

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sampah menjadi permasalahan yang belum teratasi hingga saat ini, hal ini disebabkan oleh rendahnya praktik pemilahan sampah di Indonesia. Menurut Survey Katadata Insight Center (KIC) pada tahun 2019 di kota-kota seperti Jakarta, Bandung, Semarang, Yogyakarta, dan Surabaya, dari 354 responden, 50,8% rumah tangga tidak melakukan pemilahan sampah. Lebih dari itu, 79% dari mereka alasan tidak melakukan pemilahan karena menganggap repot (Katadata, 2020).

Akibatnya, sampah yang tidak dipilah ini berakhir menumpuk di Tempat Pembuangan Akhir (TPA), menciptakan situasi *overload* sampah di beberapa TPA di Indonesia. Dalam konteks ini, kesadaran dan implementasi praktik pemilahan sampah menjadi krusial untuk mengatasi permasalahan sampah secara efektif. Diperlukan upaya lebih lanjut untuk menciptakan sistem yang dapat mendorong partisipasi aktif dalam pengelolaan sampah yang berkelanjutan.

Asrul Hoesein, pendiri Green Indonesia Foundation (GIF) Jakarta, mengungkapkan bahwa ada sebanyak 438 TPA di Indonesia terancam tidak dapat beroperasi karena berada dalam kondisi kelebihan muatan (Kompasiana, 2022). Ini menjadi tantangan besar dalam manajemen sampah di Indonesia, yang dibuktikan oleh data KLHK tahun 2021 yang mencatat 68,5 juta ton sampah nasional, dengan 69% masuk ke TPA.

Sampah rumah tangga menjadi mayoritas sumber utama yang memenuhi kapasitas TPA. Data dari Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional (SIPSN) KLHK pada tahun 2022 menunjukkan bahwa 39,63% sampah di TPA berasal dari sampah rumah tangga (Databoks, 2023), meningkat dari tahun 2020 yang sebesar 37,3% (Databoks, 2021). Angka tersebut mencerminkan bahwa sampah rumah tangga merupakan suatu masalah yang krusial karena menduduki urutan paling atas berkontribusi menaikkan daya tampung sampah di TPA.

Namun, di sisi lain, bisa menjadi peluang untuk mengatasi sampah dari sumbernya.

Terlebih dengan bertumbuhnya jumlah penduduk, hal ini membawa konsekuensi pada peningkatan kuantitas sampah yang disumbangkan oleh masyarakat (Wilson, 2015). Seperti pada tahun 2020, setiap individu di Indonesia rata-rata menghasilkan 0,68 kilogram sampah per hari (KLHK, 2020). Maka solusi yang dapat diterapkan adalah dengan melibatkan masyarakat secara aktif dalam fokus pada pemilahan sampah di tingkat rumah tangga. Pemilahan sampah yang efektif dapat secara signifikan mengurangi produksi sampah.

Meskipun, survei kesadaran Waste4change tahun 2019 menunjukkan bahwa hanya 49,2% rumah tangga yang memilah sampah, sementara 50,8% lainnya belum melakukannya (Waste4change, 2022). Oleh karena itu, penting untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya pemilahan sampah dan konsekuensinya terhadap keberlanjutan lingkungan. Dengan demikian, pemilahan sampah di tingkat rumah tangga tidak hanya menjadi kunci utama dalam menangani permasalahan sampah di Indonesia tetapi juga sebuah langkah proaktif untuk melibatkan masyarakat dalam menciptakan lingkungan yang bersih dan berkelanjutan.

Pemilahan sampah, seperti yang didefinisikan dalam Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2008 Pasal 22, adalah kegiatan pengelompokan dan pemilahan sampah berdasarkan jenis, jumlah, dan atau sifat sampah. Detail klasifikasi ini diatur lebih lanjut oleh Pasal 17 Nomor 2 Peraturan Pemerintah UU No 81 Tahun 2012 tentang Pengelolaan Sampah Rumah Tangga dan Sampah Sejenis Sampah Rumah Tangga. Kelima kategori sampah tersebut melibatkan sampah berbahaya dan beracun, sampah mudah terurai, sampah dapat digunakan kembali, sampah dapat didaur ulang, dan sampah lainnya (pslb3menlhc, 2023).

Proses pengkategorian sampah tidak hanya memiliki tujuan mencegah kontaminasi untuk memastikan sampah layak diproses lebih lanjut (Kwarteng, dkk 2015), tetapi juga menjadi kunci dalam menurunkan jumlah sampah yang

akhirnya mencapai Tempat Pembuangan Akhir (TPA). Melalui pemilahan sampah sejak awal, bukan hanya sekedar mematuhi regulasi, melainkan juga berperan aktif dalam menjaga keberlanjutan lingkungan dengan mengurangi dampak negatif sampah terhadap ekosistem. Sebab akumulasi sampah yang tidak terkelola dengan baik di Tempat Pemrosesan Akhir (TPA) dapat menghasilkan gas metana, yang berpotensi menyumbang pemanasan global 34 kali lebih kuat dibandingkan dengan gas karbon dioksida (Adhikari dkk, 2006).

Diperlukan langkah lebih lanjut untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang pentingnya pemilahan sampah yang lebih rinci. Meskipun sebagian besar masyarakat di kota-kota seperti Jakarta, Bandung, Semarang, Yogyakarta, dan Surabaya (49,2%) telah terlibat dalam pemilahan sampah, mayoritas dari mereka hanya memisahkan sampah menjadi dua kategori (77,60%). Meskipun langkah awal ini positif, perlu upaya tambahan untuk mencapai pemilahan sampah yang lebih terperinci (katadata, 2020).

Kemampuan untuk mengidentifikasi jenis limbah seperti plastik, kertas, kaca, dan jenis lainnya, serta mengklasifikasikan sampah ke dalam wadah sesuai kategorinya, sangat penting dalam mencapai keberhasilan pemilahan sampah (Passafaro dkk, 2017). Oleh karena itu, kampanye pemilahan sampah memiliki potensi besar untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat dan mendorong perubahan perilaku dalam pemilahan sampah. Hal ini dapat menyederhanakan langkah-langkah pengolahan sampah selanjutnya.

