

Pengaruh Terpaan Berita Satwa Laut yang Mati Akibat Sampah Plastik dan Kampanye *Zero Waste* terhadap Perilaku Pengurangan Penggunaan Kantong Plastik

Randyani Rarasati

Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro

Email : randyanirarass@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan 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 dalam penelitian ini adalah Teori Efek Media Massa dan Teori Respon Kognitif. Untuk menentukan sampel, penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan cara *accidental sampling*. Jumlah sampel yang diteliti berjumlah 60 orang dengan karakteristik pria/wanita berdomisili di Kota Semarang, berusia 19-34 tahun, pernah mendengar dan/atau membaca berita satwa laut yang mati akibat sampah plastik dan pernah mendengar/mengetahui kampanye *zero waste*. Hasil penelitian menunjukkan terpaan berita satwa laut yang mati akibat sampah plastik terhadap perilaku pengurangan penggunaan kantong plastik tidak ada pengaruh yang signifikan. Selanjutnya, Hasil uji hipotesis pengaruh terpaan kampanye *zero waste* terhadap perilaku pengurangan penggunaan kantong plastik menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan dengan koefisien arah regresi positif, yang artinya semakin tinggi terpaan kampanye *zero waste*, semakin tinggi pula perilaku pengurangan penggunaan kantong plastik.

Kata kunci: kampanye *zero waste*, perilaku, sampah plastik, terpaan berita.

Abstract

This study aims to determine the effect of news exposure about marine animals that killed by plastic pollution and zero waste campaigns toward the behavior of reducing the use of plastic bags. The theory used in this research is the effect of mass communication theory and Cognitive response theory. To determine the sample, this study uses a non-probability sampling technique by accidental sampling. The number of samples studied amounted to 60 people with the characteristics of men/women domiciled in the city of Semarang, aged 19-34 years, had heard and/or read news of marine animals killed by plastic pollution and had heard/known of the zero waste campaign. The results showed that the exposure of marine animals that killed by plastic pollutions to the behavior of reducing the use of plastic bags had no significance value, it showed that the hypothesis and the theory are rejected. Furthermore, the effect of zero waste campaign exposure on the behavior of reducing the use of plastic bags showed a significant influence with the positive regression, which means that the increase of zero waste campaign exposure directly proportional to the behavior of reducing the use of plastic bags.

Keywords: behavior, news exposure, plastic waste, zero waste campaign.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Sampah merupakan salah satu masalah yang sedang dihadapi oleh Indonesia. Adanya pertumbuhan penduduk di Indonesia yang semakin pesat, membuat produksi sampah semakin banyak. Seorang peneliti dari Universitas Georgia, Jenna Jambeck, pada tahun 2015 mengungkapkan bahwa Indonesia berada di urutan kedua sebagai negara penyumbang sampah plastik terbesar di dunia setelah Cina.

Direktur Pengelolaan Sampah, Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan, Novrizal Tahar, mengatakan jumlah sampah plastik di Indonesia terus mengalami peningkatan. Pada tahun 2013, jumlah sampah plastik sebanyak 14 persen, sedangkan pada tahun 2017 bertambah menjadi 17 persen atau setara dengan 10,35 juta ton sampah plastik dan 49 persen diantaranya merupakan kantong plastik (<https://lifestyle.kompas.com/read/2018/06/06/091700620/jumlah-sampah-plastik-terus-meningkat?page=all> diakses pada 17 Maret 2019).

Berdasarkan data yang diperoleh dari Asosiasi Industri Plastik Indonesia (INAPLAS) dan Badan Pusat Statistik (BPS), sampah plastik di Indonesia setiap tahunnya mencapai 64 juta ton/tahun. Sebanyak 3,2 juta ton merupakan sampah plastik yang dibuang ke laut. Sampah plastik yang masuk ke laut dapat terbelah menjadi partikel-partikel mikro dan nano plastik yang diketahui akan sangat berbahaya karena bisa termakan tanpa sengaja oleh ikan.

