

Pengaruh Kampanye #SedekahOksigen Humas Proklim Pekayon Kota Bekasi Terhadap Peningkatan Kesadaran Lingkungan

Risca Amilya¹, Lilik Sumarni²

Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jakarta,
Kota Tangerang Selatan, Indonesia^{1, 2}

*Email Korespodensi: risca23amilya@gmail.com

Diterima: 27-08-2026 | Disetujui: 04-09-2026 | Diterbitkan: 06-09-2026

ABSTRACT

Community-based initiatives are one of the ways the government is working to increase understanding and awareness of various issues related to environmental conditions. Proklim has become a national program aimed at adapting to the impacts of climate change and mitigating greenhouse gas (GHG) emissions. Through the #SedekahOksigen campaign, Proklim Pekayon in Bekasi City emphasizes the importance of greening initiatives in daily life. The purpose of this study is to measure the extent to which the #SedekahOksigen campaign influences increased environmental awareness. The independent variable in this study is the Public Relations Campaign (Ruslan, 2023), with the dimensions of Public Awareness, Information Provision, Public Education, Reinforcement of Attitudes and Behavior, and Behavior Modification. The dependent variable in this study is Environmental Awareness (Clayton, 2021), with the dimensions of Environmental Knowledge, Environmental Attitudes, Environmental Behavior, and Environmental Empathy. This study employs a quantitative approach and a survey method. The population for this study consists of residents of RW 11 Pekayon Jaya in the city of Bekasi, with a sample of 75 respondents selected using simple random sampling. The data analysis technique used simple linear regression. The results of this study indicate that the #SedekahOksigen campaign conducted by Proklim Pekayon has a significant effect on increasing environmental awareness. This is evidenced by a calculated t-value of 12.91 > 1.66, indicating a positive effect. The R-squared value of 0.696 indicates that Proklim's Public Relations #SedekahOksigen campaign accounts for 69.6% of the increase in environmental awareness. The remaining 30.4% is attributed to variables outside the scope of this study.

Keywords: Public Relations; Public Relations Campaign; Enviromental Awareness

ABSTRAK

Komunitas berbasis masyarakat menjadi salah satu cara pemerintah untuk meningkatkan pemahaman dan kepedulian terhadap berbagai permasalahan berkaitan dengan kondisi lingkungan hidup. Proklim menjadi program nasional sebagai upaya adaptasi terhadap dampak perubahan iklim dan mitigasi emisi gas rumah kaca (GRK). Penyelenggaraan kampanye #SedekahOksigen, proklim pekayon kota bekasi menekankan pentingnya untuk melakukan penghijauan dalam kehidupan sehari-hari. Tujuan penelitian ini untuk mengukur seberapa besar pengaruh Kampanye #SedekahOksigen terhadap peningkatan kesadaran lingkungan. Variabel independent dalam penelitian ini yaitu Kampanye Humas (Ruslan, 2023) dengan dimensi Public Awareness, Offer Indormations, Public Education, Reinforce the Attitudes and Behavior, dan Behavior Modification. Vaiabrel dependen dalam penelitian ini yaitu Kesadaran Lingkungan (Clayton, 2021) dengan dimensi Pengetahuan Lingkungan, Sikap Lingkungan, Perilaku Lingkungan, dan Empati Lingkungan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitaif dan metode survei. Populasi pada penelitian ini merupakan warga RW 11 Pekayon Jaya kota Bekasi, memiliki sampel 75 responden dengan teknik simple random sampling. Teknis analisis data menggunakan regresi linear sederhana.

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kampanye #SedekahOksigen yang dilakukan Proklam Pekayon memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan Kesadaran Lingkungan. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar $12,91 > 1,66$ yang menunjukkan adanya pengaruh positif. Nilai R square sebesar 0,696 menunjukkan bahwa Kampanye #SedekahOksigen Humas Proklam mempengaruhi 69,6% peningkatan Kesadaran Lingkungan. Sementara sisanya 30,4% dipengaruhi oleh variabel diluar penelitian.