Untuk mencapai perubahan perilaku dalam pemilahan sampah, pemanfaatan media sosial menjadi pilihan strategis. Media sosial, sebagai alat komunikasi, memiliki potensi besar untuk mencapai masyarakat secara luas dan efektif dalam pengelolaan sampah rumah tangga (Jiang dkk, 2021). Dengan tingkat penetrasi internet di Indonesia mencapai 215,62 juta jiwa per tahun 2023 dari total populasi 275,77 juta jiwa (APJII, 2023), pemanfaatan internet menjadi faktor kunci dalam memotivasi masyarakat melakukan pemilahan sampah. Kesempatan ini dapat dioptimalkan dengan efisien dan efektif dalam

menyampaikan informasi serta menggugah kesadaran masyarakat melalui media sosial untuk menciptakan perubahan positif dalam praktik pemilahan sampah.

Penggunaan media sosial sebagai sarana untuk mendorong partisipasi masyarakat dalam perilaku memilah sampah dilihat di Shanghai, China. Pemerintah di sana meningkatkan pengetahuan dan persepsi masyarakat akan pentingnya pemilahan sampah melalui platform media sosial (Ai dkk, 2021). Platform media sosial di sini digunakan sebagai wadah untuk merilis informasi, merespons pertanyaan publik, dan memberikan ruang bagi pemerintah dan warga negara untuk berdiskusi serta berbagi pendapat (Chen dkk, 2020).

Meski demikian, beberapa literatur memberikan kritik bahwa publisitas informasi tidak selalu menghasilkan perilaku yang diinginkan karena informasi dapat mengalami distorsi dan manipulasi selama transmisi (Kwok dkk, 2017). Dalam penelitian yang berjudul "How convenience and informational tools shape waste separation behavior: A social network approach," dijelaskan bahwa efek kampanye publisitas terhadap perilaku pemisahan sampah lemah, dan efek tersebut bergantung pada kualitas informasi (Wang dkk, 2019).

Kualitas informasi menjadi faktor kunci, mencakup akurasi, kebenaran, kredibilitas, relevansi, ketepatan waktu, pemahaman, kelengkapan, dan komprehensifnya (Wang dkk, 2018). Saat penerima informasi percaya bahwa informasi yang diberikan bermanfaat, kredibel, dan akurat, serta yakin bahwa kualitas informasi sudah memadai, mereka lebih mungkin mengadopsi perilaku pemilahan sampah (Chang, 2013). Temuan ini didukung oleh literatur lain yang menunjukkan hubungan yang tidak signifikan antara strategi informasi dan pengurangan sampah, karena informasi dapat dimanipulasi dan distorsi (Wang dkk, 2022).

Walaupun begitu, media sosial ini dianggap sebagai alat yang potensial dalam mengubah motivasi dan pengetahuan individu. Keterbatasan publisitas informasi dalam merangsang niat pemilahan sampah disebabkan oleh pemahaman bahwa informasi terkait pemilahan sampah dianggap kurang kuat dan memadai

untuk memberikan motivasi kepada penduduk agar aktif memilah sampah dalam kehidupan sehari-hari (Bortoleto dkk, 2012). Selain itu, isi informasi mungkin terlalu abstrak dan kurang informatif, sehingga menyulitkan penduduk untuk memahaminya (Zhang dkk, 2018). Oleh karena itu, upaya kampanye tampaknya memiliki dampak terbatas dalam merangsang niat pemilahan sampah di kalangan penduduk.

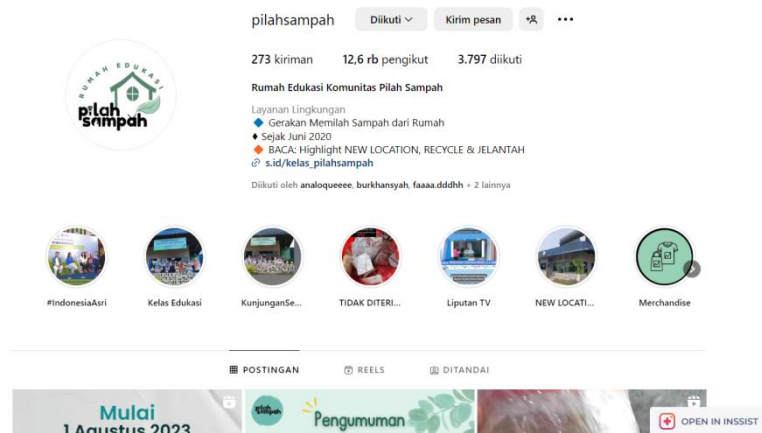
Meski demikian, potensi paparan melalui media sosial dan tujuan bersama untuk menciptakan lingkungan yang lebih baik telah mendorong berbagai organisasi untuk menggunakan *platform* tersebut sebagai alat untuk menyebarkan pesan yang mendukung perilaku pemilahan sampah. Sebagai contoh, Waste Management, sebuah organisasi berbasis di Amerika Utara, secara aktif menggunakan akun Facebook @WasteManagement, memiliki jumlah pengikut mencapai 196 ribu per Juli 2023 untuk menyajikan informasi mengenai peraturan dan berita guna meningkatkan kesadaran akan perilaku daur ulang (Knickmeyer, 2020).

Di tingkat lokal, kampanye pemilahan sampah juga diadopsi oleh Komunitas Pilah Sampah dengan akun @pilahsampah. Komunitas ini tidak hanya menyediakan konten edukasi tentang pemilahan sampah, tetapi juga mendorong masyarakat untuk bertanggung jawab terhadap sampah yang dihasilkan dengan memilah sampah di rumah masing-masing. Dengan jumlah pengikut mencapai 12,6 ribu di akun Instagram, Pilah Sampah mengajak pengikutnya, yang mereka sebut “Teman Pemilah”, untuk melaksanakan pemilahan sampah di rumah dan mengantarkan atau mengirimkan sampah yang sudah dipilah Rumah Edukasi Komunitas Pilah Sampah.

Komunitas Pilah Sampah sendiri berdiri sejak Juni 2020, lahir sebagai tanggapan terhadap masalah sampah rumah tangga di Indonesia yang telah berdampak signifikan pada kapasitas Tempat Pembuangan Akhir (TPA). Dengan keyakinan bahwa pemilahan sampah di sumber, yaitu dari rumah tangga, dapat mengurangi jumlah sampah yang mencapai TPA, komunitas ini berperan dalam

mengajak masyarakat untuk mengadopsi perilaku pemilahan sampah sebagai bagian dari gaya hidup berkelanjutan.

