

**DAMPAK KAMPANYE PROGRAM BOGOR TANPA KANTONG
PLASTIK (BOTAK) DALAM MENGUBAH SIKAP PELANGGAN MALL
BOTANI SQUARE BOGOR**

SKRIPSI

NUFSATTU SANIAH

0441 15 401



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR
MEI 2019**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang telah disusun oleh :

Nama Mahasiswa : Nufsattu Saniah

NPM : 0441 15 401

Judul : Dampak Kampanye program Bogor Tanpa Kantong Plastik (BOTAK) dalam Mengubah Sikap Pelanggan Mall Botani Square Bogor

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Pakuan

DEWAN PENGUJI

Pembimbing 1 : Dr. Dwi Rini S. Firdaus, M.Comn

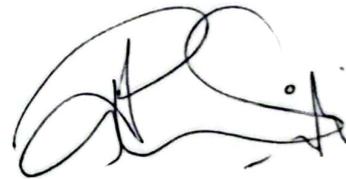
NIP/NIK : 1.0113 001 607

Pembimbing 2 : Mariana R. A. Siregar, M.I.Kom

NIP/NIK : 1.1211 053 566

Pembaca : Layung P. Martha, M.Si

NIP/NIK : 1.0616 049 756

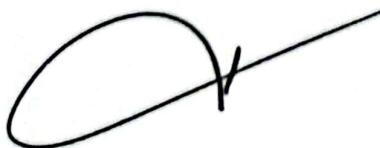


Ditetapkan di : Bogor

Tanggal : 17 Mei, 2019

Oleh

Dekan,



Dr. Agnes Setyowati H., M.Hum.
NIP/NIK : 1.0536 008229



Ketua Program Studi,



Muslim, M.Si
NIP/NIK : 1.0909 048 513

ABSTRAK

NUFSATTU SANIAH. 044115401. 2015. Dampak Kampanye Program Bogor Tanpa Kantong Plastik (BOTAK) dalam Mengubah Sikap Pelanggan Mall Botani Square Bogor. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pakuan Bogor. Di bawah bimbingan : Dwi Rini S. Firdaus dan Mariana R. A. Siregar

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dampak kampanye program Bogor Tanpa Kantong Plastik (BOTAK) dalam mengubah sikap pelanggan Mall Botani Square Bogor. Penelitian ini menggunakan dua variabel bebas (X) yaitu karakteristik pelanggan dan kampanye program Bogor Tanpa Kantong Plastik (BOTAK) dan satu variabel terikat (Y) yaitu perubahan sikap pelanggan Mall Botani Square Bogor. Indikator yang digunakan untuk variabel karakteristik yaitu suku, lama tinggal, jenis kelamin, usia, pekerjaan dan pendapatan. Indikator yang digunakan untuk variabel kampanye program Bogor Tanpa Kantong Plastik yaitu sumber atau penyelenggara kampanye, saluran kampanye, pesan kampanye dan efek kampanye. Indikator yang digunakan untuk variabel perubahan sikap yaitu pengetahuan, sikap dan perilaku. Penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* melalui *incidental sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Jumlah sampel 100 orang diambil dari jumlah keseluruhan pengunjung Mall Botani Square Bogor sebanyak 30.000 per harinya. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan yaitu deskriptif dan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kampanye program Bogor Tanpa Kantong Plastik (BOTAK) dalam mengubah sikap pelanggan Mall Botani Square Bogor.

Kata Kunci : BOTAK, Kampanye, Kantong Plastik, Karakteristik, Perubahan Sikap.