Katakunci: Public Relations; Kampanye Humas; Kesadaran Lingkungan

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Amilya, R., & Sumarni, L. . (2026). Pengaruh Kampanye #SedekahOksigen Humas Proklam Pekayon Kota Bekasi Terhadap Peningkatan Kesadaran Lingkungan. Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora, 2(3), 3723-3737. <https://doi.org/10.63822/tq0jqb18>

PENDAHULUAN

Kesadaran lingkungan dapat diartikan sebagai pemahaman dan kepedulian individu maupun kelompok terhadap berbagai permasalahan yang berkaitan dengan kondisi lingkungan hidup serta upaya untuk menjaga dan melestarikannya. Beberapa faktor yang berpengaruh terhadap tingkat kesadaran lingkungan diantaranya adalah tingkat pendidikan, kemudahan akses terhadap informasi, serta sejauh mana masyarakat terlibat dalam kegiatan atau program lingkungan yang berlangsung di sekitarnya. Oleh sebab itu, peningkatan kesadaran lingkungan perlu didorong melalui dukungan berbagai pihak, termasuk kebijakan pemerintah, program pendidikan lingkungan, dan insiatif berbasis komunitas yang melibatkan masyarakat secara langsung.

Terjadinya krisis lingkungan yang dirasakan saat ini oleh manusia pada awalnya disebabkan dari tindakan kesalahan manusia itu sendiri. revolusi 4.0 membawa dampak tidak langsung terhadap kondisi lingkungan global. Salah satu isu utama yang muncul adalah perubahan iklim dan pemanasan global yang disebabkan oleh meningkatnya emisi gas rumah kaca. Berdasarkan laporan *Wetlands Internasional*, Indonesia menempati posisi ketiga sebagai negara penghasil emisi gas rumah kaca terbesar di dunia setelah Tiongkok dan Amerika Serikat, terutama akibat kebakaran lahan besar yang terjadi pada tahun 1997. Sementara itu, menurut Indeks Perubahan iklim tahun 2009, Indonesia berada di peringkat ke-23 dari 57 negara maju dan berkembang. Peringkat yang lebih tinggi mencerminkan kinerja yang lebih baik dalam mengendalikan laju perubahan iklim.

Hal lain juga dipengaruhi dengan tingginya deforestasi hutan Indonesia pada tahun 2015 hingga 2019 yang disebabkan besarnya kebakaran hutan dan lahan yang merupakan lahan gambut tropis, yang mengakibatkan pembakaran area sekitar 1,6 juta ha hutan dan lahan. Terlihat dalam kondisi saat ini kualitas udara di wilayah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi (Jabodetabek) mengalami penurunan kualitas udara. Data berdasarkan Kemneterian Lingkungan Hidup (KLH) dari Stasiun Pemnataun Kualitas Udara (SPKUA) per 1 Mei hingga 3 Juni 2025 berada pada parameter kuning yang diartikan berstatus tidak sehat. Permasalahan sampah yang juga semakin meningkat menjadi penyebab terjadinya perubahan iklim. Volume sampah di Kota Bekasi mencapai 1.800 ton hingga 2.000 ton setiap hari. Dalam menangani hal ini Pemerintah Kota Bekasi menggalakkan kebijakan wajib bank sampah dan TPS *reduce, reuse, recycle* (3R) di lingkungan RT dan RW, penggunaan biopori hingga pengolahan sampah organik menjadi kompos.

Selaras dalam hal tersebut sesuai dengan program SDGs ke-13 yang memiliki fokus dalam penanganan perubahan iklim secara global. Menurut Alam (2022), menangani perubahan iklim tidak dapat hanya diselesaikan oleh sebgayaan kecil pihak saja, tetapi setiap individu juga harus turut serta dan berperan sebagai agen perubahan yang peduli terhadap lingkungan keberlanjutan. Berbagai upaya yang dapat dilakukan melalui mitigasi dan adaptasi serta meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga keseimbangan iklim.

Menjawab tantangan tersebut, pemerintah mengembangkan Program Kampung Iklim (PROKLIM) sebagai salah satu solusi untuk memperkuat ketahanan komunitas berbasis masyarakat melalui penerapan strategi adaptasi dan mitigasi yang terintegrasi dengan kehidupan sehari-hari. Selain itu Program Kampung Iklim (PROKLIM) juga dapat dikategorikan sebagai program perlindungan sosial pada tahap preventif (pencegahan) yang berfungsi untuk meminimalkan dampak negatif yang mungkin dialami oleh kelompok masyarakat rentan akibat perubahan iklim. Program ini diharapkan dapat menjadi sarana edukasi lingkungan bagi masyarakat agar mampu berperan sebagai agen perubahan di lingkungannya sendiri.