Siklus masuknya sampah ke lingkungan, 80 persennya berasal dari sampah daratan. Sampah tersebut kemudian mengalir ke sungai, pesisir, laut, hingga sampai ke dasar laut. Sungai menjadi penyumbang sampah plastik terbesar, karena nantinya sampah plastik tersebut bermuara di lautan.

Sampah plastik bertahan dalam ekosistem laut dan kemudian menimbulkan konsekuensi buruk bagi kehidupan laut dan kesehatan manusia. Ketika perairan laut kita kian banyak dicemari plastik, semakin membesarkan kemungkinan kalau jumlah spesies laut akan menelan sampah tersebut. Sampah plastik dapat membunuh binatang laut. Makhluk-makhluk tersebut dapat terperangkap jaring ikan atau mati kelaparan sesudah memakan partikel yang tidak dapat diserap tubuhnya. Plastik yang mulai terurai mengeluarkan zat kimia berbahaya dan mencemari laut, menyebabkan risiko kesehatan pada binatang-binatang. Hal itu terjadi, karena mikroplastik yang masuk ke dalam tubuh satwa laut, akan merobek usus dan merusak pencernaan yang kemudian dapat menyebabkan kematian.

Lebih dari 200 spesies hewan tercatat memakan plastik, termasuk kura-kura, paus, anjing laut, burung, dan ikan. Para ilmuwan telah lama mengetahui bahwa banyak plastik laut dikonsumsi oleh makhluk laut lantaran terlihat seperti makanan. Kura-kura misalnya, kantong plastik yang utuh dan mengambang di laut, mirip dengan ubur-ubur. Hewan laut lainnya, termasuk ikan, sering melahap plastik berukuran mikro yang terpecah karena sinar matahari dan memiliki bentuk yang menyerupai plankton yang biasa

mereka makan (<https://nationalgeographic.grid.id/read/131605210/hewan-laut-mengira-sampah-plastik-sebagai-makanan-mengapa?page=all> diakses pada 4 April 2019).

Dampak sampah plastik yang berlebihan semakin didepan mata ketika masyarakat di Indonesia digemparkan oleh pemberitaan tentang paus jenis Sperm wale yang mati dan terdampar di perairan Wakatobi, Sulawesi Tenggara pada November 2018. Dalam perut paus sepanjang 9,6 meter itu ditemukan 5,9 kilogram sampah. (<https://tirto.id/ditemukan-59-kg-sampah-dalam-perut-paus-yang-terdampar-di-wakatobi-daiN> diakses pada 4 April 2019).

Persoalan sampah plastik ini sering kita lihat di berbagai media massa di Indonesia. Media massa saat ini menjadi salah satu alat penyebarluasan informasi secara cepat dan global, karena sesuai dengan fungsinya yaitu menyampaikan informasi, mendidik, menghibur, mempengaruhi, serta mengontrol masyarakat dan pemerintah. Media massa dalam hakikatnya memiliki peran yang berfungsi untuk membangun dengan cara memberikan informasi yang menggerakkan masyarakat dalam berperilaku, dan berpartisipasi dalam pembangunan.

Pemerintah memiliki target untuk mengurangi sampah rumah tangga dan sampah sejenis rumah tangga sebanyak 30 persen dan penanganannya sebanyak 70 persen pada tahun 2025. Target ini menjadi salah satu upaya pemerintah dalam penanganan timbunan sampah. Namun persoalan sampah tentu bukan tanggungjawab pemerintah saja, masyarakat

juga bisa mengambil peran dalam pengurangan sampah.

Berbagai kampanye lingkungan mengenai sampah plastik terus dilakukan sebagai salah satu upaya untuk mengurangi timbunan sampah plastik. Salah satunya adalah kampanye gaya hidup *zero waste* atau nol sampah. *Zero Waste* adalah sebuah gaya hidup untuk meminimalisasi produksi sampah yang dihasilkan dari masing-masing individu yang akan berakhir di tempat pembuangan akhir (TPA) dalam upaya menjaga kelestarian lingkungan. Dalam penerapannya, *zero waste* mengimplementasikan prinsip 5R (*Refuse, Reduce, Reuse, Recycle, and Rot*) atau di dalam bahasa Indonesia berarti “Menolak, Mengurangi, Menggunakan Kembali, Daur Ulang, dan Membusukkan”.

