

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Dalam menjalankan penelitian ini, penulis mengikuti rencana penelitian yang telah diatur sesuai dengan tahapan ilmiah. Tujuannya adalah agar hasil akhir penelitian sesuai dengan arah yang telah ditentukan. Fokus utama selama pelaksanaan penelitian ini terletak pada penerapan pendekatan penelitian yang dipilih. Untuk itu, penulis memutuskan akan menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu pendekatan yang menganalisa data penelitian yang berupa angka menggunakan statistik seperti penjelasan Sugiyono (2014). Pendekatan kuantitatif juga berfokus pada suatu hal yang nyata dan dapat diukur menggunakan angka (*quantifiable*) dan bertujuan untuk membuktikan sesuatu berupa membuktikan keberadaan suatu variabel, hubungan antar variabel, dan membuktikan suatu teori (Basuki, 2010).

Selain itu penelitian ini juga menggunakan pendekatan kuantitatif melalui metode korelasi. Penggunaan metode korelasi bertujuan untuk mengidentifikasi hubungan antara setiap variabel. Dalam konteks ini, variabel independen (X) dari penelitian ini adalah pesan kampanye, sedangkan variabel dependen (Y) adalah sikap. Metode korelasi memungkinkan peneliti untuk menganalisis sejauh mana hubungan antara pesan kampanye dan sikap yang dihasilkan. Selain itu, sebagai upaya menggali data penelitian, penulis menggunakan tahapan survei yaitu metode riset menggunakan penyebaran kuesioner untuk mengumpulkan data yang bertujuan untuk mendapatkan informasi pada responden (Kriyantono, 2012). Kuesioner digunakan sebagai alat pengumpulan data berupa pertanyaan yang terstruktur yang akan diisi oleh responden yang memenuhi kriteria (Basuki, 2010).

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi adalah sebutan untuk kelompok objek yang merupakan target penelitian. Sugiyono (2014) menyebut populasi juga dapat berupa cakupan objek

maupun subjek penelitian dengan kualitas dan karakteristik spesifik yang digeneralisasi, diteliti, dan ditarik kesimpulan sesuai penelitian.

Populasi dalam konteks penelitian ini merupakan pengikut dari akun sosial media Instagram dari Female Daily Network (@femaledailynetwork). Female Daily merupakan salah satu *beauty platform* terbesar di Indonesia yang membahas mengenai *fashion*, kecantikan dan juga membahas topik yang berkaitan dengan dunia wanita seperti *shopping*, *parenting*, keluarga, dan lainnya. Pengikut akun Instagram Female Daily memiliki peluang untuk melihat pesan kampanye #FDSustainabeauty. Pengikut akun Instagram @femaledailynetwork saat ini adalah sebanyak 705.000 pengikut per-tanggal 2 Mei 2023.

Penulis juga telah menentukan kriteria dari responden pada penelitian ini yaitu:

1. Merupakan pengikut dari akun Instagram Female Daily @femaledailynetwork.
2. Berusia 17 - 35 tahun (Kategori usia dewasa awal menurut Departemen Kesehatan RI Tahun 2009)
3. Telah melihat dan merespon postingan pesan kampanye #FDSustainabeauty pada Instagram @femaledailynetwork.

Berdasarkan kriteria tersebut, maka jumlah populasi tidak jelas dan tidak dapat ditentukan dengan angka.

3.2.2 Sampel

Bagian dari keseluruhan objek penelitian adalah apa yang disebut sampel (Sugiyono, 2014). Penulis dalam penelitian ini mengambil sampel dengan teknik *random sampling* yang merupakan teknik *probability*. *Random sampling* merupakan teknik memilih unit sampling dengan memperhatikan besarnya peluang satuan sampling untuk terpilih ke dalam sampel, dan peluang itu tidak boleh sama dengan nol. Sampling tipe ini bisa dipakai untuk melakukan generalisasi hasil penelitian terhadap populasi walaupun data yang didapat hanya berasal dari sampel.

Adapun target responden pengisi kuesioner dengan ekspektasi kuantitas tersebut bisa menjadi representasi populasi, yakni pengikut akun instagram @femaledailynetwork yang saat ini adalah sebanyak 705.000 pengikut per-tanggal 2 Mei 2023. Untuk mendapatkan jumlah sampel terkait, penulis menggunakan

rumus Slovin. Rumus slovin digunakan karena dalam penarikan sampel, dibutuhkan jumlah yang representatif sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasikan dan dalam perhitungannya tidak memerlukan tabel jumlah sampel tetapi menggunakan rumus dan perhitungan sederhana (Sugiyono, 2014). Rumus slovin ditunjukkan dengan rumus sebagai berikut.

$$\text{Rumus Slovin: } n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

Keterangan:

n: Ukuran sampel

N: Ukuran populasi

e: Derajat toleransi (10% atau 0,1 untuk populasi dalam jumlah besar)

Berdasarkan rumus slovin di atas, maka diketahui bahwa nilai “N” jumlah total populasi yaitu sebanyak 705.000 dan nilai “e” adalah batas toleransi kesalahan yang dipilih dengan nilai 10% sehingga nilai e adalah 0.1. Maka dari itu, penentuan sampel penelitian berdasarkan pada rumus slovin yaitu sebagai berikut.

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + N (e)^2} \\ n &= \frac{705.000}{1 + 705.000 (0,1)^2} \\ n &= \frac{705.000}{7.051} \\ n &= \mathbf{99,9858} \end{aligned}$$

Dari hasil yang didapatkan pada rumus di atas, diketahui bahwa terdapat 705.000 jumlah pengikut akun Instagram @femaledailynetwork. Nilai signifikansi sebesar 10% atau 0,1 dalam bentuk desimal menjadi acuan nilai signifikansi penelitian ini. Perhitungan di atas menghasilkan sampel sejumlah n sama dengan 99,98 yang dibulatkan menjadi 100 mengingat jumlah sampel penelitian harus berupa angka bulat. Sehingga berdasarkan perhitungan rumus slovin yang

dilakukan, sampel yang dapat diambil pada penelitian ini yaitu sebanyak 100 responden.