Melalui proses pembelajaran dan berbagai pengetahuan, Program Kampung Iklim (PROKLIM) dapat mendorong peningkatan kesadaran, keterampilan, serta kualitas hidup masyarakat di wilayah penerapan program secara berkelanjutan.

Program Kampung Iklim (PROKLIM) merupakan sebuah program nasional yang diselenggarakan oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK). Pelaksanaan program ini didasarkan pada Peraturan Menteri Lingkungan Hidup dan Kehutanan Nomor .84/Menlhk Setjen/Kum.1/11/2016 tentang Program Kampung Iklim yang menjadi pedoman resmi dalam pengembangan kegiatan adaptasi dan mitigasi berbasis masyarakat di seluruh Indonesia. Pekayon Jaya menjadi salah satu wilayah yang berhasil mengelola daerah yang rentan terhadap bencana iklim melalui berbagai upaya mitigasi dan adaptasi sehingga berhasil membawa Kota Bekasi meraih penghargaan nasional tertinggi dari Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK). Setelah meraih penghargaan Utama pada tahun 2020, Kampung Iklim di Pekayon Jaya kembali memperoleh penghargaan Lestari pada tahun 2022 (Bekasi Satu, 2022).

Program Kampung Iklim RW 11 Pekayon Jaya berlokasi di Kelurahan Pekayon Jaya, Kecamatan Bekasi Selatan, Kota Bekasi, Provinsi Jawa Barat. Menurut Patrianti dkk (2023), Proklam di RW 11 Pekayon Jaya aktif diinisiasi oleh ibu-ibu paruh baya yang aktif di majelis taklim, Ibu Lala Gazali menjadi motivator dari para penggiat proklam. Struktur kepengurusan Proklam RW 11 disahkan oleh Lurah Pekayon Jaya dan terdiri atas Ketua, Wakil Ketua, Humas, serta beberapa bidang yang fokus pada kegiatan mitigasi dan adaptasi perubahan iklim. Bidang-bidang tersebut meliputi: (a) pengendalian kekeringan dan banjir, (b) ketahanan pangan, (c) pengendalian penyakit yang berkaitan dengan perubahan iklim, (d) pengelolaan sampah organik dan anorganik, (e) peningkatan tutupan vegetasi, serta (f) pemanfaatan energi baru, terbarukan, dan hemat energi (Pemerintah Kota Bekasi, 2021).

Proklam menjadi salah satu strategi untuk meningkatkan kesadaran (*awareness*) masyarakat terhadap isu lingkungan, khususnya permasalahan pengelolaan sampah dan penurunan kualitas udara yang masih menjadi tantangan di wilayah Kota Bekasi. Menurunnya kualitas udara akibat perubahan iklim yang salah satunya disebabkan dari efek rumah kaca mengakibatkan jumlah karbondioksida yang dihasilkan lebih banyak di atmosfer. Kegiatan penghijauan adalah salah satu bentuk upaya dalam menjaga kelestarian lingkungan serta mempertahankan kebersihan alam sekitar (Jupri dkk, 2022). Kegiatan penghijauan dapat dengan mudah dilakukan dalam kehidupan keseharian dimulai dari memanfaatkan halaman pekarangan, pinggir jalan, dan area terbuka lainnya.

Tidak hanya kurangnya lahan terbuka hijau yang menjadi penyebab meningkatnya jumlah karbon di atmosfer, pengolahan sampah yang tidak dilakukan dengan baik dan benar juga mempengaruhi jumlah karbon yang dihasilkan. Memilah dan mengolah sampah dengan benar seperti dijadikan kompos atau membuat biopori dapat menyuburkan tanaman. Dalam hal berpengaruh terhadap jumlah oksigen dan kualitas udara yang dihasilkan. Aksi penghijauan dan pengolahan sampah yang dilakukan merupakan aksi mitigasi untuk mengurangi efek gas rumah kaca.

Selaras dengan kegiatan yang dilakukan beberapa Proklam di daerah lainnya diantaranya Proklam RW 09 Aren Jaya berada di wilayah Bekasi Timur, Proklam RW 06 Srengseng Sawah berada di daerah Jakarta Selatan, dan Proklam RW 02 Mampang berada di Kota Depok juga melakukan upaya adaptasi terhadap dampak perubahan iklim dan mitigasi emisi gas rumah kaca (GRK).