Gambar 1.1 Halaman *Instagram* @pilahsampah



Gambar 1.2 Postingan *Feeds* @pilahsampah



Gambar 1.3 Video @pilahsampah



Akun Instagram @pilahsampah, dengan basis pengikut yang besar, memiliki potensi besar sebagai agen perubahan untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam pemilahan sampah. Sejalan dengan fakta bahwa kampanye media sosial memungkinkan penyebaran pesan yang efektif (Vedel dkk, 2020), jumlah pengikut yang signifikan menjadi kunci utama. Semakin banyak followers, semakin luas pula dampak informasi yang dapat disampaikan. Jumlah followers sebanyak 12,6 ribu ini menunjukkan apabila minat dan kepedulian terhadap kampanye pemilahan sampah tinggi. Pesan-pesan terkait pemilahan sampah yang diposting memiliki potensi besar untuk menjangkau audiens yang luas, meningkatkan kesadaran, dan memberikan pemahaman yang lebih baik mengenai pentingnya pemilahan sampah.

Melalui strategi konten yang kreatif, akun ini berhasil menyajikan informasi tentang pemilahan sampah dengan cara yang menarik dan mudah dipahami. Dengan memanfaatkan berbagai format seperti gambar, video pendek, dan infografis, @pilahsampah berusaha untuk menghadirkan fakta-fakta menarik serta statistik tentang dampak positif dari pemilahan sampah. Pendekatan ini tidak hanya memperkaya pengetahuan pengikut, tetapi juga memberikan dorongan

positif untuk mengadopsi perilaku pemilahan sampah dalam kehidupan sehari-hari.

Selain itu, Pilah Sampah juga menjalin kerjasama dengan organisasi yang memiliki minat sejalan. Kolaborasi ini bertujuan untuk memperluas jangkauan kampanye pemilahan sampah yang mereka jalankan, sehingga mampu mencapai audiens yang lebih luas dan beragam. Langkah ini tidak hanya menguatkan jangkauan kampanye, tetapi juga memberikan dampak positif dalam meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pemilahan sampah. Kolaborasi ini menciptakan sinergi antara berbagai pihak yang memiliki tujuan sama dalam mengatasi permasalahan sampah dan menciptakan kesadaran pemilahan sampah pada pengikutnya.

Dalam menjalankan kampanye pemilahan sampah, akun Instagram @pilahsampah secara konsisten melakukan pembaruan rutin dengan konten terbaru guna menjaga keterlibatan pengikut. Dengan pendekatan ini, mereka berupaya memberikan informasi terkini seputar pemilahan sampah, menghadirkan materi edukatif yang relevan, dan menghibur pengikut dengan konten yang menarik. Strategi tersebut tidak hanya dimaksudkan untuk memberikan pengalaman baru kepada pengikut, melainkan juga untuk memastikan bahwa akun tersebut tetap menjadi sumber informasi yang dapat diandalkan dan terkini dalam menyebarkan kesadaran akan pentingnya pemilahan sampah.

Namun, perubahan perilaku ini, bagaimanapun, tidak terlepas dari interaksi *peer group*. Dalam sebuah penelitian berjudul *Incentive strategy models of household based on cost uncertainties: A perspective of social network*, dijelaskan bahwa interaksi memainkan peran penting dalam meningkatkan publik akan kesadaran pemilahan sampah. Jika tingkat interaksinya tinggi, maka kesadaran publik juga akan ikut tinggi dan begitupun sebaliknya (Ma Gang dkk, 2022). Interaksi dalam konteks ini berperan dalam memfasilitasi pertukaran pengetahuan melalui kegiatan kelompok, sehingga menciptakan kesadaran akan kegiatan pemilahan sampah.

Horton dan Hunt (dalam Damsar, 2010) menjelaskan bahwa *peer group* atau disebut juga sebagai kelompok teman sebaya, diinterpretasikan sebagai sebuah kelompok yang berisikan beberapa orang dengan latar belakang usia dan status sama, yang saling berinteraksi satu sama lain. Hasil dari rangkaian interaksi kelompok teman sebaya ini mampu membentuk sikap dan juga perilaku seseorang. Hal ini bisa terjadi karena seorang anggota *peer group* mengadopsi perilaku dari anggota lain yang ada dalam kelompok tersebut. Dengan kata lain, teman sebaya cenderung menyetarakan perilakunya berdasarkan norma yang berlaku dalam *peer group* untuk mendapatkan pengakuan sosial sehingga dirinya diterima (Andrews dkk, 2020).

Seperti dalam konteks pemilahan sampah, perilaku ini dapat dijadikan sebagai parameter yang layak untuk diadopsi oleh anggota dalam suatu *peer group*. Munculnya tekanan sosial dari hasil interaksi di antara teman sebaya dapat mempengaruhi performa pemilahan sampah seseorang (Negash dkk, 2021). Individu yang sudah mengadopsi perilaku memilah sampah cenderung mempengaruhi orang lain untuk melakukan hal yang serupa, serta berbagi pengetahuan tentang metode dan tindakan pembuangan sampah yang benar untuk mendukung praktik pemilahan sampah (Negash dkk, 2021).

Dengan meningkatnya tingkat kesadaran pemilahan sampah secara menyeluruh, seluruh masyarakat dapat termotivasi untuk melakukan pemilahan sampah dengan baik. Proses interaksi semacam ini terjadi di dalam kelompok masyarakat yang melibatkan hubungan antara anggota keluarga, teman dan rekan kerja, atau individu lain yang memegang peran penting dalam praktik pemilahan sampah (Xu dkk, 2017). Sebagai contoh, anak-anak dapat belajar tentang perilaku pemilahan sampah dan konsekuensinya dengan mengamati perilaku yang dilakukan oleh orang tua mereka (Crocicci dkk, 2016).

Lantaran sampah rumah tangga merupakan kontributor terbesar pada timbunan sampah di masyarakat, ini dianggap sebagai suatu kesempatan untuk menuntaskan permasalahan sampah pada sumbernya, yakni di rumah tangga.

Walaupun demikian, menurut data laporan Statistik Perumahan dan Permukiman 2022 oleh Badan Pusat Statistik (BPS), sebanyak 39,92% dari 75 ribu rumah tangga sampel survei memiliki pengetahuan tentang pemilahan sampah, namun tidak melaksanakannya. Persentase ini berbeda tipis dengan rumah tangga yang tidak memiliki pengetahuan dan tidak menerapkan pemilahan sampah, yang mencapai 39,87% (Databoks, 2023).

