilaku Pengurangan Penggunaan Sedotan Plastik pada Generasi Z (Y)

Pengaruh tingkat kesadaran lingkungan terhadap perilaku pengurangan penggunaan sedotan plastik pada Generasi Z dapat dijelaskan dengan *Value-Belief-Norm Theory* (VBN) yang dikemukakan oleh Stern (1999). Teori ini merupakan penggabungan dari *Norm Activation Model* (NAM) yang dikemukakan Schwartz (1997), *Value-Basis Theory* yang dikemukakan Stern dan Dietz (1994), dan *New Environmental Paradigm* (NEP) yang dikemukakan Dunlap (2000).

Teori VBN berasumsi ada 5 indikator yang menentukan perilaku pro-lingkungan yaitu norma moral, kesadaran konsekuensi, rasa tanggung jawab, nilai, dan pandangan dunia ekologis. Norma moral mengacu pada perasaan yang memotivasi individu dalam melakukan perilaku tertentu. Lalu kesadaran konsekuensi menunjukkan bahwa tingkat kesadaran individu tentang konsekuensi

yang merugikan sesuatu jika tidak melakukan perilaku tertentu. Sedangkan rasa tanggung jawab merupakan perasaan bertanggung jawab atas konsekuensi negatif yang mungkin timbul jika tidak mengadopsi perilaku tertentu. Nilai adalah tujuan umum untuk bertindak sebagai prinsip dalam kehidupan masyarakat yang akhirnya mempengaruhi beberapa perilaku (Gkargkavouzi, 2019). Nilai-nilai dalam Teori VBN yang memicu perilaku pro-lingkungan yaitu (Prihatiningsih, 2019):

a. Nilai Egoistik

Nilai egoistik yaitu rasa peduli pada diri sendiri.

b. Nilai Altruistik

Nilai ini merupakan rasa peduli dengan kesejahteraan orang lain.

c. Nilai Biosfir

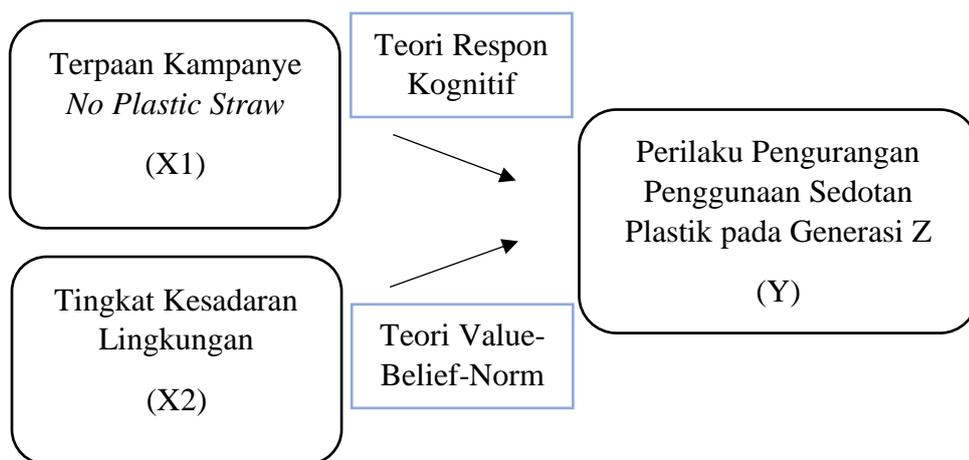
Nilai biosfir adalah rasa untuk melindungi demi kepentingan bersama.

Dari ketiga nilai tersebut, nilai biosfir dan altruistik berhubungan positif dengan pandangan dunia ekologis tapi nilai egoistik memiliki hubungan yang negatif (Gkargkavouzi, 2019).

Dalam Teori VBN, nilai-nilai pribadi menentukan pandangan dunia ekologis yang nantinya berdampak pada kesadaran konsekuensi. Lalu kesadaran konsekuensi menimbulkan anggapan mengenai tindakan pencegahan akan timbulnya konsekuensi dari tindakan yang dilakukan (Prihatiningsih, 2019).