3.3 Instrumen Penelitian

Instrumen atau alat penelitian adalah sarana yang memegang peran medium antara peneliti dengan responden yang digunakan untuk mengumpulkan data dari lapangan. Instrumen penelitian yang digunakan penulis pada penelitian ini dijelaskan pada poin-poin di bawah ini.

3.3.1 Kuesioner

Berdasarkan pendekatan kuantitatif yang penulis pilih, penulis turut mengikutkan metode survei melalui mendistribusikan kuesioner ke sejumlah sampel yang telah memenuhi kriteria responden. Kuesioner sebagai alat pengumpulan data dipilih karena sesuai dengan pendekatan penelitian kuantitatif yang digunakan. Selain itu, kuesioner memiliki kemampuan untuk memberikan jawaban terhadap permasalahan penelitian dalam bentuk kecenderungan dari tanggapan yang diberikan oleh responden.

Berdasar pada pendekatan kuantitatif yang penulis pilih untuk penelitian ini, maka teknik survei melalui kuesioner dipilih oleh penulis. Survei tersebut dilakukan dengan menyebarkan kuesioner pada sampel yang memenuhi kriteria. Kuesioner sesuai dengan sudut pandang kuantitatif serta dapat memberi data berupa kecenderungan tanggapan responden yang tetap sesuai kebutuhan penelitian, sehingga dipilih untuk mengumpulkan data. Skala Likert yang dapat mengukur perilaku, opini, serta pandangan juga digunakan untuk memastikan akurasi data yang didapat untuk penelitian ini (Sugiyono, 2014).

3.3.2 Skala Pengukuran

Sesuai dengan pemilihan pendekatan penelitian yang digunakan yaitu pendekatan kuantitatif yang mengharapkan pengukuran dengan tujuan mengungkap kecenderungan dari jawaban-jawaban yang dipilih oleh responden. Penulis memilih metode pengukuran penelitian dengan menggunakan skala *Likert*. Skala *Likert* memungkinkan angka-angka yang digunakan dalam instrumen penelitian untuk secara mudah mengindikasikan kecenderungan jawaban responden. Sebagai contoh skala pengukuran *Likert* akan diaplikasikan seperti angka 1 menunjukkan pernyataan responden sangat tidak setuju, angka 2

menunjukkan jawaban bahwa responden tidak setuju, angka 3 menunjukkan jawaban bahwa responden setuju, dan angka 4 menunjukkan jawaban bahwa responden sangat setuju. Adapun penulis telah menjabarkan skala pengukuran yang akan digunakan pada penelitian ini sebagai berikut. Sebaliknya, jawaban pernyataan negatif dengan poin tertinggi yaitu 4 menyatakan sangat tidak setuju, angka 3 menunjukkan tidak setuju, angka 2 menyatakan setuju, dan angka 1 menyatakan sangat setuju.

Tabel 3. 1 Skala Pengukuran Tabel

Pilihan Jawaban	Bobot Nilai	
	Pernyataan Positif	Pernyataan Negatif
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	4
Tidak Setuju (TS)	2	3
Setuju (S)	3	2
Sangat Setuju (ST)	4	1

Sumber: Olahan Peneliti, 2023

3.4 Operasionalisasi Variabel

Menurut Kusnendi (2017, hlm. 93) peneliti perlu menjelaskan interpretasi secara rinci mengartikan teori yang mereka gunakan. Hal tersebut penting agar indikator yang digunakan dalam operasionalisasi variabel penelitian dapat dipahami dengan baik. Pada konteks penelitian kuantitatif, operasionalisasi variabel berperan penting sebagai penghubung antara pendekatan deduktif dan induktif. Melalui operasionalisasi variable, hipotesis penelitian akan diubah menjadi data empiris.

Variabel pada penelitian ini berjumlah dua yaitu variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Variabel bebas (X) pada penelitian ini adalah kampanye #FDSustainablebeauty dan variabel terikatnya (Y) adalah sikap dalam mengolah sampah produk kecantikan. Penulis juga telah membuat tabel operasionalisasi variabel yang berisi variabel, dimensi, dan indikator berikut ini.

Tabel 3. 2 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan	Skala
Variabel Bebas (X): Kampanye	kampanye menurut Rogers dan Storey (1987) adalah seperangkat rangkaian tindakan komunikasi yang direncanakan dengan tujuan untuk menciptakan efek tertentu pada sekumpulan khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu. Dua aspek penting dalam pesan kampanye menurut Johnston dalam buku Venus (2018) adalah isi pesan dan struktur pesan. Pada isi pesan kampanye, terdapat konsep 7C menurut Cutlip, dkk. (2000) yaitu <i>clarity, concise, complete, concrete, correct, consideration, dan courteous</i> . Pada struktur pesan terdapat tiga aspek yang berkaitan dengan pengorganisasian pesan kampanye menurut Permana (2013) yaitu sisi pesan, susunan pesan, dan pernyataan kesimpulan.			
	Isi Pesan	<i>Clarity</i> (kejelasan)	1. Pesan yang disampaikan pada kampanye #FDSustainability mudah dipahami 2. Pesan pada kampanye #FDSustainability menggunakan istilah-istilah yang dimengerti	Likert
		<i>Concise</i> (keringkasan)	3. Pesan pada kampanye #FDSustainability dikemas secara ringkas 4. Kalimat yang digunakan pada kampanye #FDSustainability singkat dan jelas	Likert

		<i>Complete</i> (kelengkapan)	5. Informasi pada kampanye #FDSustainability dijelaskan secara lengkap 6. Kelengkapan pesan pada kampanye #FDSustainability membuat saya mudah memahami informasi yang disampaikan	Likert
		<i>Concrete</i> (kekonkretan)	7. Informasi pada kampanye #FDSustainability dijelaskan secara aktual 8. Informasi yang diberikan pada kampanye #FDSustainability merupakan informasi yang faktual	Likert
		<i>Correct</i> (kebenaran)	9. Pesan yang disampaikan pada kampanye #FDSustainability sesuai berdasarkan fakta 10. Isi pesan pada kampanye #FDSustainability bernilai positif	Likert
		<i>Consideration</i> (pertimbangan)	11. Informasi pada kampanye #FDSustainability disampaikan menggunakan	Likert