Tabel 1.1 Perbandingan Proklim dengan Daerah Lainnya

Nama Proklim	Instagram	Jumlah Followers	Penggunaan Hashtag	Kegiatan Proklim
Proklim RW 11 Pekayon	@proklim_rw11pekayonjaya	203	Terdapat hashtag khusus dan konsisten digunakan #SedekahOksigen dalam setiap kegiatan yang publikasikan serta dicantumkan pada profil Instagram.	1. Membuat solar sel 2. Membuat biopori 3. Memanfaatkan lahan kosong dengan penghijauan 4. Membuat Kelompok Wanita Tani (KWT) 5. UMKM 6. Menyediakan bank sampah 7. Melakukan daur ulang sampah
Proklim RW 09 Aren Jaya	@proklim_09arenjaya	123	Tidak menggunakan hashtag pada setiap kegiatan yang di publikasikan	1. Membuat hidroponik 2. Membuat KWT (Kelompok Wanita Tani) 3. Menyediakan bank sampah 4. Membuat kompos
Proklim RW 06 Srengseng Sawah	@proklimrw06srengsengsawah	118	Tidak menggunakan hashtag pada setiap kegiatan yang di publikasikan	1. Membuat hidroponik 2. Budidaya magot 3. Menyediakan bank sampah 4. Membuat biopori 5. Menanam tanaman TOGA
Proklim RW 02 Mampang	@proklim.flamboyan02	36	Tidak menggunakan hashtag pada setiap kegiatan yang di publikasikan	1. Membuat biopori 2. Menyediakan bank sampah 3. Mendaur ulang sampah 4. Menanam sayuran

(Sumber : Observasi Peneliti, 29 November 2025)

Jika dilihat dari data yang ada pada tabel perbandingan diatas, memperlihatkan bahwa Proklim RW 11 Pekayon memiliki hashtag khusus dan konsisten menggunakan #SedekahOksigen pada setiap kegiatan yang dipublikasikan. Proklim RW 11 Pekayon pada akun Instagram @proklim_rw11pekayonjaya memiliki jumlah pengikut sebanyak 203 lebih unggul dibandingkan proklim lainnya. Proklim RW 09 Aren Jaya dengan akun Instagram @proklim_09arenjaya memiliki jumlah pengikut sebanyak 123, Proklim RW 06 Srengseng Sawah dengan akun Instagram @proklimrw06srengsengsawah memiliki jumlah pengikut sebanyak 118, dan Proklim RW 02 Mampang dengan akun Instagram @proklim.flamboyan02 memiliki jumlah pengikut sebanyak 36. Kegiatan yang dilakukan oleh Proklim RW 11 Pekayon juga lebih unggul memiliki upaya kegiatan untuk ketahanan pangan, energi, hingga lingkungan dibandingkan dengan proklim

lainnya.



Gambar 1. Pembagian bibit gratis
(Sumber : Instagram @proklam_rw11pekayonjaya, 10 November 2025)

Berkaitan dengan hal tersebut, Proklam RW 11 Pekayon Jaya menggunakan teknik kampanye untuk meningkatkan kesadaran lingkungan dengan menggunakan hashtag #SedekahOksigen untuk penghijauan dan menyebarluaskan pesan inti mitigasi menurunkan emisi gas rumah kaca. Terwujudnya kegiatan penghijauan di wilayah kampung iklim didukung dengan membagikan bibit gratis. Unggahan pada akun Instagram Proklam RW 11 Pekayon membuka bazaar berkolaborasi dengan FSDR UNTAR membagikan bibit tabebuya secara gratis. Strategi ini memperlihatkan bagaimana kampanye yang dilakukan oleh Proklam RW 11 Pekayon dipadukan dengan berinteraksi langsung oleh warga, sehingga memperluas jangkauan pesan sekaligus memperkuat keterhubungan antara komunitas dan warga.