Berbagai kampanye dan advokasi online mengenai gaya hidup *zero waste* sudah banyak dilakukan. Namun, faktanya masih banyak masyarakat yang berbelanja menggunakan kantong plastik sekali pakai. Berdasarkan hasil Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) Modul Ketahanan Sosial 2017, presentase jumlah perilaku rumah tangga yang tidak membawa tas belanja sendiri masih tinggi yaitu sebesar 54,8 persen dibandingkan dengan presentase rumah tangga yang selalu membawa kantong belanja sendiri hanya sebesar 8,7 persen.

Padahal, timbunan sampah plastik dapat ditekan salah satunya dengan perubahan pola hidup dan perilaku masyarakat dalam menggunakan kantong plastik. Pertambahan jumlah penduduk dan perilaku masyarakat ini, berbanding lurus

dengan bertambahnya jumlah sampah setiap tahunnya di Indonesia.

Berdasarkan uraian tersebut pertanyaan pun muncul, apakah terpaan berita tentang satwa laut yang mati akibat sampah plastik dan kampanye *zero waste* dapat memengaruhi perilaku seseorang dalam pengurangan penggunaan kantong plastik?

Kerangka Teori

Teori efek media massa

Efek komunikasi massa terdiri atas dua istilah, yakni “efek” dan “komunikasi massa”. Definisi dari efek itu sendiri adalah semua jenis perubahan yang terjadi dalam diri penerima, setelah menerima pesan dari suatu sumber. Menurut Steven M. Chaffe (Ardianto dkk, 2004:49) efek media massa dapat dilihat dari perubahan yang terjadi pada diri khalayak yaitu berupa perubahan sikap, perasaan, dan perilaku atau dengan istilah lain dikenal sebagai perubahan kognitif, afektif, dan behavioral.

Dalam penelitian ini, khalayak mendapatkan terpaan berita mengenai satwa laut yang mati akibat sampah plastik dan khalayak mendapatkan efek kognitif dari terpaan berita tersebut berupa sebuah pengetahuan yang awalnya tidak tahu menjadi tahu. Kemudian timbul perasaan sedih, miris, dan sebagainya sebagai akibat dari membaca berita tersebut. Perasaan itu yang kemudian disebut sebagai efek afektif media massa. Dan pada tahap terakhir, terjadi efek behavioral dimana khalayak akan cenderung melakukan sesuatu, salah satunya adalah perilaku pengurangan penggunaan kantong plastik agar mengurangi timbunan sampah plastik yang berujung ke laut.

Teori Respon Kognitif

Teori ini menjelaskan tentang proses kognisi pesan melalui tahap pengolahan informasi. Salah satu metode yang paling banyak digunakan untuk melihat respon kognitif konsumen mengenai pesan adalah penilaian tanggapan kognitif mereka, seperti pikiran yang terjadi ketika membaca, melihat, dan/atau mendengar pesan yang dikomunikasikan. Proses kognitif bertujuan untuk menjelaskan bagaimana informasi eksternal diberi pemaknaan menjadi sebuah pemikiran dan penilaian. Sebuah pemikiran adalah sebagai hasil dari proses kognitif atau sebagai respon yang berasal dari pengalaman masa lalu dan membentuk penolakan atau penerimaan dari pesan yang diterima (Belch & Belch, 2009).

Fokus dari teori ini adalah untuk menentukan jenis respon yang ditimbulkan oleh pesan iklan – atau dalam penelitian ini kampanye gaya hidup zero waste.