			<p>gaya bahasa yang sesuai dengan target audiens</p> <p>12. Pesan yang disampaikan pada kampanye #FDSustainability sesuai dengan informasi yang dibutuhkan audiens</p>	
		<i>Courteous</i> (kesopanan)	<p>13. Informasi pada kampanye #FDSustainability menggunakan bahasa yang sopan</p> <p>14. Penyampaian kampanye #FDSustainability sesuai dengan etika dan aturan di media sosial</p>	Likert
	Struktur Pesan	Sisi pesan (<i>message sidedness</i>)	<p>15. Pesan kampanye #FDSustainability menunjukkan kepedulian terhadap keberlangsungan lingkungan</p> <p>16. Kampanye #FDSustainability menjelaskan sisi positif dari gerakan <i>beauty sustainability</i></p>	Likert
		Susunan penyajian (<i>order of presentation</i>)	<p>17. Pesan yang disampaikan pada kampanye #FDSustainability</p>	Likert

			ty dijelaskan secara tersusun	
			18. Pesan kampanye #FDSustainabeauty disampaikan secara tidak terstruktur	
		Pernyataan kesimpulan (<i>drawing conclusion</i>)	19. Terdapat kesimpulan pada pesan kampanye #FDSustainabeauty 20. Pesan kampanye #FDSustainabeauty tidak memiliki kesimpulan yang jelas	Likert
Variabel Terikat (Y): Sikap	Sikap merupakan suatu predisposisi atau keadaan mudah terpengaruh terhadap seseorang, gagasan, ide, atau objek yang mengandung komponen-komponen kognitif, afektif, dan konatif (Zimbardo dan ebbesen dalam Ahmadi, 2009).			
	Kognitif	Mendapatkan informasi yang bermanfaat dari kampanye	21. Saya pernah melihat konten kampanye #FDSustainabeauty pada instagram @femaledailynet work 22. Saya mengetahui kampanye #FDSustainabeauty pada instagram @femaledailynet work 23. Saya memahami pesan yang disampaikan pada kampanye #FDSustainabeauty	Likert

			ty pada instagram @femaledailynet work	
	Afektif	Keinginan untuk melakukan/berti ndak setelah menerima pesan kampanye	24. Saya merasa harus mulai peduli dengan keberlangsungan lingkungan setelah melihat kampanye #FDSustainabeau ty pada instagram @femaledailynet work 25. Saya tertarik untuk melakukan pemilahan sampah produk kecantikan setelah melihat kampanye #FDSustainabeau ty pada instagram @femaledailynet work	Likert
	Konatif	Menerapkan atau melakukan hal yang didapat dari kampanye	26. Saya peduli dengan keberlangsungan lingkungan mulai mengolah sampah produk kecantikan setelah melihat kampanye #FDSustainabeau ty pada instagram	Likert

			<p>@femaledailynet work</p> <p>27. Saya menggunakan produk kecantikan yang ramah lingkungan setelah melihat kampanye #FDSustainabeau ty pada instagram @femaledailynet work</p> <p>28. Saya telah melakukan pengolahan wadah produk kecantikan untuk didaur ulang kecantikan setelah melihat kampanye #FDSustainabeau ty pada instagram @femaledailynet work</p> <p>29. Saya menggunakan produk kecantikan yang menerapkan <i>sustainability</i> setelah melihat kampanye #FDSustainabeau ty pada instagram</p>	
--	--	--	---	--

			@femaledailynet work	
--	--	--	-------------------------	--

Sumber: Olahan Peneliti, 2023

3.5 Pengujian Instrumen Penelitian

Pengujian analisis data pada instrumen penelitian harus memenuhi segala aspek yang dijadikan penilaian dan menjadi alat ukur yang baik dan sesuai. Maka dari itu, instrumen penelitian pada penelitian ini harus melewati uji validitas dan reliabilitas agar memenuhi kriteria yang telah ditentukan sehingga penilaian instrumen data menjadi layak dan tidak terjadi kerancuan dan keraguan saat melakukan uji kepada responden.

3.5.1 Uji Validitas

Pengujian instrumen tahap pertama sebelum kuesioner disebar adalah uji validitas. Kevalidan hasil penelitian tercapai ketika antara data yang terkumpul ada kesesuaian dengan data perwakilan objek penelitian di lapangan. Uji validitas berperan sebagai sarana evaluasi validitas pernyataan instrumen penelitian. Uji validitas dilakukan dengan mengkorelasikan nilai yang ditetapkan berdasarkan jumlah sampel dan nilai yang diperoleh dari pengujian setiap item pernyataan. Instrumen valid dapat dipercaya dalam pengukuran variabel yang seharusnya diukur.

Pada uji validitas, nilai pembanding yang akan menentukan validitas data dapat dilihat berdasarkan dua hal yaitu besaran r_{hitung} dan juga besaran r_{tabel} . Dua nilai tersebut digunakan karena nilai r_{tabel} dibandingkan dengan nilai r_{hitung} atau *pearson correlation* setiap instrument nilainya akan berbeda. Keputusan yang diambil ditentukan dengan melihat jika $r_{tabel} < r_{hitung}$ butir pernyataan tersebut dapat dianggap valid. Tetapi, jika nilai $r_{tabel} > r_{hitung}$, maka butir pernyataannya dianggap tidak valid.

Tabel yang tertera merupakan hasil pengujian validitas terhadap instrumen penelitian yang telah dibuat. Terdapat 29 butir pernyataan dengan pengujian dua variabel yaitu variabel terikat (X) adalah kampanye dan variabel bebas (Y) adalah sikap. Penulis telah mencantumkan hasil uji validitas pada instrument yang tercantum pada Tabel 3.3.

Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	<i>Corrected Item Correlation</i>	R Tabel (n = 28) df-2 = 30-2	Keterangan
Kampanye (X)	1	0.424	0.374	VALID
	2	0.496	0.374	VALID
	3	0.623	0.374	VALID
	4	0.488	0.374	VALID
	5	0.777	0.374	VALID
	6	0.668	0.374	VALID
	7	0.834	0.374	VALID
	8	0.827	0.374	VALID
	9	0.841	0.374	VALID
	10	0.453	0.374	VALID
	11	0.729	0.374	VALID
	12	0.659	0.374	VALID
	13	0.463	0.374	VALID
	14	0.545	0.374	VALID
	15	0.553	0.374	VALID
	16	0.578	0.374	VALID
	17	0.794	0.374	VALID
	18	0.496	0.374	VALID
	19	0.711	0.374	VALID
	Sikap (Y)	20	0.680	0.374
21		0.551	0.374	VALID
22		0.663	0.374	VALID
23		0.562	0.374	VALID
24		0.556	0.374	VALID
25		0.781	0.374	VALID
26		0.734	0.374	VALID
27		0.580	0.374	VALID
28		0.619	0.374	VALID
29		0.706	0.374	VALID

Sumber: Lampiran 4 - Olahan Peneliti, 2023

Berdasarkan data yang telah disajikan, didapatkan bahwa nilai derajat kebebasan atau juga disebut *degree of freedom* pada instrument memiliki nilai sebesar 28. Nilai 28 berasal dari jumlah sampel penelitian pada uji coba instrumen yang berjumlah 30. Mengacu pada ketentuan r tabel yang dihitung dari rumus $dk = n - 2$ yaitu $dk = 30 - 2$ dan hasil yang didapatkan adalah 28. Dengan nilai derajat kebebasan yang telah ditemukan, diperoleh nilai r tabel untuk $dk = 28$ sebesar 0.374. Nilai tersebut diambil dari signifikansi 0.05. Kemudian, dalam rangka menentukan nilai validitas instrumen yang valid, maka perbandingan nilai pada r_{tabel} lebih kecil daripada r_{hitung} maka instrumen dikatakan valid. Dari total 29 butir

Dinda Tri Arifah, 2023

PENGARUH KAMPANYE #FDSUSTAINABEAUTY TERHADAP SIKAP DALAM MENGOLAH SAMPAH PRODUK KECANTIKAN

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

pernyataan yang telah diuji oleh penulis diketahui bahwa seluruh butir pernyataan dinyatakan valid. Maka dari itu, sebanyak 29 butir pernyataan akan disebar pada penelitian ini.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Langkah berikutnya adalah melakukan pengujian reliabilitas. Setelah instrumen dianggap valid, langkah ini bertujuan untuk memeriksa konsistensi respon yang diberikan oleh responden melalui instrumen. Uji reliabilitas dilaksanakan untuk memastikan apakah kuesioner yang digunakan untuk mengumpulkan data reliabel atau tidak. Pada uji reliabilitas penulis menggunakan metode Teknik *Alpha Cronbach*. Pengambilan keputusan dilakukan dengan membandingkan dua nilai yaitu nilai *Alpha Cronbach* (α) dengan nilai ketentuan 0.70. Jika nilai $\alpha > 0.70$ maka instrument dinyatakan reliabel. Tetapi, jika nilai $\alpha < 0.70$ maka instrument dinyatakan tidak reliabel. Selanjutnya, untuk mengukur sejauh mana reliabilitas yang dimiliki oleh suatu instrumen diperlukan nilai *critical r*.

Menurut Taber (2018) nilai konsistensi instrumen dapat dijelaskan melalui nilai-nilai yang terdapat dalam *Alpha Cronbach*, nilai-nilai yang didapat ini kemudian dibagi menjadi sejumlah tingkatan, yaitu sebagai berikut:

- Nilai *Alpha Cronbach* (0.10) artinya sangat rendah dan tidak dapat diterima
- Nilai *Alpha Cronbach* (0.11-0.40) artinya rendah dan tidak dapat diterima
- Nilai *Alpha Cronbach* (0.41-0.50) artinya tidak memuaskan
- Nilai *Alpha Cronbach* (0.51-0.68) artinya tidak diterima dan sedang
- Nilai *Alpha Cronbach* (0.69-0.71) artinya diterima dan sedikit rendah
- Nilai *Alpha Cronbach* (0.72-0.87) artinya wajar
- Nilai *Alpha Cronbach* (0.88-0.90) artinya bermakna cukup tinggi dan kuat
- Nilai *Alpha Cronbach* (0.91-1.00) artinya sangat kuat dan memuaskan

Pada Tabel 3.4 telah tertera hasil uji reliabilitas yang dilakukan oleh penulis dengan menggunakan bantuan dari program IBM SPSS versi 22.

Tabel 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	N of item	Critical R	Keterangan
----------	----------------	-----------	------------	------------

Kampanye (X)	0.914	20	0.88 – 0.90	Cukup Tinggi
Sikap (Y)	0.817	9	0.72 - 0.87	Wajar

Sumber: Lampiran 4 - Olahan Peneliti, 2023

Berdasarkan data dari tabel hasil uji reliabilitas di atas dapat diketahui bahwa nilai *cronbach alpa* yang didapat oleh kedua variabel yaitu kampanye (X) dan variabel sikap (Y) menyatakan bahwa kedua variabel memiliki nilai reliabilitas yang baik. Dari hasil uji reliabilitas didapatkan hasil dari variabel X adalah 0.907 dengan arti nilai alpha berada di rentang angka 0.88-0.90 sehingga hasil yang didapatkan cukup tinggi dan kuat. Sementara pada variabel Y didapatkan nilai alpha sebesar 0.817 dan berada pada rentang 0.72-0.87 sehingga dapat kesimpulan hasil uji reliabilitas yang wajar. Oleh karena itu, setelah melalui pengujian, kedua variabel telah terbukti reliabel. Sehingga, instrumen penelitian ini dapat dianggap valid dan dapat digunakan dalam penelitian lanjutan.