Gambar 2 Signage Pesan Mitigasi
(Sumber : jurnal.umj.ac.id, 11 Oktober 2025)

Kampanye yang dilakukan untuk meningkatkan kesadaran lingkungan juga dilakukan dengan menyebarkan pesan mitigasi. Pesan tersebut dikembangkan dari Pemerintahan Kota (Pemkot) Bekasi kemudian para penggiat Proklam RW 11 Pekayon Jaya menyusun dan menyebarluaskan pesan tersebut dalam bentuk *signage* atau papan petunjuk melalui media luar ruang. Dalam upaya menyampaikan pesan mitigasi perubahan iklim melalui pengelolaan sampah, para penggiat Proklam menempatkan media atau saluran pesan di berbagai lokasi yang strategis agar mudah dipahami dan diterima oleh seluruh warga.

Berdasarkan pada fenomena tersebut, penting untuk menumbuhkan kesadaran masyarakat bahwa melalui #SedekahOksigen tersebut dapat dilakukan penghijauan dan pemilahan sampah. Hal itu merupakan bagian proses para warga RW 11 Pekayon dapat memberikan “sedekah oksigen” itu sendiri. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh kampanye #SedekahOksigen humas proklam pekayon bekasi terhadap peningkatan kesadaran lingkungan warga rw 11 pekayon jaya.

Dalam penelitian ini, penulis juga mengamati beberapa penelitian terdahulu sebagai referensi. Penelitian yang dilakukan oleh Ramadhan (2022) dalam jurnal Konferensi Nasional Ilmu Administrasi menunjukkan bahwa gerakan sedekah oksigen mendapatkan dukungan dari masyarakat, tidak hanya itu tetapi juga mampu mengurangi polusi emisi gas karbon sehingga dapat mendukung ecopreneur di daerah budidaya tanaman hias menjadi meningkat sehingga dapat membantu taraf hidup masyarakat. penelitian lain yang dilakukan oleh Patrianti, Supangkat, dan Aulia (2023) dalam jurnal Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis menunjukkan bahwa komunitas proklam melakukan pengembangan pesan risiko secara mandiri untuk menurunkan emisi gas rumah kaca melalui program event dan kolaborasi dengan perusahaan serta perguruan tinggi. Selanjutnya, penelitian oleh Swarna, Yuningsih, dan Purnamasari (2023) dalam jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis menunjukkan bahwa langkah-langkah strategi komunikasi lingkungan yang dijalankan oleh bank sampah Tangerang Selatan meskipun dalam pelaksanaannya tidak selalu formal dan terstruktur.

Meskipun memiliki kesamaan topik mengenai perubahan iklim dan kampanye lingkungan, penelitian ini memiliki beberapa perbedaan dengan penelitian sebelumnya. Penelitian sebelumnya hanya mendalami dampak pesan risiko untuk menurunkan emisi gas rumah kaca. Namun, tidak ada yang meneliti secara mendalam bagaimana meningkatkan kesadaran masyarakat untuk mengurangi emisi gas rumah kaca (GRK) dan perubabah iklim dengan kampanye terutama di wilayah kota Bekasi. Penelitian ini menawarkan kebaruan dengan cara spesifik pengaruh kampanye #SedekahOksigen terhadap peningkatan kesadaran lingkungan di wilayah kota Bekasi menggunakan pendekatan kuantitatif agar penelitian dapat bersifat empiris.

Berdasarkan uraian tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah seberapa besar pengaruh kampanye #SedekahOksigen humas proklam pekayon bekasi terhadap peningkatan kesadaran perubahan perilaku warga RW 11 Pekayon Jaya Kota Bekasi Selatan. Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka hipoteses yang diajukan dalam penelitian ini adalah hipotesis nol (H_0) yang menyatakan bahwa tidak ada pengaruh kampanye #SedekahOksigen humas proklam pekayon bekasi terhadap peningkatan kesadaran lingkungan, serta hipotesis alternatif (H_a) yang menyatakan bahwa adanya pengaruh kampanye #SedekahOksigen humas proklam pekayon bekasi terhadap peningkatan kesadaran lingkungan.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kampanye #SedekahOksigen humas proklam pekayon bekasi, mengetahui peningkatan kesadaran lingkungan warga RW 11 Pekayon Jaya, serta mengukur pengaruh kampanye #SedekahOksigen humas proklam pekayon bekasi terhadap peningkatan

kesadaran lingkungan warga RW 11 Pekayon Jaya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan dalam kurun waktu 4 bulan terhitung pada bulan Oktober 2025 sampai Januari 2026. Objek dalam penelitian ini adalah warga RW 11 Pekayon Jaya Bekasi dalam meningkatkan kesadaran lingkungan. Pengambilan data dengan menyebarkan kuesioner secara daring berbentuk *google form* yang berdasarkan sesuai dengan kriteria memahami kampanye #SedekahOksigen.