Oleh karena itu, interaksi antara anggota *peer group* dalam hal pemilahan sampah menjadi penting dalam menumbuhkan kesadaran masyarakat untuk bergerak dalam pemilahan sampah. Melalui interaksi tersebut, individu dapat belajar dari pendapat orang lain, dan pada akhirnya mampu mengubah persepsi mereka tentang suatu perilaku (Campbell dan Lee, 1992). Peran serta pemilahan sampah adalah bentuk tanggung jawab masyarakat atas sampah yang diproduksi di rumah masing-masing. Setiap individu memiliki kewajiban untuk memilah sampah mereka hasilkan di rumah. Oleh karena itu, penting untuk menekankan pemahaman mengenai pentingnya memilah sampah dari sumbernya, sehingga setiap anggota *peer group* ini dapat berbagi informasi bagaimana perilaku memilah sampah yang baik dan benar.

1.2 Perumusan Masalah

Akun Instagram @pilahsampah secara aktif menyuarakan pesan kampanye mengenai pentingnya pemilahan sampah kepada para followers, nyatanya implementasi pesan tersebut dalam perilaku pemilahan sampah para followers masih belum optimal. Meskipun tujuan pesan tersebut adalah untuk memotivasi pengikut untuk bertindak nyata dalam pemilahan sampah, terdapat kesenjangan antara pesan kampanye dan penerapannya.

Sementara itu, interaksi antara anggota *peer group* juga dianggap sebagai faktor kunci yang dapat mendorong perubahan perilaku dalam masyarakat terkait pemilahan sampah. Melalui interaksi tersebut, terjadi pertukaran pengetahuan di dalam komunitas pilah sampah yang melibatkan anggotanya. Akibatnya, kesadaran akan pentingnya pemilahan sampah di rumah tangga masing-masing

dapat berkembang, dan mampu membantu mengatasi permasalahan sampah di sumbernya. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan apakah ada hubungan antara terpaan kampanye pemilahan sampah dan intensitas interaksi *peer group* dengan perilaku pemilahan sampah rumah tangga para *followers @pilahsampah*.

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan terpaan kampanye pemilahan sampah dan intensitas interaksi *peer group* dengan perilaku pemilahan sampah rumah tangga oleh *followers @pilahsampah*.

1.4 Signifikansi Penelitian

1.4.1 Praktis

Penelitian ini ditujukan untuk memberikan pemahaman mengenai keterkaitan antara terpaan kampanye pemilahan sampah, intensitas interaksi *peer group*, dan perilaku pemilahan sampah rumah tangga. Dengan demikian, diharapkan penelitian ini dapat mendukung Pilah Sampah dalam merancang strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan kesadaran dan praktek pemilahan sampah di kalangan rumah tangga.

1.4.2 Akademis

Penelitian ini berkontribusi menambah sumber acuan dalam disiplin ilmu komunikasi, khususnya komunikasi massa. Hal ini dapat digunakan sebagai dasar untuk penelitian lebih lanjut dan memperkaya pemahaman tentang bagaimana terpaan kampanye dan interaksi *peer group* memainkan peran dalam perubahan perilaku.

1.4.3 Sosial

Penelitian ini dapat memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai hubungan antara terpaan kampanye pemilahan sampah dan intensitas interaksi dalam kelompok sebaya dengan perilaku pemilahan sampah di rumah tangga yang diikuti oleh pengikut @pilahsampah. Dengan demikian, dapat meningkatkan kesadaran lingkungan di kalangan masyarakat dan membentuk kebiasaan pada masyarakat terkait praktik pemilahan sampah.

1.5 Kerangka Teori

1.5.1 State of The Art

Penelitian pertama “Pengaruh Terpaan Berita Satwa Laut yang Mati Akibat Sampah Plastik dan Kampanye *Zero Waste* terhadap Perilaku Pengurangan Penggunaan Kantong Plastik” yang ditulis oleh Randyani Rarasati pada tahun 2019 ini dibuat dengan latar belakang untuk mengetahui pengaruh terpaan berita satwa laut yang mati akibat sampah plastik dan kampanye *zero waste* terhadap perilaku pengurangan penggunaan kantong plastik. Teori yang digunakan oleh peneliti, yakni teori efek media massa dan juga teori respon kognitif. Menggunakan teknik *non-probability sampling* yakni dengan cara *accidental sampling*. Maka sampel yang diambil yakni sejumlah 60 orang yang mana merupakan pria atau wanita domisili Kota Semarang, usia 19-34, pernah mendengar dan/atau membaca berita satwa laut yang mati akibat sampah plastik dan pernah memiliki pengalaman mendengar atau mengetahui kampanye *zero waste*. Penelitian ini menemukan bahwa tidak adanya pengaruh yang signifikan antara terpaan berita satwa yang mati akibat dari sampah-sampah plastik terhadap perilaku pengurangan penggunaan kantong, yang mana ditunjukkan dengan angka 0,073 plastik. Sedangkan untuk terpaan kampanye *zero waste* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku pengurangan penggunaan kantong plastik, memperoleh hasil nilai signifikansi yaitu 0,022.

Penelitian kedua “Pengaruh Terpaan Kampanye Diet Plastik dan Berita Kerusakan Lingkungan terhadap Perilaku Penggunaan Plastik” yang ditulis oleh Dyah Ayu Wulan Primasari (2021) ini ingin mengetahui pengaruh terpaan kampanye diet plastik dan berita kerusakan lingkungan terhadap perilaku penggunaan plastik. *Integrated Theory of Health Behavior Change* dan Teori Efek Media Massa adalah kedua teori yang digunakan dalam penelitian ini. Dengan sampel 100 responden, terdiri dari pria/wanita domisili Kota Semarang, usia 19-34 tahun yang terpapar kampanye diet plastik dan berita kerusakan lingkungan. Data dianalisis dengan analisis regresi linear sederhana dan menghasilkan hasil signifikan yakni sebesar 0.688 pada terpaan kampanye diet plastik dengan penggunaan plastik. Artinya bahwa variabel X1 dan Y tidak berpengaruh. Sementara untuk terpaan berita kerusakan lingkungan dengan perilaku penggunaan plastik membuahkan hasil yakni nilai signifikansi 0,055. Dapat diartikan apabila tidak ditemukan adanya pengaruh X2 dan Y.