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kesadaran konsekuensi mengenai tindakan pro-lingkungan (kesadaran lingkungan (X2)) akan mempengaruhi sikap yang nantinya memunculkan tindakan pro-lingkungan seperti perilaku pengurangan penggunaan sedotan plastik (Y) dari kesadaran atas konsekuensi jika tidak mengurangi penggunaan sedotan plastik.

Gambar 1.7.1
Geometri Hubungan Antar Variabel



1.6. Hipotesis

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka hipotesis penelitian sebagai berikut:

- H1: Adanya pengaruh terpaan kampanye *No Plastic Straw* (X1) terhadap perilaku pengurangan penggunaan sedotan plastik pada generasi Z (Y)
- H2: Adanya pengaruh tingkat kesadaran lingkungan (X2) terhadap perilaku pengurangan penggunaan sedotan plastik pada generasi Z (Y)

1.7. Definisi Konseptual

1.7.1. Terpaan Kampanye *No Plastic Straw*

Kegiatan individu atau kelompok dalam membaca, mendengarkan, melihat, mengalami, dan memperhatikan pesan Kampanye *No Plastic Straw* dari serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan menggunakan berbagai media komunikasi dalam periode waktu tertentu.

1.7.2. Tingkat Kesadaran Lingkungan

Tingkatan kesadaran mental yang mendalam yang muncul dari pengetahuan dan pemahaman tentang hakikat lingkungan serta mengerti posisi manusia sebagai pengelola bertanggung jawab yang diperlihatkan pada pengetahuan, sikap, dan perilaku di kehidupan sehari-hari.

1.7.3. Perilaku Pengurangan Penggunaan Sedotan Plastik pada Generasi Z

Respon atau reaksi individu yang lahir pada tahun 1995-2010 (Generasi Z) dalam mengurangi penggunaan sedotan plastik di seluruh kegiatan ekonomi setelah mendapatkan informasi mengenai hal tersebut.

1.8. Definisi Operasional

1.8.1. Terpaan Kampanye *No Plastic Straw*

- a. Mengetahui isi pesan Kampanye *No Plastic Straw*
- b. Mengetahui program dan kegiatan Kampanye *No Plastic Straw* yang telah atau sedang dilangsungkan
- c. Mengetahui media yang digunakan untuk menginformasikan Kampanye *No Plastic Straw*

1.8.2. Tingkat Kesadaran Lingkungan

- a. Pengetahuan: Mengetahui informasi mengenai lingkungan (khususnya sampah plastik)
- b. Sikap: Memiliki kepercayaan, perasaan, dan kecenderungan berperilaku yang positif pada lingkungan (khususnya sampah plastik)
- c. Perilaku: Menerapkan tindakan ramah lingkungan

1.8.3. Perilaku Pengurangan Penggunaan Sedotan Plastik pada Generasi Z

- a. Menolak atau mengurangi penggunaan sedotan plastik oleh Generasi Z
- b. Menggunakan sedotan ramah lingkungan atau sedotan *reusable* oleh Generasi Z
- c. Melakukan penindakan pada sampah sedotan plastik secara benar oleh Generasi Z

1.9. Metode Penelitian

1.9.1. Tipe Penelitian

Penelitian kuantitatif pada penelitian ini menggunakan metode ekplanatori yang bertujuan untuk mencari sebab akibat dari variabel yang ada. Peneliti memakai tiga variabel yaitu dua variabel independen (terpaan kampanye *No Plastic Straw* dan tingkat kesadaran lingkungan) serta satu variabel dependen (perilaku pengurangan penggunaan sedotan plastik pada generasi Z).

