

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan mengetahui bagaimana kampanye komunikasi Najwa Shihab #dirumahaja dalam meningkatkan kesadaran mahasiswa. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pelaku, pesan, saluran, dan khalayak, dapat mempengaruhi kesadaran mahasiswa.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Pengambilan data dilakukan dengan cara observasi, dan kuesioner. Teknik analisis data dilakukan dengan cara *probability sampling*, dengan jumlah responden sebanyak 97 orang.

Berdasarkan hasil uji secara simultan (uji F) pelaku, pesan, saluran, dan khalayak berpengaruh signifikan terhadap kesadaran mahasiswa. Hal ini dibuktikan dengan F hitung sebesar 45.872 dengan nilai p-value/sig. sebesar 0.000 (lebih kecil dari nilai alpha 0.05). Berdasarkan uji parsial (uji t) didapat bahwa variabel pesan dan saluran berpengaruh signifikan terhadap kesadaran mahasiswa. Berdasarkan koefisien determinasi didapat bahwa kampanye Najwa Shihab #dirumahaja mampu menjelaskan kesadaran mahasiswa sebesar 66.4% dan sisanya sebesar 33.6% dipengaruhi oleh faktor – faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa kampanye Najwa Shihab #dirumahaja memiliki pengaruh terhadap peningkatan kesadaran mahasiswa, terutama dalam variabel pesan, dan khalayak.

ABSTRACT

The research was conducted on how the Najwa Shihab #dirumahaja communication campaign in increasing student awareness. The purpose of this research is to see how actors, messages, channels, and audiences can influence student awareness.

This research uses quantitative research methods with associative research types. Data were collected by means of observation and questionnaires. The data analysis technique was carried out by means of probability sampling, with the number of respondents as many as 97 people.

Based on the test results simultaneously (F test), messages, channels, and audiences have a significant effect on student awareness. This is evidenced by the calculated F of 45.872 with a p-value / sig. equal to 0.000 (smaller than an alpha value of 0.05). Based on the partial test (t test), it was found that the message and channel variables had a significant effect on student awareness. Based on the coefficient of determination, it was found that the Najwa Shihab #dirumahaja campaign was able to explain the awareness of students by 66.4% and the remaining 33.6% was influenced by other factors not examined in this study.

The conclusion of this study is that the Najwa Shihab #dirumahaja campaign has an influence on increasing student awareness, especially in the message variables and audiences.