Penelitian ketiga “Hubungan Terpaan Kampanye *Food Waste* dan Sikap terhadap Perilaku Mengurangi Pembuangan Makanan dengan Minat Mengurangi Pembuangan Makanan” yang ditulis oleh Rizky Annisa Ilmi (2019) ini ditulis dengan tujuan untuk mengetahui hubungan terpaan kampanye *food waste* dan sikap terhadap perilaku mengurangi pembuangan makanan dengan minat mengurangi pembuangan makanan. Penggunaan teori dalam penelitian ini yakni teori motivasi proteksi dan juga *theory of planned behaviour*. Sampel penelitian ini sebanyak 60 responden dimana memiliki karakteristik mahasiswa atau mahasiswi yang tinggal di Kota Semarang dengan usia 18-24 tahun, memiliki pengalaman mendengar, membaca, serta melihat kampanye yang mengangkat mengenai *food waste*. Adapun analisis data yang digunakan yaitu uji korelasi Kendall’s Tau B. Hasilnya menunjukkan apabila X1 dengan Y tidak memiliki hubungan yang signifikan dimana nilainya adalah 0,084. Sedangkan untuk X2 dengan Y menghasilkan nilai yang sangat signifikan, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000, serta memiliki nilai korelasi koefisien kuat yakni sejumlah 0,540.

Penelitian keempat “Hubungan antara Terpaan Berita Covid-19, Intensitas Interaksi *Peer group*, Tingkat Pendidikan dengan Sikap Masyarakat Kepada Penderita Covid-19” ditulis oleh Gunawan Setyabudi pada tahun 2021, bertujuan untuk mengetahui adanya hubungan terpaan berita Covid-19, intensitas interaksi *peer group*, tingkat pendidikan dengan sikap masyarakat kepada penderita Covid-19. Teori yang digunakan meliputi teori belajar sosial dan juga teori yang disebut dengan kategori sosial. Teknik samplingnya yaitu *non random sampling* dengan cara *grab sampling*, yang mana melibatkan 50 orang yang tinggal di Kota Semarang, yang mengetahui pemberitaan Covid-19, serta memiliki usia antara 20-50 tahun. Hasil dari uji korelasi berganda menunjukkan jumlah 0,165 yang mana dapat diartikan bahwa tidak ada hubungan antara terpaan berita Covid-19, intensitas *peer group* dengan sikap masyarakat kepada penderita Covid-19.

Penelitian kelima “Pengaruh Terpaan Pemberitaan Tentang Cadar dan Interaksi *Peer group* Terhadap Sikap Kepada Wanita Bercadar (di Kota Semarang)” ditulis oleh Lidya Dela Vega tahun 2019 menggunakan teori yakni pembelajaran sosial. Kriteria sampel terdiri dari pria/wanita dengan usia 17-40 tahun yang bertempat tinggal di Kota Semarang yang mana telah terpapar pemberitaan mengenai cadar. Dengan menggunakan metode *probability sampling* dan teknik *multi stage random sampling*, penelitian ini melibatkan 40 orang responden. Sedangkan untuk teori yang digunakan adalah teori pembelajaran sosial. Hasilnya menunjukkan yakni terdapat pengaruh signifikan antara terpaan berita cadar dan interaksi sosial *peer group* terhadap sikap masyarakat wanita bercadar, dengan nilai signifikansi sebanyak 7,375.

Dari kelima penelitian di atas, ditemukan adanya persamaan dengan penelitian selanjutnya yakni pada variabel terpaan kampanye dan intensitas interaksi *peer group* sebagai variabel independen. Sedangkan berbeda dengan penelitian sebelumnya, untuk variabel dependen pada penelitian terbaru lebih berfokus pada perilaku. Selain itu, adapun bentuk persamaan lain yang dapat dilihat adalah pada bagian metode penelitian yang digunakan, yakni kuantitatif dengan tipe eksplanatori.

Dari beberapa teori yang digunakan pada penelitian sebelumnya, yakni teori efek media massa dan juga teori respon kognitif, *integrated theory of health behavior change*, teori motivasi proteksi dan juga *theory of planned behaviour*, teori belajar sosial, dan kategori sosial. Maka pada penelitian terbaru, teori respon kognitif digunakan untuk menjelaskan adanya hubungan antara terpaan kampanye pemilahan sampah dan perilaku pemilahan sampah rumah tangga oleh *followers @pilahsampah*. Sementara teori belajar sosial untuk mendeskripsikan interaksi *peer group* dengan perilaku pemilahan sampah rumah tangga oleh *followers @pilahsampah*.

1.5.2 Paradigma Penelitian

Paradigma didefinisikan sebagai sebuah kerangka berpikir yang memberi petunjuk bagaimana variabel saling berhubungan atau melihat masalah bersifat kausal (sebab akibat). Paradigma ini disebut dengan positivistik, sebab penelitian ini hanya fokus pada beberapa variabel saja (Sugiyono, 2009).

1.5.3 Terpaan Kampanye

Terpaan pada dasarnya didefinisikan sebagai suatu pengalaman saat seseorang mendengar, melihat, atau pun membaca suatu pesan yang disajikan oleh media massa (Kriyantono, 2010). Di mana terjadinya interaksi antara pengirim dan penerima pesan ini akan memunculkan reaksi berbentuk keterbukaan ataupun perhatian pada pesan yang diberikan. Selanjutnya apabila seseorang dapat mengingat kembali pesan yang disampaikan, dapat diartikan bahwa seseorang tersebut terterpa pesan dari media tersebut.

Salah satu bentuk terpaan pesan yang disajikan yakni kampanye. Liliweri (2011) menjelaskan bahwa kampanye merupakan suatu tahapan yang dibuat secara sadar dan berkesinambungan pada jangka waktu tertentu yang disampaikan melalui media komunikasi yang berbeda dengan tujuan untuk dapat mengubah perilaku khalayak sebagai sasaran dari pesan tersebut. Penggunaan banyak media dan luasnya persebaran pesan dapat meningkatkan efektivitas kampanye (Rogers,

1987). Oleh sebab itu penggunaan media untuk pemberian informasi ini dapat dilakukan yakni pada media sosial, poster, iklan, spanduk, diskusi, baliho, dan juga selebaran.