3.6 Prosedur Penelitian

Pada tahap ini, penulis telah merumuskan langkah-langkah yang akan diambil dalam menjalankan penelitian. Langkah tersebut yang menjadi pedoman bagi penulis dalam melaksanakan penelitian. Rincian dari langkah-langkah yang telah dirumuskan dijabarkan sebagai berikut:

1. Penulis melakukan eksplorasi berbagai fenomena sosial yang terkait dengan ranah komunikasi melalui beberapa sumber informasi. Penelitian ini melibatkan pencarian melalui jurnal-jurnal riset sebelumnya, artikel-artikel di situs web, serta data statistik yang dapat diakses melalui situs web resmi.
2. Penulis merumuskan fenomena yang ditemukan yang dianggap menarik untuk dimasukkan ke dalam penelitian yang akan diteliti. Permasalahan yang ditemukan akan dibahas bersama dosen pembimbing guna memperoleh pandangan serta masukan yang berguna dalam melanjutkan penelitian.
3. Setelah penulis mendapatkan persetujuan dari dosen pembimbing, penulis akan memulai dengan merancang kerangka penelitian yang dimulai dari penyusunan latar belakang permasalahan penelitian, merumuskan masalah, menetapkan tujuan penelitian, mengidentifikasi konsep dan teori yang akan

Dinda Tri Arifah, 2023

PENGARUH KAMPANYE #FDSUSTAINABEAUTY TERHADAP SIKAP DALAM MENGOLAH SAMPAH PRODUK KECANTIKAN

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

digunakan sebagai landasan penelitian, dan menentukan metodologi penelitian yang akan menjadi panduan untuk melaksanakan penelitian.

4. Setelah merancang kerangka penelitian, langkah berikutnya adalah menyiapkan pernyataan-pernyataan yang akan menjadi instrumen untuk mengumpulkan data terkait variabel-variabel penelitian. Selanjutnya, penulis melakukan uji coba instrumen kepada 30 partisipan guna melakukan pengujian validitas dan reliabilitas instrumen yang telah disusun.
5. Setelah menguji instrumen, penulis melakukan konsultasi dengan dosen pembimbing untuk membahas hasil pengujian instrumen, serta mendiskusikan langkah-langkah selanjutnya dalam penelitian dan memastikan keabsahan instrumen yang telah digunakan.
6. Setelah mendapatkan persetujuan dari dosen pembimbing, penulis akan menyebarkan kuesioner ke lapangan kepada sebanyak 100 sampel penelitian yaitu pengikut akun instagram @femaledailynetwork dengan rentang usia 27-35 tahun dan telah melihat pesan kampanye #FDSustainabeauty.
7. Setelah mengumpulkan data lapangan, penulis akan melakukan pengolahan data meliputi analisis deskriptif, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis.
8. Setelah semua hasil pengujian telah dilakukan, penulis akan menginterpretasi data yang telah dihasilkan akan dihubungkan dengan teori penelitian untuk menghasilkan kesimpulan. Dalam proses ini, penulis akan menganalisis data secara komprehensif dan membandingkannya dengan konsep-konsep yang telah dijelaskan dalam teori. Hal ini bertujuan untuk mengidentifikasi hubungan, dan temuan yang muncul dari data serta mengkaji sejauh mana hasil penelitian mendukung atau tidak mendukung teori yang digunakan. Kesimpulan yang dihasilkan akan menguraikan temuan-temuan penting dan memberikan jawaban atas rumusan masalah dan tujuan penelitian.

3.7 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

Setelah data lapangan terkumpul melalui instrumen, langkah selanjutnya adalah melanjutkan dengan proses pengolahan data. Tujuan dari tahap pengolahan data ini adalah untuk merangkum, menganalisis, dan menginterpretasi hasil yang telah didapatkan dari para responden. Tahapan pengolahan data meliputi analisis statistik, penyajian data dalam bentuk grafik atau tabel, serta pengaitan temuan

Dinda Tri Arifah, 2023

PENGARUH KAMPANYE #FDSUSTAINABEAUTY TERHADAP SIKAP DALAM MENGOLAH SAMPAH PRODUK KECANTIKAN

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

dengan konsep teori yang relevan. Hasil dari pengolahan data ini akan membantu penulis dalam merumuskan kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian.

3.7.1 Analisis Data Deskriptif

Tahapan analisis data dilakukan setelah berhasil mengumpulkan data dari semua. Dalam penelitian ini, teknik analisis yang dipilih adalah analisis data deskriptif. Metode analisis ini memiliki tujuan untuk mengklasifikasikan temuan yang telah didapatkan dari lapangan. Penulis melakukan klasifikasi berdasarkan data deskriptif yang menggambarkan hasil temuan penelitian terkait pengaruh kampanye #FDSustainablebeauty terhadap sikap dalam mengelola sampah produk kecantikan.

Dalam tahapan analisis data deskriptif, langkah pertama yang diambil adalah mengkategorisasikan data ke dalam kriteria tinggi, moderat, dan rendah. Selanjutnya, penulis menghitung frekuensi distribusi dari masing-masing kategori tersebut. Proses ini bertujuan untuk mengukur seberapa sering masing-masing kategori muncul dalam data. Setelah frekuensi distribusi dihitung, penulis kemudian mendeskripsikan hasil analisis tersebut. Tujuan dari tahap ini adalah untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai pola data yang ditemukan dalam penelitian.

Dengan menggunakan teknik analisis data deskriptif ini, penulis dapat memberikan gambaran yang lebih terperinci mengenai pengaruh kampanye #FDSustainablebeauty terhadap sikap dalam mengelola sampah produk kecantikan berdasarkan data yang diperoleh dari responden.

- Kriteria Kategorisasi

Tabel 3. 5 Kriteria Kategorisasi

Kategori	Rumus
Tinggi	$X > (\mu + 1 \sigma)$
Moderat/Sedang	$(\mu - 1 \sigma) \leq X \leq (\mu + 1 \sigma)$
Rendah	$X < (\mu - 1 \sigma)$

Sumber: Kusnendi, 2017

Keterangan:

X = Data Jumlah Skor Tanggapan Responden

μ = Rata-rata nilai

σ = Simpanan baku nilai atau *St. Deviation*

- Distribusi Frekuensi

Hasil perhitungan untuk mengklasifikasikan kriteria kategorisasi kemudian dikelompokkan ke dalam tiga tingkatan yaitu tinggi, moderat/sedang, dan rendah (Kusnendi, 2017). Pengkelompokan data tersebut tercantum pada Tabel 3.6.

Tabel 3. 6 Kriteria Kategorisasi

Kategori	Nilai
Tinggi	3
Moderat/Sedang	2
Rendah	1

3.8 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan langkah penting dalam analisis regresi untuk menjamin bahwa data yang digunakan memenuhi asumsi dasar dari model regresi. maksud dari dilakukannya uji asumsi klasik adalah untuk mengevaluasi apakah model regresi yang akan digunakan dapat memberikan peramalan yang akurat dengan tingkat kesalahan seminimal mungkin. Sebelum menggunakan model regresi, perlu dilakukan uji asumsi klasik guna memastikan bahwa asumsi-asumsi dasar dari model tersebut terpenuhi.

