

**EFEKTIVITAS KAMPANYE BERHENTI MEROKOK AKUN  
INSTAGRAM @SUARA\_TANPA\_ROKOK TERHADAP SIKAP  
FOLLOWERS**

**SKRIPSI**

**ADITYA MAULANA AGAM**

**044118284**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA  
UNIVERSITAS PAKUAN  
BOGOR  
OKTOBER 2022**

## HALAMAN PENGESAHAN

### Skripsi yang telah disusun oleh :

Nama Mahasiswa : Aditya Maulana Agam

NPM : 044118284

Judul : Efektivitas Kampanye Berhenti Merokok Akun Instagram @suara\_tanpa\_rokok Terhadap Sikap *Followers*

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

### DEWAN PENGUJI

Pembimbing 1 : Imani Satriani, M.Si

NIP/NIK : 1.0616 049 763

Pembimbing 2 : Ratih Siti Aminah, M.Si

NIP/NIK : 1.0314 004 625

Pembaca : Mariana R.A. Siregar, M.I.Kom

NIP/NIK : 1.1211 053 566

Ditetapkan di : Bogor

Tanggal :

Oleh

Dekan



Dr. Henny Suharyati, M.Si

NIK : 19600671990092001



Ketua Program Studi



Dr. Dwi Rini S. Firdaus, M.Comn

NIK : 1.0113 001 607

## ABSTRAK

**ADITYA MAULANA AGAM. 044118284. 2022. Efektivitas Kampanye Berhenti Merokok Akun Instagram @suara\_tanpa\_rokok Terhadap Sikap Followers.** Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pakuan Bogor. Di bawah bimbingan : **Imani Satriani dan Rani Siti Aminah**

Penelitian ini dilakukan berdasarkan dari banyaknya data yang memaparkan bahwa perokok di Indonesia yang jumlahnya terus meningkat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana efektivitas kampanye berhenti merokok dari akun Instagram @suara\_tanpa\_rokok terhadap sikap *followers*. Penelitian ini menggunakan satu variabel bebas yaitu kampanye berhenti merokok dan satu variabel terikat yaitu sikap *followers*. Indikator yang digunakan pada variabel kampanye berhenti merokok yaitu pelaku, pesan, media dan khalayak sasaran kampanye. Indikator yang digunakan pada variabel sikap *followers* yaitu kognitif, efektif dan konatif. Penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* melalui *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria-kriteria yang telah ditentukan untuk menghasilkan sampel yang dapat dianggap mewakili populasi. Jumlah sampel berjumlah 100 orang yang diambil dari jumlah keseluruhan populasi *followers* Instagram @suara\_tanpa\_rokok yang berjumlah 41.000 *followers*. Desain penelitian ini menggunakan kuantitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner *online* melalui *google form*, studi kepustakaan, serta observasi. Teknik analisis data yang digunakan yaitu regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kampanye berhenti merokok telah dilakukan dengan baik oleh komunitas Suara Tanpa Rokok dengan tersampainya segala jenis informasi karena ketepatan dalam menggunakan media kampanye untuk mempengaruhi sikap *followers*, sikap *followers* juga menunjukkan bahwa mereka terpengaruh oleh pesan-pesan persuasi dari kampanye berhenti merokok, maka didapati bahwa adanya efektivitas dari kampanye berhenti merokok terhadap sikap *followers*, berdasarkan hasil uji determinasi diperoleh hasil bahwa terdapat efektivitas dari kampanye berhenti merokok yang dilakukan pada Instagram @suara\_tanpa\_rokok terhadap sikap *followers* sebesar 39,6%, sedangkan 60,4% lainnya dijelaskan oleh faktor lainnya.

**Kata Kunci :** *instagram, kampanye, perilaku merokok*