Memiliki sifat *goal oriented*, kampanye ini selalu memiliki sebuah tujuan yang ingin diperoleh. Dimana untuk mendapatkannya dibutuhkan strategi yang baik sehingga mampu menumbuhkan motivasi perubahan perilaku pada khalayak (Venus, 2009: 25). Adapun 3 aspek upaya perubahan dari adanya kampanye menurut Ostegaard (Venus, 2009: 10) yakni sebagai berikut:

1. *Awareness*: Kegiatan kampanye ditujukan untuk membuat perubahan pada pengetahuan atau kognitif yang memunculkan suatu kesadaran, merubah keyakinan, serta meningkatnya pengetahuan khalayak pada isi yang ada pada kampanye.
2. *Attitude*: Perubahan yang dimunculkan yakni rasa simpati, suka, kepedulian, serta keberpihakan khalayak pada tema kampanye yang diangkat.
3. *Action*: Adanya kampanye ini dimaksudkan untuk mengubah perilaku secara pasti dan terukur. Sehingga tindakan yang dilaksanakan oleh khalayak ini bersifat sekali itu saja atau berkelanjutan.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa terpaan kampanye adalah aktivitas mendengar, melihat, dan membaca pesan secara sadar, berkala, serta berkesinambungan pada berbagai media komunikasi. Dengan menargetkan suatu khalayak tertentu, kegiatan kampanye ini dimaksudkan untuk mencapai adanya perubahan sikap dan perilaku khalayak.

1.5.4 Intensitas Interaksi *Peer Group*

Interaksi memegang peranan penting dalam kehidupan sosial masyarakat. Sebab interaksi berkaitan erat dengan cara orang-orang saling terhubung, baik antar individu, antar kelompok, atau pun antar individu dan kelompok manusia (Soekanto, 2004). Dalam konteks interaksi ini, terjalinlah koneksi antara individu

atau kelompok yang saling memengaruhi, mengubah, atau memperbaiki satu sama lain, dan prinsip ini berlaku sebaliknya (Gerungan, 2004).

Situasi serupa terjadi dalam konteks kelompok teman sebaya, yang diterangkan oleh Horton dan Hunt dalam Damsar (2010) yang menjelaskan bahwa *peer group* merupakan salah bentuk interaksi komunikasi kelompok yang anggotanya terdiri dari individu dengan latar belakang usia serta status yang sama, yakni orang-orang yang saling terhubung atau saling bergaul. Kelompok teman sebaya, atau yang juga dikenal sebagai *peer group*, memiliki pengaruh yang signifikan dalam membentuk perilaku seragam di antara anggotanya. Selain itu, mereka memiliki kemampuan untuk menjadi model bagi anggota dalam pembentukan sikap dan perilaku.

Komunikasi yang berulang dalam lingkaran pertemanan *peer group* ini dipicu oleh kebutuhan yang kuat untuk merasa dihargai dan diterima oleh teman sebaya atau dalam kelompok (Santrock, 2007). Pengulangan komunikasi ini merujuk pada intensitas yang diartikan sebagai sebuah keadaan, tingkat, atau ukuran (Poerwadarminta, 2003). Untuk mengukur intensitas komunikasi antar individu, Saverin dan James (2005) mengidentifikasi aspek-aspek berikut:

1. Frekuensi Komunikasi

Mengacu pada sejauh mana individu berkomunikasi satu sama lain dengan seberapa sering interaksi komunikatif terjadi antara mereka.

2. Durasi Komunikasi

Ini mencerminkan lamanya waktu yang dihabiskan oleh individu saat mereka terlibat dalam kegiatan komunikasi bersama orang lain, menunjukkan sejauh mana mereka melibatkan diri dalam interaksi tersebut.

Tidak hanya itu, terdapat dimensi lain yang dapat menilai interaksi, yaitu tingkat kedalaman komunikasi. Menurut John Powell (Djamarah, 2014), tingkat kedalaman komunikasi interpersonal dapat dibagi menjadi lima tingkatan atau taraf, yaitu sebagai berikut:

a. Tingkatan basa-basi

Pada tingkatan ini, komunikasi terjadi secara terbatas pada permukaan tanpa keterlibatan emosi yang mendalam. Biasanya terjadi dalam pertemuan kebetulan antara dua individu, dan pembicaraan tidak melibatkan pembicaraan mendalam tentang topik tertentu.

b. Tingkatan Membicarakan Orang Lain

Individu pada tingkatan ini saling bertukar informasi membahas topik pembicaraan yang seringkali tentang orang lain. Ini menunjukkan bahwa individu belum sepenuhnya terbuka satu sama lain.

c. Tingkatan Menyatakan Gagasan

Pada tingkatan ini, semua pihak sudah lebih terbuka, tetapi komunikasi masih berhati-hati dan menjaga jarak. Meskipun demikian, individu mencoba menjalin komunikasi yang lebih menyenangkan dengan individu lain.

d. Tingkatan Mengungkapkan Isi Hati

Individu pada tingkatan ini dapat berbagi perasaan dan isi hati mereka, meskipun pembahasan mungkin masih terbatas karena ada hal-hal yang belum bisa diungkapkan akibat kurangnya rasa kepercayaan satu sama lain.

e. Tingkatan Hubungan Puncak

Pada tingkatan ini, komunikasi mencapai kedalaman tertinggi. Ini ditandai dengan pertukaran pesan yang lebih rinci, kejujuran, keterbukaan, dan adanya saling kepercayaan. Komunikasi pada tingkatan ini sering kali menghasilkan tanggapan positif dalam bentuk tindakan dan perilaku yang mendukung hubungan interpersonal yang kuat.

1.5.5 Perilaku Memilah Sampah

Perilaku diartikan sebagai reaksi atau respon yang muncul dari seorang individu pada saat menerima adanya rangsangan yang berasal dari luar

(Notoatmodjo, 2010). Dimana tindakan ini dapat diamati serta memiliki frekuensi spesifik, durasi, dan juga tujuan baik disadari ataupun tidak (Wawan, 2011). Sarwono (1993) perilaku individu individu adalah hasil dari berbagai macam pengalaman dan interaksi manusia dengan lingkungannya yang mana hadir dalam bentuk pengetahuan, sikap, serta tindakan.

Dalam pasal 22 Undang-Undang nomor 18 tahun 2008, dijelaskan bahwa pemilahan sampah merupakan sebuah bentuk aktivitas dengan cara mengelompokkan dan pemilahan sampah berdasarkan dengan jenis, jumlah, dan/atau sifat sampah. Gilbert dan rekan-rekan dalam Artiningsih (2008) mengidentifikasi dua jenis sampah, antara lain:

1. Sampah organik, yakni sampah yang bersumber dari makhluk hidup berbahan hayati yang mampu didegradasi oleh mikroba, dan memiliki sifat mudah terurai secara alami. Contohnya adalah, sayur-sayuran, buah-buahan, dedaunan, sampah sisa dapur, dan sisa daging.
2. Sampah an-organik, yaitu sampah berbahan non hayati dengan sifat sukar membusuk seperti gelas, plastik, kaleng, dan logam. Pada umumnya anorganik tidak dapat diurai oleh alam secara keseluruhan. Namun bahan ini dapat didaur ulang.