3.8.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas merupakan prosedur statistik yang dipakai untuk mengevaluasi apakah data yang telah dikumpulkan memiliki pola distribusi yang mendekati distribusi normal sehingga data tersebut dapat digunakan dalam statistik parametrik (Statistik Inferensia). Biasanya, uji ini diterapkan pada data yang bersifat ordinal, interval, maupun rasio. Jika metode analisis yang digunakan adalah parametrik, maka diperlukan persyaratan bahwa data harus berasal dari distribusi normal. Jika data tidak memenuhi distribusi normal atau jika jumlah sampel sedikit serta jenis data adalah nominal atau ordinal, maka metode statistik yang digunakan akan menjadi parametrik (Iskandar, 2020. hlm. 114).

Dinda Tri Arifah, 2023

PENGARUH KAMPANYE #FDSUSTAINABEAUTY TERHADAP SIKAP DALAM MENGOLAH SAMPAH PRODUK KECANTIKAN

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Uji normalitas adalah salah satu persyaratan yang termasuk dalam asumsi klasik pada analisis regresi, baik yang bersifat sederhana maupun berganda. Beberapa cara untuk pengujian data berdistribusi normal atau tidak normal yaitu menggunakan grafik histogram dan *P-P Plot*, *Chi-Square*, *Kolmogorov-Smirnov* dan *Shapiro-Wilk*, *Lilliefors*, *Z-Skewness* dan *Z-Kurtosis* serta melihat plot residual data, dan lain-lain. Dalam penelitian ini model uji normalitas yang digunakan yaitu dengan menggunakan model *Kolmogorov-Smirnov* karena *Kolmogorov-Smirnov* dilakukan jika penelitian berjumlah sebanyak lebih dari 50 responden dan dalam penelitian ini ada sebanyak 100 responden. Dalam uji normalitas menggunakan model *Kolmogorov-Smirnov* keputusan diambil berdasarkan signifikansi. Jika nilai Signifikansi lebih besar dari 0.05 maka data dianggap berdistribusi normal. Sebaliknya, jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05 maka data dianggap tidak berdistribusi normal. Data yang terbukti berdistribusi normal akan melanjutkan ke uji statistik parametrik, sementara data yang tidak berdistribusi normal akan dilanjutkan dengan uji statistik non parametrik.

3.8.2 Uji Multikolinearitas

Setelah pengujian normalitas dan data berdistribusi normal, selanjutnya penulis melakukan pengujian uji multikolinearitas. Uji multikolinearitas merupakan salah satu komponen yang termasuk dalam uji asumsi klasik dalam konteks analisis regresi linear berganda (*Multiple Linear Regression*). Penggunaan uji multikolinearitas dalam penelitian ini bertujuan mengidentifikasi adanya korelasi atau hubungan kuat antara variabel bebas atau variabel independen dalam model regresi. Dalam model yang baik, seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas atau tidak terjadi gejala multikolinearitas.

Dalam uji multikolinearitas, keputusan diambil berdasarkan nilai *tolerance*. Jika nilai *tolerance* lebih besar dari 0.10 maka dianggap bahwa tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi. Sebaliknya, jika nilai *tolerance* lebih kecil dari 0.10 maka diartikan terjadi multikolinearitas dalam model regresi. Selain itu, pengambilan keputusan juga dapat berdasarkan nilai VIF. Jika nilai VIF kurang dari 10.00 artinya tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi, namun jika nilai VIF lebih besar dari 10.00 maka diindikasikan bahwa terjadi multikolinearitas dalam model regresi (Iskandar, 2020, hlm. 129).

3.8.3 Uji Heterokedastisitas

Setelah melakukan pengujian uji multikolinearitas, langkah selanjutnya adalah melakukan pengujian asumsi klasik lainnya yaitu uji heterokedastisitas. Pengujian ini bertujuan untuk mengevaluasi apakah terdapat ketidaksamaan dalam varian residual di semua observasi dalam pada model regresi linear. Pengujian heterokedastisitas dilakukan untuk menilai apakah ada pola heteroskedastisitas dalam sebuah data. Ada beberapa metode yang dapat digunakan dalam pengujian ini, salah satunya adalah menggunakan grafik Scatterplot pada output SPSS. Penggunaan grafik Scatterplot dapat menganalisis antara nilai prediksi variabel independen (ZPRED) dengan residunya yaitu (SRESID).

Pengambilan keputusan dalam uji heterokedastisitas melalui Grafik Scatterplot didasarkan pada identifikasi pola tertentu dalam grafik tersebut. Jika grafik menunjukkan pola yang teratur seperti titik-titik yang membentuk pola teratur bergelombang, serta menyebar dan menyempit, dapat diartikan bahwa terjadi heterokedastisitas. Namun, jika tidak terlihat pola yang jelas dan titik-titik cenderung menyebar secara merata, maka hal ini menunjukkan tidak terjadinya heterokedastisitas (Iskandar, 2020, hlm. 212).

3.9 Uji Hipotesis

Uji hipotesis memiliki tujuan untuk memutuskan apakah sebuah hipotesis dalam penelitian dapat diterima atau ditolak, serta untuk mengukur sejauh mana besaran pengaruh antar variabel yang ada. Penelitian ini menggunakan pengujian hipotesis diantaranya uji korelasi, uji regresi linier berganda, uji T, uji F, dan uji koefisien determinasi (R^2).

