

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH	4
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	i
KATA PENGANTAR.....	ii
ABSTRAK.....	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.4.1 Manfaat Teoritis	4
1.4.2 Manfaat Praktis	4
BAB II	5
TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Penelitian Terdahulu.....	5
2.2 Tinjauan Pustaka.....	7
2.2.1 <i>Reinforcement Theory</i>	7
2.2.2 Kampanye	8
2.2.3 Model Kampanye	10
2.2.4 Media Sosial.....	11
2.2.5 Instagram sebagai Media Sosial	12
2.2.6 Sikap.....	13
2.2.7 Kampanye dan Perubahan Sikap.....	14
2.3 Definisi Operasional.....	15
2.4 Kerangka Pemikiran.....	17
2.5 Hipotesis	18
BAB III.....	19

METODE PENELITIAN	19
3.1 Paradigma Penelitian	19
3.2 Jenis Penelitian	19
3.3 Metode Penelitian	19
3.4 Bahan Penelitian	20
3.5 Populasi dan Sampel	20
3.5.1 Populasi	20
3.5.2 Sampel	21
3.6 Teknik Pengumpulan Data	22
3.7 Teknik Analisis Data	23
3.7.1 Uji Instrumen	23
3.7.2 Uji Validitas	23
3.7.3 Uji Reliabilitas	24
3.7.4 Uji Normalitas	24
3.8 Uji Korelasi	25
3.9 Uji Regresi	26
3.10 Uji Hipotesis	26
BAB IV	28
HASIL PENELITIAN	28
4.1 Deskripsi Obyek Penelitian	28
4.1.1 Gambaran Umum Tentang Kampanye #TangerangPilahEwaste	28
4.1.2 Gambaran Umum Tentang EwasteRJ	28
4.2 Hasil Penelitian	29
4.2.1 Karakteristik Responden	29
4.2.2 Variabel X (Kampanye #TangerangPilahEwaste melalui Instagram)	31
4.2.3 Variabel Y (Sikap Peduli Lingkungan)	36
4.3 Uji Korelasi	41
4.4 Uji Instrumen	42
4.4.1 Uji Validitas	42
4.4.2 Uji Reliabilitas	45
5.4 Uji Normalitas	46
4.6 Uji Regresi Sederhana	48
BAB V	51
PEMBAHASAN	51

BAB VI.....	53
KESIMPULAN DAN SARAN.....	53
6.1 Kesimpulan.....	53
6.2 Saran.....	53
6.2.1 Saran Akademis	53
6.2.2 Saran Praktis	54
DAFTAR PUSTAKA.....	55
Lampiran 1. Rencana Outline Kuisisioner	57
Lampiran 2. Absensi Bimbingan.....	60

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	7
Tabel 2.2 Definisi Operasional	17
Tabel 3.1 Bobot Penilaian Skala Likert	23
Tabel 3.2 Tingkat Korelasi dan Kekuatan Hubungan	25
Tabel 4.1	32
Bupati Kabupaten Tangerang, Bapak Zaki Iskandar adalah sosok yang dapat dijadikan teladan dalam kampanye #TangerangPilahEwaste	32
Tabel 4.2	32
Rafa Jafar sebagai pendiri Ewasterj dapat dijadikan contoh baik untuk anak muda agar lebih peduli terhadap lingkungan dari bahaya sampah elektronik	32
Tabel 4.3	33
Gerakan kampanye #TangerangPilahEwaste adalah suatu gerakan positif yang di adakan oleh Bpk. Zaki Iskandar selaku bupati Kabupaten Tangerang yang bekerja sama dengan Rafa Jafar (ewasterj)	33
Tabel 4.4	33
Kampanye #TangerangPilahEwaste akan membuat lingkungan semakin terjaga dari sampah elektronik yang berbahaya	33
Tabel 4.5	34
Kampanye #TangerangPilahEwaste yang terdapat di instagram adalah suatu kegiatan yang positif untuk followers akun @ewasterj	34
Tabel 4.6	34
Kampanye #TangerangPilahEwaste dapat merubah perilaku followers @ewasterj menjadi lebih peduli terhadap lingkungan	34
Tabel 4.7	35
Kampanye #TangerangPilahEwaste mengajak seluruh masyarakat untuk lebih peduli terhadap lingkungan sekitar dari bahaya sampah elektronik	35
Tabel 4.8	36
Pemkab Tangerang dan Ewasterj memberikan pengarahan mengenai cara dan prosedur pembuangan sampah elektronik di dropbox #TangerangPilahEwaste melalui instagram ewasterj	36
Tabel 4.9	36
Kampanye #TangerangPilahEwaste mudah ditemukan di media sosial instagram @pemkab Tangerang dan @ewasterj	36
Tabel 4.10	37
Saya merasa kampanye #TangerangPilahEwaste memberikan dampak baik untuk masyarakat dan lingkungan	37
Tabel 4.11	38

Saya mudah mendapatkan informasi mengenai kampanye #TangerangPilahEwaste di instagram @ewasterj	38
Tabel 4.12	38
Kampanye #TangerangPilahEwaste sangat mudah dilakukan	38
Tabel 4.13	39
Dengan adanya kampanye #TangerangPilahEwaste saya jadi mengetahui bahaya dari sampah barang elektronik	39
Tabel 4.14	39
Kampanye #TangerangPilahEwaste mampu mendorong khalayak untuk melakukan tindakan nyata. 39	
Tabel 4.15	40
Saya merasa kampanye #TangerangPilahEwaste membantu untuk kesejahteraan masyarakat	40
Tabel 4.16	40
Saya akan ikut berpartisipasi dalam kampanye #TangerangPilahEwaste ini	40
Tabel 4.17	41
Saya akan lebih peduli pada lingkungan terutama dari bahaya sampah elektronik	41
Tabel 4.18	42
Hasil Uji Koefisien Korelasi	42
Tabel 4.19 Hasil Uji Validitas Kampanye #TangerangPilahEwaste (X) menggunakan SPSS 20	43
Tabel 4.20 Hasil Uji Validitas Variabel Kampanye #TangerangPilahEwaste (X).....	44
Tabel 4.21 Hasil Uji Validitas Sikap Peduli Lingkungan (Y) menggunakan SPSS 20	45
Tabel 4.22 Hasil Uji Validitas Variabel Sikap Peduli Lingkungan (Y)	45
Tabel 4.23 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kampanye #TangerangPilahEwaste (X)	46
Tabel 4.24 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Sikap Peduli Lingkungan (Y)	46
Tabel 4.25 Nilai Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov Kampanye #TangerangPilahEwaste (X) terhadap Sikap Peduli Lingkungan (Y)	47
Tabel 4.26 Model Summary	48
Tabel 4.27 ANOVA	49
Tabel 4.28 Coefficients.....	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 #TangerangPilahEwaste	2
Gambar 1.2 Mobil Pengangkut E-waste.....	3
Gambar 2.1 <i>Reinforcement Theory</i>	8
Gambar 2.2 Model Kampanye Ostergaard	11
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran	17
Gambar 4.1 #TangerangPilahEwaste	28
Gambar 4.2 Logo EwasteRJ	29
Gambar 4.3 Responden Jenis Kelamin.....	30
Gambar 4.4 Responden Domisili	30
Gambar 4.5 Responden Usia.....	31
Gambar 4.6.....	46
Grafik Histogram Uji Normalitas Antara Kampanye #TangerangPilahEwaste (X) dengan Sikap Peduli Lingkungan (Y).....	46
Gambar 4.7 Normal Probability Plot Antara Kampanye #TangerangPilahEwaste (X) dengan Sikap Peduli Lingkungan (Y)	47