1.5.6 Terpaan Kampanye Pemilahan Sampah dan Intensitas Interaksi *Peer group* dengan Perilaku Pemilahan Sampah Rumah Tangga Oleh *Followers @Pilahsampah*

Untuk menjelaskan hubungan terpaan kampanye pemilahan sampah dan intensitas interaksi *peer group* dengan perilaku pemilahan sampah rumah tangga oleh *followers @pilahsampah*, penelitian ini menggunakan *Social Learning Theory* atau teori pembelajaran sosial. Teori yang digagas oleh seorang psikolog ternama, yakni Albert Bandura, pada dasarnya mengungkapkan bahwa perubahan perilaku pada manusia dapat timbul dari interaksi individu dengan lingkungannya (Driscoll, 1994). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa teori pembelajaran sosial ini mengimplikasikan bahwa manusia cenderung berperilaku sesuai dengan apa yang mereka amati, baik melalui observasi, imitasi, maupun modeling atau

pemodelan. Pemodelan di sini baik melalui individu lain seperti orang tua dan guru, dari kelompok sosial, serta media massa (Bandura, 1997).

Melalui modeling dari media massa, persepsi masyarakat tentang realitas sosial sangat dipengaruhi oleh pengalaman yang didapatkan dari apa yang mereka lihat, dengar, dan baca di media massa atau pun dari seseorang yang memiliki pengalaman. (Bandura, 1977). Dalam konteks ini, pemodelan tidak hanya berfungsi sebagai pengajaran pola pikir baru, melainkan juga dapat memperkuat perilaku yang telah diamati sebelumnya oleh pengamat (Bandura, 1977).

Konseptualisasi model ini dapat diuraikan melalui konsep segitiga teori pembelajaran sosial, di mana terdapat beberapa faktor di dalamnya, yakni faktor kognitif, perilaku, dan lingkungan yang mempengaruhi perilaku individu. Faktor pertama yakni, kognitif adalah faktor personal berupa pengetahuan dan sikap. Selanjutnya faktor perilaku yang mencakup keterampilan dan perilaku individu. Kemudian untuk faktor lingkungan melibatkan norma sosial yang berlaku, akses pada suatu komunitas, dan pengaruh dari orang sekitar.

Maka pada penelitian ini ingin mengamati bagaimana terpaan kampanye pemilahan sampah dan interaksi *peer group*, yang termasuk dalam faktor lingkungan, dapat dijadikan sumber pembelajaran individu yang mendorong perilaku memilah sampah di rumah tangga. Dimana terpaan kampanye di sini dianggap sebagai model yang diamati oleh individu untuk membentuk perilaku mereka. Dijelaskan bahwa seorang individu setelah melihat, mendengar, dan membaca pesan kampanye mengenai pemilahan sampah melalui suatu media, dapat membentuk perilaku memilah sampah.

Interaksi *peer group* juga dianggap sebagai sumber modeling yang dapat mendorong individu mengadaptasi perilaku berdasarkan pengamatan terhadap orang-orang di sekitarnya. Ketika individu melakukan pengamatan tingkah laku orang lain atau memiliki pengalaman langsung dengan anggota kelompok sebaya dalam komunitas pemilah sampah, ini dapat membentuk perubahan perilaku individu terkait pemilahan sampah. Anggota *peer group* akan memahami norma-

norma yang berlaku dalam kelompok, dan ini dapat memotivasi mereka untuk mengikuti contoh tersebut.

1.6 Hipotesis

Terdapat hubungan antara terpaan kampanye pemilahan sampah dan interaksi *peer group* dengan perilaku pemilahan sampah rumah tangga oleh *followers* @pilahsampah.

1.7 Definisi Konseptual

1.7.1 Terpaan Kampanye Pemilahan Sampah

Terpaan kampanye pemilahan sampah pada dasarnya didefinisikan sebagai suatu pengalaman saat seseorang mendengar, melihat, ataupun membaca suatu pesan yang membahas mengenai pemilahan sampah oleh media.

1.7.2 Intensitas Interaksi *Peer Group*

Intensitas interaksi dalam sebuah kelompok sebaya dapat dijelaskan sebagai sejauh mana interaksi antara anggota kelompok terjadi dalam hal frekuensi dan durasi, serta kedalaman informasi yang dibagikan dalam interaksi tersebut. Hal ini memungkinkan anggota kelompok untuk memperluas pengetahuan mereka, memperkuat atau mengubah sikap atau perilaku mereka dan meningkatkan kesadaran mereka menuju mencapai tujuan bersama yang telah ditetapkan.

1.7.3 Perilaku Memilah Sampah Rumah Tangga Oleh *Followers* @Pilahsampah

Tindakan yang dilakukan oleh *followers* akun sosial media @Pilahsampah yakni dengan mengelompokan dan memilah sampah berdasarkan dengan jenis, jumlah, dan/atau sifat sampah.

1.8 Definisi Operasional

1.8.1 Terpaan Kampanye Pemilahan Sampah

Berikut ini merupakan indikator yang digunakan untuk mengukur terpaan kampanye pemilahan sampah:

- Mengetahui isi pesan Kampanye Pemilahan Sampah.
- Mengetahui program atau kegiatan yang dilaksanakan oleh akun @Pilahsampah.
- Mengetahui ciri khas desain kampanye akun @Pilahsampah.
- Mengetahui informasi terkait lokasi penampungan sampah yang disediakan oleh akun @Pilahsampah.
- Mengetahui kapan kampanye Pemilahan Sampah oleh akun @Pilahsampah. dimulai.

1.8.2 Intensitas Interaksi *Peer Group*

Berikut ini merupakan indikator yang digunakan untuk mengukur intensitas interaksi *peer group*:

- Menyebutkan tingkat keseringan (frekuensi) saat berkomunikasi dengan *peer group* dalam waktu 1 bulan terakhir.
- Menyebutkan total durasi ketika berkomunikasi dengan kelompok *peer group* mengenai pemilahan sampah
- Menyebutkan kedalaman pembahasan pemilahan sampah dengan *peer group*.