Metode Penelitian

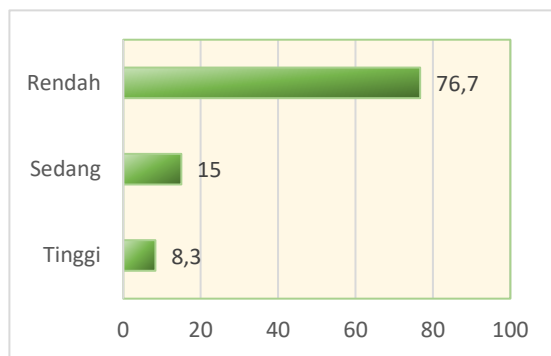
Tipe penelitian ini adalah eksplanatoris yang bertujuan untuk menjelaskan pengaruh antara terpaan berita satwa laut mati akibat sampah plastik (X1) terhadap minat melakukan diet kantong plastik (Y) dan awareness kampanye zero waste (X2) terhadap minat melakukan diet kantong plastik (Y). Penelitian ini menggunakan metode survei untuk memperoleh data dan fakta mengenai fenomena yang terjadi pada obyek penelitian. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah laki-laki dan perempuan berusia 19-34 tahun, berdomisili di Semarang, pernah melihat dan/atau membaca berita tentang

satwa laut yang mati akibat sampah plastik, pernah melihat dan/atau mendengar kampanye *zero waste* dengan sampel yang diambil sebanyak 60 responden karena berdasar Roscoe (dalam Sugiyono, 2014:90) jumlah sampel yang layak digunakan dalam penelitian adalah 30 sampai 500.

Terpaan Berita Satwa Laut yang Mati Akibat Sampah Plastik

Terpaan berita satwa laut yang mati akibat sampah plastik dapat diukur dengan kemampuan responden untuk menyebutkan berita dan informasi yang terkait tentang lokasi kejadian satwa laut yang mati akibat sampah plastik sejak November 2018 – Mei 2019. Berikut penjelasan mengenai hasil penelitian terpaan berita tersebut.

Diagram 1. Terpaan Berita Satwa Laut yang Mati Akibat Sampah Plastik (%)



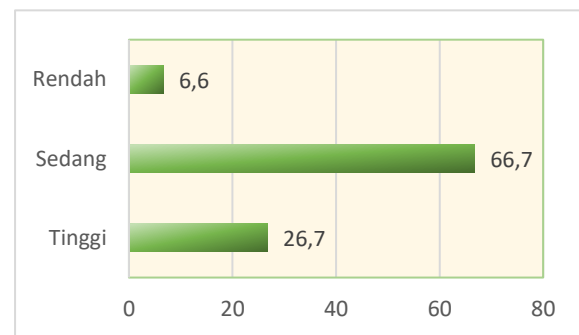
Setelah melakukan pengukuran terhadap pengetahuan responden mengenai satwa laut yang mati akibat sampah plastik dapat diketahui bahwa mayoritas terpaan berita responden yang diteliti tergolong rendah. Hanya sebagian kecil responden yang mendapatkan terpaan tinggi. Temuan ini menunjukkan bahwa berita mengenai satwa laut yang mati akibat sampah plastik tidak mudah diingat oleh responden. Mayoritas banyak mengetahui jenis satwa laut apa saja

yang mati akibat sampah plastik, namun hanya sedikit yang dapat mengingat dan menyebutkan dengan pasti lokasi kejadian satwa laut yang mati tersebut.

Terpaan Kampanye Zerowaste

Terpaan kampanye *zero waste* diukur melalui beberapa indikator, diantaranya adalah mengetahui definisi gaya hidup *zero waste*, prinsip 5R dalam *zerowaste*, jenis kegiatan kampanye *zero waste*, tagline, tokoh/celebriti, dan pesan dalam kampanye. Berikut merupakan hasil penelitian dari variabel terpaan kampanye *zero waste*.

Diagram 2. Terpaan Kampanye Zero Waste



Berdasarkan hasil pengukuran beberapa indikator diatas, maka dapat dinyatakan bahwa mayoritas terpaan kampanye *zerowaste* para responden tergolong sedang. Dari semua aspek seperti mengetahui definisi gaya hidup *zerowaste*, prinsip 5R dalam *zerowaste*, jenis kegiatan kampanye *zerowaste*, tokoh/celebriti, dan pesan dalam kampanye, hanya aspek pengetahuan mengenai tagline dalam kampanye 31 Days *Zerowaste Challenge* yang tidak tinggi.