3.9.1 Uji Korelasi

Uji korelasi memiliki tujuan untuk mengetahui adanya hubungan atau tidak antara variabel. Uji korelasi juga berguna untuk mengukur seberapa kuat hubungan yang ada antara antar variabel tersebut. Untuk mengetahui nilai koefisien korelasi menurut Bungin (2005) adalah menggunakan teknik korelasi *product moment* dengan perhitungan menggunakan rumus sebagai berikut.

$$Y_{xy} = \frac{N \cdot \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{[N \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2][N \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}$$

Keterangan:

Dinda Tri Arifah, 2023

PENGARUH KAMPANYE #FDSUSTAINABEAUTY TERHADAP SIKAP DALAM MENGOLAH SAMPAH PRODUK KECANTIKAN

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Y_{xy} = Koefisien korelasi *Product Moment*

N = Jumlah responden

X = Angka mentah untuk variabel X

Y = Angka mentah untuk variabel Y

Dalam menginterpretasikan ukuran koefisien korelasi, informasi yang relevan bisa diambil melalui pada Tabel 3.7.

Tabel 3. 7 Kategori Tingkat Korelasi

Koefisien Korelasi	Tingkat Hubungan
0.00	Tidak Ada Korelasi
0.00 -0.25	Korelasi Lemah
0.25-0.50	Korelasi Sedang
0.50-0.75	Korelasi Kuat
0.75-0.99	Korelasi Sangat Kuat
1.00	Korelasi Sempurna

Sumber: Sarwono, 2015

3.9.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah suatu metode analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian, dengan tujuan untuk menilai apakah ada pengaruh antara dua atau lebih variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y), dan hubungan ini dinyatakan dalam bentuk persamaan matematik yang disebut regresi. Analisis regresi linear berganda berguna untuk mencari pengaruh dari dua atau lebih variabel bebas / independen (X) terhadap variabel terikat / dependen (Y) (Iskandar, 164:2020). Penggunaan analisis regresi linear berganda ini memanfaatkan program statistika IBM SPSS Versi 22 untuk menganalisis data dan memastikan bahwa hasil yang diperoleh sesuai dengan tujuan penulis. Dengan bantuan perangkat lunak tersebut, penulis dapat melakukan analisis yang lebih mendalam terhadap pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen, serta menginterpretasikan hasil dengan lebih efektif. Acuan dalam mengambil keputusan analisis regresi linear berganda ini berdasarkan Kusnendi (2017) dalam penelitian ini adalah:

$$Y = \beta_0 + \beta_1X_1 + \beta_2X_2$$

Dinda Tri Arifah, 2023

PENGARUH KAMPANYE #FDSUSTAINABEAUTY TERHADAP SIKAP DALAM MENGOLAH SAMPAH PRODUK KECANTIKAN

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Berdasarkan rumus yang telah disebutkan, dapat diketahui bahwa β_0 merupakan nilai konstanta yang diperoleh, sementara $\beta_n X_n$ adalah nilai koefisien beta berdasarkan masing-masing nilai variabel. Pengambilan keputusan didasarkan pada analisis arah hubungan yang terjadi pada setiap variabel dependen. Arah hubungan yang positif menunjukkan bahwa pengaruh antara variabel dependen (Y) dan variabel independen (X) berjalan searah. Namun sebaliknya jika arah hubungan yang terjadi negatif menandakan bahwa pengaruh antara variabel dependen (Y) dan variabel independen (X) berjalan berlawanan atau bertolak belakang.

3.9.3 Uji T (Parsial)

Dalam pengujian uji t (Parsial), tujuannya adalah untuk mengidentifikasi adanya hubungan secara parsial atau sendiri antara dua variabel yaitu independen dan dependen (Yusuf, 2017). Dalam konteks penelitian ini, analisis uji t parsial dilakukan menggunakan program IBM SPSS Versi 22 dengan membandingkan nilai Signifikansi < 0.05 maka artinya variabel independent (X) secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependent (Y), berbanding terbalik jika nilai Signifikansi > 0.05 maka artinya variabel independent (X) secara parsial tidak terdapat pengaruh terhadap variabel dependent (Y). Jika berdasarkan nilai hitung dengan nilai tabel, maka jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ artinya variabel (X) secara parsial berpengaruh terhadap variabel (Y), begitupun sebaliknya jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ variabel (X) secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel (Y). Adapun rumus dalam menentukan t_{hitung} sebagai berikut.

$$t_{tabel} = t_{\frac{\alpha}{2}; n - k - 1}$$

Dimana nilai t_{tabel} diperoleh berdasarkan ketentuan nilai dari *degree of freedom*. Maka, dari rumus tersebut dimana $\alpha =$ probabilitas 5% atau 0.005, nilai n yaitu jumlah data sampel setelah nilai koefisiensi determinasi ditingkatkan, dan $k =$ jumlah variabel X (Iskandar, 2020).

3.9.4 Uji F Simultan

Setelah dilakukan uji t parsial, selanjutnya penulis perlu melanjutkan pengujian untuk dapat mengetahui hubungan antara variabel X utama dengan variabel Y melalui uji F simultan. Adapun pada penelitian ini, langkah untuk

melakukan pengujian analisis uji F simultan dengan menggunakan program IBM SPSS Versi 22 dengan membandingkan nilai Signifikansi < 0.05 maka artinya variabel independent (X) secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependent (Y), berbanding terbalik jika nilai Signifikansi > 0.05 maka dapat diartikan variabel independent (X) secara simultan tidak terdapat pengaruh terhadap variabel dependent (Y). Jika berdasarkan nilai hitung dengan nilai tabel, maka jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ artinya variabel (X) secara simultan berpengaruh terhadap variabel (Y), begitupun sebaliknya jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ artinya variabel (X) secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel (Y). Adapun rumus dalam menentukan F_{hitung} sebagai berikut.

$$f_{tabel} = f(k; n - k)$$

Dari rumus diatas diketahui bahwa k yaitu jumlah variabel yang ada di variabel x dan n yaitu jumlah sampel dalam penelitian. Maka ketika sudah ditemukan nilai dari f_{hitung} yang kemudian bisa di bandingkan dengan nilai f_{tabel} . (Iskandar, 2020).

3.9.5 Uji Koefisien Determinasi (R²) dan Adjusted R²

Uji koefisien determinasi R² merupakan tahap pengujian hipotesis terakhir dalam penelitian ini. Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur sejauh mana variabel independent (X) mampu menjelaskan variasi yang terdapat pada variabel dependen (Y) (Iskandar, 2020). Dasar pengambilan keputusan dalam pengujian ini bergantung pada besarnya presentase yang dimiliki oleh variabel dependen. Semakin besar nilai koefisien determinasi maka semakin besar pula pengaruh variabel dependen terhadap variabel independen. Sebaliknya, jika nilai presentase koefisien determinasi R² semakin kecil, maka pengaruh variabel dependen terhadap variabel independen akan semakin kecil. Perlu dicatat bahwa pengaruh terhadap variabel dependen tidak hanya dipengaruhi oleh variabel independen, tetapi juga dapat dipengaruhi oleh variabel lainnya.