1.9.2. Populasi

Populasi yang peneliti pakai pada penelitian ini yaitu:

- Perempuan/Laki-laki
- Usia 18-27 tahun (lahir tahun 1995-2004)
- Berdomisili di Kota Semarang
- Aktif mengakses media sosial
- Pernah membaca, mendengar, atau melihat Kampanye *No Plastic Straw*

1.9.3. Teknik Sampling

Non-probability sampling digunakan sebagai teknik sampling pada penelitian ini. Teknik pengambilan sampel yang tidak memberi kesempatan sama pada elemen yang menjadi populasi penelitian untuk dipilih sebagai sampel (Sekaran & Bougie, 2016: 267). Sedangkan teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* yang didasarkan pada pertimbangan atau karakteristik

tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti (Ramadhani & Bina, 2021: 160). Pada penelitian ini diambil 70 responden yang akan dijadikan sampel karena menurut Roscoe jumlah sampel yang sesuai untuk penelitian yaitu 30 hingga 500 (Sekaran & Bougie, 2016: 264).

1.9.4. Sumber Data

Jenis data yang digunakan yaitu data primer yang didapatkan langsung dari sumber utama (responden) melalui hasil pengisian kuesioner atau angket. Dan juga menggunakan data sekunder dari buku, internet, gambar, dll. yang terkait sebagai pendukung.

1.9.5. Alat dan Teknik Pengumpulan Data

Kuesioner atau angket digunakan sebagai alat pengumpulan data. Peneliti memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada responden untuk dijawab secara tertulis. Sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan cara membagikan kuesioner atau angket kepada 70 responden. Nantinya para responden mengisi sendiri pada setiap pertanyaan dan pernyataan yang telah disediakan.

1.9.6. Teknik Pengolahan Data

a. Editing

Setelah selesai mengumpulkan semua data lapangan, kemudian peneliti melakukan proses editing yang diawali dengan memberikan identitas pada instrumen penelitian yang telah

dijawab oleh responden. Lalu satu per satu lembaran instrumen serta poin-poin dan jawaban yang tersedia diperiksa oleh peneliti (Bungin, 2005: 175).

b. Koding

Peneliti melakukan pengklasifikasian data dengan pemberian identitas yang memiliki arti tertentu pada saat dianalisis (Bungin, 2005: 176).

c. Tabulasi

Peneliti melakukan kegiatan berupa penginputan data pada tabel-tabel tertentu dan pengaturan angka-angka serta menghitungnya (Bungin, 2005: 178).

1.9.7. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

1.9.7.1. Uji Validitas

Data dapat dikatakan valid jika adanya keseragaman antara data yang dikumpulkan dan data yang sesungguhnya terjadi pada responden (Hasibuan, 2021: 129). Uji validitas digunakan untuk mengetahui alat ukur yang telah tersusun dapat mengukur apa yang perlu diukur. Kriteria dalam uji validitas yaitu dengan membandingkan nilai r hitung (*Pearson Correlation*) dengan nilai r tabel. Instrumen penelitian dapat dikatakan valid jika r hitung lebih besar dari r tabel dan berlaku sebaliknya (Darma, 2021 : 8).

1.9.7.2. Uji Reliabilitas

Data dapat dikatakan reliabel jika adanya kesamaan data dalam interval waktu tertentu (Hasibuan, 2021: 129). Uji reliabilitas dipakai guna melihat apakah data yang dihasilkan dapat diandalkan. Uji reliabilitas dapat dilakukan dengan membandingkan nilai *Cronbach's alpha* dengan tingkat/taraf signifikan yang digunakan. Jika nilai *Cronbach's alpha* lebih besar dari tingkat/taraf signifikan maka instrumen dikatakan reliabel dan berlaku sebaliknya (Darma, 2021 : 17).

1.9.8. Analisis Data

Teknik analisis yang dipakai yaitu regresi linear sederhana. Analisis regresi dipakai untuk mencari hubungan antar variabel jika terdapat data dari dua variabel yang terdiri dari satu variabel independen dan satu variabel dependen (Krisyantono, 2014: 181-182).