Perilaku Pengurangan Penggunaan Kantong Plastik

Perilaku pengurangan penggunaan kantong plastik diukur dengan beberapa indikator, diantaranya adalah mengumpulkan kantong plastik, menggunakan kembali kantong plastik yang ada dirumah, menolak menggunakan kantong plastik saat berbelanja dalam jumlah kecil, membawa tas belanja ramah lingkungan, dan memberikan kantong plastik ke tempat daur ulang/pemulung. Indikator tersebut merupakan implikasi dari prinsip *refuse*, *reduce*, *reuse*, dan *recycle*. Berikut merupakan hasil penelitian dari variabel perilaku pengurangan penggunaan kantong plastik.

Diagram 3. Perilaku Pengurangan Penggunaan Kantong Plastik

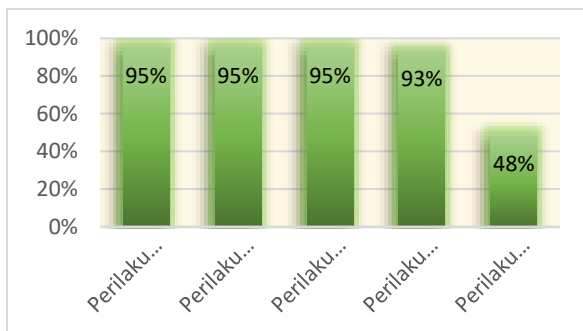


Diagram diatas menunjukkan bahwa dari 60 responden, sebagian besar responden melakukan perilaku mengumpulkan kantong plastik, menggunakan kembali kantong plastik, menolak kantong plastik saat berbelanja dalam jumlah yang kecil, dan membawa kantong belanja ramah lingkungan saat berbelanja. Hanya sebagian kecil responden yang tidak melakukan keempat perilaku tersebut. Temuan ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden sudah melakukan setidaknya 3 prinsip dalam zerowaste, yaitu *refuse* (menolak), *reuse*

(menggunakan kembali), dan *reduce* (mengurangi) yang dijelaskan pada aspek mengumpulkan kantong plastik, menggunakan kembali kantong plastik, menolak penggunaan kantong plastik saat berbelanja, dan membawa tas belanja ramah lingkungan.

Terkait penemuan tentang perilaku mendaur ulang, dapat dilihat bahwa sebagian besar responden tidak melakukan *recycle* atau mendaur ulang plastik, khususnya kantong plastik. Dalam hal ini, aspek perilakunya adalah memberikan kantong plastik kepada pemulung atau bank sampah, dimana kemudahan nantinya sampah plastik akan dipilah dan di daur ulang. Temuan menunjukkan bahwa sebagian responden tidak pernah memberikan kantong plastik ke pemulung atau bank sampah untuk didaur ulang, namun sebagian responden sudah melakukan perilaku tersebut.

Berdasarkan hasil pengukuran kelima indikator diatas, maka dapat dinyatakan bahwa mayoritas responden memiliki perilaku pengurangan penggunaan kantong plastik yang cenderung tinggi. Temuan ini menunjukkan bahwa aspek memberikan kantong plastik ke pemulung atau bank sampah untuk didaur ulang tidak setinggi keempat aspek lainnya, baik perilaku mengumpulkan kantong plastik, menggunakan kembali kantong plastik, menolak kantong plastik saat berbelanja dalam jumlah yang kecil, dan membawa kantong belanja ramah lingkungan.