1.8.3 Perilaku Memilah Sampah Rumah Tangga Oleh *Followers* @Pilahsampah

Berikut ini merupakan indikator yang digunakan untuk mengukur perilaku memilah sampah rumah tangga oleh *followers* @Pilahsampah:

- Menyediakan beberapa tempat untuk menampung sampah.

- Mengosongkan, membilas, dan mengeringkan sampah anorganik sebelum membuangnya ke tempat sampah.
- Memasukkan sampah-sampah tersebut sesuai jenisnya pada tempat-tempat yang sudah disediakan sebelumnya.
- Menyalurkan sampah yang sudah dipilah ke Rumah Edukasi Komunitas Pilah Sampah.

1.9 Metodologi Penelitian

1.9.1 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah eksplanatori, yakni metode yang memaparkan mengenai keterkaitan antar variabel bebas dengan variabel terikat (Sudaryono, 2019). Asumsi dasar pada penelitian ini adalah variabel yang terdiri dari variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan dependen (dipengaruhi) bersifat sebab-akibat atau kausal (Sugiyono, 2016). Maka pada penyusunan penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan hubungan terpaan Hubungan Terpaan Berita *Overload* Sampah Di TPA (X_1) dan Intensitas Interaksi *Peer group* (X_2) dengan Partisipasi Memilah Sampah Melalui Bank Sampah (Y).

1.9.2 Populasi dan Sampel

1.9.2.1 Populasi

Populasi dari penelitian ini terdiri dari audiens yang pernah membaca, melihat atau mendengar pesan kampanye pemilahan sampah dan merupakan *followers* dari akun sosial media @Pilahsampah serta menjadi bagian dari Komunitas Pilah Sampah.

1.9.2.2 Sampel

Metode pengumpulan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling*, yang mana populasinya tidak mendapat kesempatan yang sama untuk

menjadi sampel. Kemudian untuk teknik yang dipakai adalah *purposive sampling*, di mana penentuan sampel berdasarkan oleh pertimbangan tertentu (Sugiyono 2010). Dalam penelitian ini, pertimbangan didasari oleh apakah orang tersebut pernah membaca, melihat atau mendengar pesan kampanye pemilahan sampah dan merupakan *followers* dari akun sosial media @Pilahsampah. Adapun total sampel yang akan dikumpulkan sebanyak 100 responden sesuai dengan usulan dari Roscoe (Sugiyono, 2010) yang menyebutkan bahwa sampel ideal dalam penelitian adalah sejumlah 30 hingga 500 sampel.

1.9.3 Jenis dan Sumber Data

Data pada penelitian ini memanfaatkan data primer, yaitu data yang didapatkan langsung dari sumber pertama atau responden yang ditemui di lapangan.

1.9.4 Alat dan Teknik Pengumpulan Data

Teknik penelitian yang digunakan yakni dengan membagikan kuesioner atau angket, yang mana terdiri dari daftar pertanyaan mengenai variabel-variabel pada penelitian. Kuesioner ini disebar dan akan diisi oleh responden, yang mana kuesioner ini merupakan alat untuk pengumpulan data.

1.9.5 Teknik Pengolahan Data

Bungin (2005) menjelaskan bahwa tahap pengolahan data terdapat tiga langkah yakni:

1.9.5.1 Editing

Editing adalah sebuah aktivitas yang mempunyai tujuan untuk melihat apakah data yang terkumpul sudah terisi lengkap. Maka seorang peneliti mempunyai tugas untuk memeriksa ulang kembali angket atau pun kuesioner yang sudah dibagikan kepada responden, agar dapat mengantisipasi adanya kesalahan, kelebihan, atau kekeliruan dalam pengisian angket.

1.9.5.2 Coding

Coding merupakan proses pengelompokan data dengan pemberian tanda berupa angka atau kode tertentu yang kemudian dikelompokkan sesuai dengan kategori yang sejenis.

1.9.5.3 Skoring

Skoring didefinisikan sebagai kegiatan memberikan angka pada data yang didapatkan dari data responden berdasarkan skala yang ada. Dari situ, angka-angka tersebut akan diolah dengan metode statistik.

1.9.5.4 Tabulasi

Tabulasi ialah proses pembuatan tabel dengan menyusun data yang diberikan symbol atau tanda yang kemudian akan masuk ke tahap analisis.

1.9.6 Uji Validitas dan Reliabilitas

1.9.6.1 Uji Validitas

Uji validitas ditujukan untuk melihat kebenaran dan juga kecermatan dari kuesioner yang telah dibagikan, yakni dengan memeriksa apakah pertanyaan yang diberikan sesuai dengan apa yang ingin diukur peneliti. Hal ini dapat diukur melalui perbandingan nilai r hitung dengan nilai r untuk untuk *degree of freedom* (df) = $n - k$ (Azwar, 2010). Program statistika SPSS merupakan alat yang digunakan untuk melaksanakan pengukuran tersebut. Jika hasil r hitung lebih besar dari table dan nilai r positif, maka dapat dikatakan bahwa kuesioner tersebut valid. Namun apabila sebaliknya, maka nilai r hitung lebih kecil, dan dianggap tidak valid (Ghozali, 2007).

1.9.6.2 Uji Realiabilitas

Pengujian ini ditujukan untuk memastikan apakah kuesioner bersifat konsisten untuk digunakan kembali pada penelitian selanjutnya atau tidak. Pada dasarnya syarat kuesioner adalah betul-betul terjamin kebenarannya, ketika

terdapat konsistensi jawaban responden pada pertanyaan dari waktu ke waktu. Hal ini dapat diukur dengan teknik *Cronbach's Alpha*, yakni jika koefisien yang tertera dalam *Cronbach's Alpha* bernilai $> 0,60$ maka variabel dalam kuesioner dinyatakan reliabel, akan tetapi jika tidak memperoleh $0,60$ maka tidak bisa dikatakan reliabel. Oleh sebab itu seumpama nilai yang tercatat semakin besar, maka semakin reliabel (Ghozali, 2007).

1.9.7 Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan uji korelasi berganda untuk melihat apakah terdapat hubungan antara tiga variabel. Teknik analisis korelasi digunakan untuk mengukur kekuatan dan juga melihat positif atau pun negatif variabel-variabel dalam penelitian tersebut. Kendall's W menurut Anwar Syarifuddin (2016:71), adalah pengujian sampel berpasangan ganda (multiple-paired samples). Koefisien Konkordasi Kendall's W digunakan untuk menguji hubungan antara X1, X2, dengan Y secara simultan.