3.10 Profil Responden

Merujuk pada judul penelitian ini yaitu ‘Pengaruh Kampanye #FDSustainablebeauty terhadap sikap dalam mengolah produk kecantikan’, penulis memfokuskan bahwa pengikut akun instagram @femaledailynetwork merupakan

Dinda Tri Arifah, 2023

PENGARUH KAMPANYE #FDSUSTAINABEAUTY TERHADAP SIKAP DALAM MENGOLAH SAMPAH PRODUK KECANTIKAN

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

seorang dengan usia dewasa awal, dimana penulis mempertimbangkan beberapa hal seperti bahwa menurut data Napoleon Cat 37,8% pengguna Instagram di Indonesia berada pada kelompok usia 18-24 tahun dan sebanyak 29,7% pengguna instagram dari kelompok usia 25-34 tahun.

Selanjutnya, alasan penulis memilih akun instagram @femaledailynetwork sebagai akun instagram yang memuat informasi dan konten mengenai kecantikan dan perawatan kulit wajah dan tubuh karena @femaledailynetwork memiliki *image* yang baik dan diakui sebagai *platform* kecantikan dengan jumlah member terbanyak yaitu sebanyak satu juta lebih member aktif per-tahun 2022 dan pengikut instagram sebanyak 705.000 pengikut.

3.11 Karakteristik Responden

Bersamaan dengan perhitungan yang dilakukan, penelitian ini membutuhkan jumlah responden sebanyak 100 orang. Karakteristik responden dalam penelitian ini diambil sebagai suatu cara untuk mengidentifikasi variasi yang ada di antara semua responden berdasarkan faktor-faktor seperti jenis kelamin dan usia. Tujuan dari pengambilan karakteristik ini adalah untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai identitas para responden dan bagaimana faktor-faktor ini berhubungan dengan permasalahan yang diteliti dalam penelitian ini. Dengan demikian, diharapkan bahwa karakteristik responden dapat memberikan gambaran yang lebih lengkap dan relevan terkait dengan aspek yang ingin dipahami dalam penelitian ini.

3.11.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat menggambarkan mengenai identitas pengikut akun instagram @femaledailynetwork. Hasil penyebaran kuesioner berdasarkan jenis kelamin responden ditunjukkan pada Tabel 3.8.

Tabel 3. 8 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
Laki-laki	6	6%
Perempuan	94	94%
Jumlah	100	100%

Sumber: Lampiran 2 - Olahan Peneliti, 2023

Berdasarkan data yang dipaparkan pada Tabel 3.8 menunjukkan bahwa responden pada penelitian ini mayoritas berjenis kelamin perempuan dengan presentase sebesar 94% atau 94 responden. Sementara sisanya merupakan responden laki-laki dengan presentase 6% atau sebanyak 6 responden. Untuk itu, dapat disimpulkan bahwa mayoritas individu yang mengikuti akun instagram @femaledailynetwork merupakan berjenis kelamin perempuan. Hal tersebut selaras dengan konten-konten yang ada pada akun instagram @femaledailynetwork yang berisikan informasi seputar dunia kecantikan yang identik dengan perempuan.

3.11.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Selanjutnya, karakteristik responden yang akan dijelaskan adalah didasarkan pada rentang usia yang bertujuan untuk memberi gambaran mengenai variasi usia pengikut akun instagram @femaledailynetwork. Mengingat pada penelitian ini menargetkan kepada pengikut Instagram @femaledailynetwork dengan kategori dewasa awal menurut Departemen Kesehatan RI Tahun 2009 yaitu Berusia 17 - 35 tahun. Penulis juga telah menggolongkan ke dalam 5 kelompok usia diantaranya 17-20 tahun, 21-24 tahun, 25-28 tahun, 29-32 tahun, dan 33-35 tahun. Hasil dari penyebaran kuesioner berdasarkan usia responden tertera pada Tabel 3.9.

Tabel 3. 9 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Presentase
17 - 20 Tahun	8	8%
21-24 Tahun	54	54%
25-28 Tahun	20	20%
29-32 Tahun	12	12%
33-35 Tahun	6	6%
Jumlah	100	100%

Sumber: Lampiran 2 - Olahan Peneliti, 2023

Berdasarkan data pada tabel 3.9 menyatakan bahwa dari 5 kelompok usia, kelompok usia dengan rentang 21-24 tahun mendominasi dengan perolehan sebesar 54% atau berjumlah 54 responden. Kelompok usia dengan jumlah responden terbanyak kedua adalah pada kelompok usia 25-28 tahun dengan nilai presentase 20% atau berjumlah 20 responden. Kemudian, untuk kelompok usia 17-20 tahun memiliki jumlah 8 responden atau presentase sebesar 8%. Untuk kelompok usia 29-32 tahun memiliki jumlah presentase 12% atau berjumlah 12

Dinda Tri Arifah, 2023

PENGARUH KAMPANYE #FDSUSTAINABEAUTY TERHADAP SIKAP DALAM MENGOLAH SAMPAH PRODUK KECANTIKAN

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

responden dan jumlah responden terkecil terdapat pada kelompok usia 33-35 tahun dengan jumlah presentase 6% atau 6 responden. Hal tersebut menunjukkan bahwa segmentasi pengikut akun Instagram @femaledailynetwork didominasi oleh rentang usia 21-24 tahun dan kelompok rentang usia 25-28 tahun yang menduduki posisi kedua dengan jumlah responden terbanyak. Data ini menegaskan bahwa setiap responden mendapatkan peluang yang setara dalam menerima pesan kampanye #FDSustainabeauty pada akun Instagram @femaledailynetwork untuk mendapatkan informasi dan edukasi terkait keberlangsungan sampah kecantikan dengan meningkatkan sikap mereka terhadap masalah tersebut.