Pembahasan

Pengaruh Terpaan Berita Satwa Laut yang Mati Akibat Sampah Plastik

terhadap Perilaku Pengurangan Penggunaan Kantong Plastik

Berdasarkan hasil uji hipotesis analisis regresi linier sederhana, ditemukan bahwa pengaruh terpaan berita satwa laut yang mati akibat sampah plastik terhadap perilaku pengurangan penggunaan kantong plastik **tidak signifikan**, dengan angka 0,073 ($0,073 > 0,05$). Oleh karena itu, hipotesis dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara terpaan berita satwa laut yang mati akibat sampah plastik terhadap perilaku pengurangan penggunaan kantong plastik **ditolak**. Temuan tersebut juga menunjukkan bahwa teori yang digunakan tidak berlaku dalam penelitian ini, yaitu mengenai efek komunikasi massa yang dapat dilihat dari perubahan yang terjadi pada diri khalayak yaitu berupa perubahan sikap, perasaan, dan perilaku atau dengan istilah lain dikenal sebagai perubahan kognitif, afektif, dan behavioral.

Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat efek atau perubahan sikap pada khalayak karena sesuai dengan hasil temuan bahwa tidak ada pengaruh antara terpaan berita satwa laut yang mati akibat sampah plastik terhadap perilaku pengurangan penggunaan kantong plastik.

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat dipahami bahwa media massa saat ini bukan menjadi satu-satunya media yang menjadi sumber informasi seseorang, baik itu cetak, televisi, radio, maupun online. Terkait dengan perubahan perilaku seseorang, hal tersebut dapat terjadi akibat berbagai faktor selain dari terpaan berita di media massa.

Pengaruh Terpaan Kampanye Zero Waste terhadap Perilaku Pengurangan Penggunaan Kantong Plastik

Berdasarkan hasil uji hipotesis analisis regresi linier sederhana, diperoleh hasil nilai signifikansi yaitu 0,022 ($0,022 < 0,05$) yang berarti terdapat pengaruh terpaan kampanye zero waste terhadap perilaku pengurangan penggunaan kantong plastik. Dan koefisiensi arah regresi terpaan kampanye zero waste sebesar 0,104 yang menunjukkan pengaruh yang positif. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi terpaan kampanye zero waste maka semakin tinggi pula perilaku seseorang dalam mengurangi penggunaan kantong plastik. Variabel terpaan kampanye zero waste memiliki pengaruh terhadap perilaku pengurangan penggunaan kantong plastik sebesar 8,7%.

Penjelasan diatas sesuai dengan kajian teori Respon Kognitif yang dikemukakan oleh Belch dan Belch, yang memiliki asumsi bahwa seseorang akan menentukan respon atas suatu pesan dan akan membentuk sikap konsumen untuk cenderung menerima pesan yang disampaikan. Dalam hal ini, terpaan kampanye zero waste akan membentuk sikap seseorang untuk menerima pesan yang disampaikan dalam kampanye dan cenderung melakukan sesuatu yang sesuai dengan pesan yang disampaikan, yaitu untuk mengurangi penggunaan plastik sekali pakai.

Penelitian ini menghasilkan temuan bahwa terpaan kampanye *zero waste* berpengaruh positif terhadap perilaku pengurangan penggunaan kantong plastik. Sehingga dapat disimpulkan jika semakin tinggi terpaan kampanye *zero waste*, semakin

tinggi juga perilaku seseorang dalam pengurangan penggunaan kantong plastik. Hal ini sesuai dengan pendekatan respon kognitif yang menjelaskan adanya pengaruh pesan terhadap perilaku.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dengan serangkaian pengumpulan serta pengolahan data, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan uji hipotesis pengaruh terpaan berita satwa laut yang mati akibat sampah plastik terhadap perilaku pengurangan penggunaan kantong plastik, tidak ada pengaruh yang signifikan sehingga hipotesis dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara terpaan berita satwa laut yang mati akibat sampah plastik terhadap perilaku pengurangan penggunaan kantong plastik ditolak. Temuan tersebut juga menunjukkan bahwa teori yang digunakan tidak berlaku dalam penelitian ini.
2. Hasil uji hipotesis pengaruh terpaan kampanye *zero waste* terhadap perilaku pengurangan penggunaan kantong plastik menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan dengan koefisien arah regresi positif, yang artinya semakin tinggi terpaan kampanye *zero waste*, semakin tinggi pula perilaku pengurangan penggunaan kantong plastik.

Saran

1. Untuk pihak-pihak yang akan menyelenggarakan kampanye dan

advokasi publik mengenai gaya hidup minim sampah, disarankan untuk lebih mengajak masyarakat untuk melakukan *recycle* atau mendaur ulang plastik sehingga tidak hanya fokus kepada penolakan dan pengurangan penggunaan plastik. Saran ini didasarkan atas temuan mengenai perilaku pengurangan penggunaan kantong plastik, dimana aspek *recycle* memiliki persentase yang rendah dibandingkan dengan perilaku *refuse, reduce, dan reuse*.

2. Untuk penelitian selanjutnya yang melakukan analisis pada perilaku pengurangan penggunaan kantong plastik, disarankan usia sampel responden diatas 34 tahun. Hal ini atas temuan responden dengan usia 19-34 tahun sudah memiliki kesadaran untuk mengurangi penggunaan plastik.
3. Terpaan media tidak membentuk perilaku audiens sehingga disarankan untuk mencari faktor lain yang dapat memengaruhi perilaku seseorang. Saran ini atas hasil temuan pada hipotesis mengenai terpaan berita satwa laut yang mati akibat sampah plastik tidak memengaruhi perilaku pengurangan penggunaan kantong plastik.

Daftar Pustaka

- Ardial. (2014). *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Awza, Rusmadi, dkk. (2017). Hubungan Berita Kantong Plastik Berbayar dan Sikap Peduli Lingkungan Mahasiswa. Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Riau.
- Azizah, P. W. (2016). Penyuluhan Pengelolaan Sampah Plastik dengan Konsep Zero Waste bagi Ibu Rumah Tangga di Kecamatan Bergas Kabupaten Semarang. *Pengabdian Masyarakat*, 63.
- Darmadi Durianto, S. T. (2013). *Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Djaali. (2007). *Psikologi Pendidikan*. Jakarta : PT. Bumi Aksara.
- Drs. Elvinaro Ardianto, M. D. (2004). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Effendy, O. U. (1990). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosda karya.
- George Belch, M. B. (2009). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective*. New York: McGraw Hill.
- Greenwald, A. G. (1968). *Cognitive Learning, Cognitive Response to Persuasion, and Attitude Change*. Department of Psychology. Ohio State University Columbus, Ohio. : Academic Press Inc: New York.
- Hasan, M. I. (2002). *Pokok-pokok materi metodologi penelitian & aplikasinya*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- J. Paul Peter, J. C. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Edisi Kesembilan. Diterjemahkan Oleh: Diah Tantri Dwiandani*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kurniadi, Hayatullah. (2017). Strategi Komunikasi dalam Kampanye Diet Kantong Plastik Oleh GIDKP di Indonesia. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Abdurrah, Indonesia.
- Normawati, dkk. (2018). Pengaruh Kampanye “Let’s Disconnect To Connect” terhadap Sikap Anti Phubbing. Ilmu Komunikasi UPN Veteran Jakarta.
- Mulyana, D. (2005). *Ilmu komunikasi : suatu pengantar*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Pamekar, G. G. (2010). Efektifitas Metode Role Playing dan Role Model. *Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta*, 210.
- Purwandi, H. A. (2017). *Milenial Nusantara* . Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rakhmat, J. (2004). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif*,

kualitatif, dan R&D. Bandung:
Alfabeta.

Tania Intan, S. R. (2019). Kampanye Zero Waste Sebagai Gaya Hidup Pada Mahasiswa. *Media Komunikasi Hasil Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat.*

Venus, A. (2004). *Manajemen Kampanye; Panduan Teoritis Dan Praktis Dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi.* Bandung: Simbiosis Rekatam Media.

Walgito, B. (1981). *Pengantar Psikologi Umum.* Yogyakarta: Yayasan Penerbitan Fakultas Psikologi UGM.

Wiryanto. (2000). *Teori Komunikasi Massa.* Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.