Secara umum pendekatan penelitian dapat dibedakan menjadi dua macam penelitian yaitu penelitian kuantitatif dan kualitatif. Pada penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian secara kuantitatif. Pendekatan kuantitatif merupakan pendekatan yang telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit/empiris, obyektif, terukur, sistematis, dan rasional sehingga disebut sebagai pendekatan ilmiah/*scientific*. Pendekatan kuantitatif merupakan pendekatan dengan data penelitian berupa analisis dan angka-angka yang menggunakan statistic (Sugiyono, 2021:7).

Metode yang digunakan pada penelitian ini menggunakan metode survei. Penelitian menggunakan metode survei yang merupakan salah satu variabel dari metodologi kuantitatif. Metode survei dalam penelitian ini dilakukan pada warga RW 11 Pekayon Bekasi menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Metode survei dilakukan untuk mengumpulkan data dari lokasi penelitian yang bersifat alamiah dengan memberikan perlakuan tertentu dalam proses pengumpulan data, seperti penyebaran kuesioner, pelaksanaan tes, serta wawancara terstruktur (Sugiyono, 2021:15). Metode ini digunakan oleh peneliti yang menyebarkan kuesioner pada responden berdasarkan situasi mereka untuk memahami pengaruh kampanye #SedekahOksigen humas proklamasi peyayon kota bekasi terhadap peningkatan kesadaran lingkungan warga RW 11 Pekayon Jaya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan Pembahasan 1

Analisis uji regresi dilakukan untuk memperoleh gambaran pengaruh antara variabel *independent* (X) yaitu Kampanye #SedekahOksigen Humas Proklamasi Pekayon Kota Bekasi terhadap variabel *dependent* (Y) Kesadaran Lingkungan. Berikut merupakan data hasil dari pengolahan menggunakan SPSS :

Tabel 2. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.834 ^a	.696	.692	3.967
a. Predictors: (Constant), Kampanye Humas				

(Sumber: Hasil Uji SPSS versi 26)

Dari hasil uji regresi linear sederhana diatas, bahwa R disebut sebagai koefisien korelasi antara

Pengaruh Kampanye #SedekahOksigen Humas Proklamasi Pekayon Kota Bekasi Terhadap Peningkatan Kesadaran Lingkungan

(Amilya, et al.)

variabel Pengaruh Kampanye #SedekahOksigen Humas Proklim Pekayon Kota Bekasi Terhadap Peningkatan Kesadaran Lingkungan dengan mendapatkan nilai R sebesar 0,834 yang artinya hubungan atau korelasi antara variabel Kampanye Humas berpengaruh sangat tinggi atau kuat sekali, hal tersebut dapat dilihat dari:

1. 0,00 – 0,199 artinya sangat rendah atau lemah sekali
2. 0,200 – 0,399 artinya rendah atau lemah tapi pasti
3. 0,400 – 0,599 artinya cukup atau sedang
4. 0,600 – 0,799 artinya tinggi atau kuat
5. 0,800 – 1.000 artinya sangat tinggi atau kuat sekali

Sedangkan R square disebutkan sebagai koefisien determinasi, yaitu dapat dijelaskan bahwa nilai R square menunjukkan angka 0,696. Mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel bebas (Kampanye Humas) terhadap variabel terikat (Kesadaran Lingkungan) adalah sebesar 69,6%, sementara sisanya 30,4% dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel penelitian.

Terdapat hasil tabel ANOVA yang menunjukkan pengaruh antara variabel X dan Y, Sebagai berikut :

Tabel 3. Tabel Anova

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2629.911	1	2629.911	167.135	.000 ^b
	Residual	1148.676	73	15.735		
	Total	3778.587	74			

a. Dependent Variable: Kesadaran Lingkungan

b. Predictors: (Constant), Kampanye Humas

(Sumber: Hasil Uji SPSS Versi 26)

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh nilai hasil uji ANOVA yaitu, mendapatkan nilai F hitung sebesar 167,135 dengan tingkat nilai signifikansi 0,00 karena nilai signifikansi yang diperoleh lebih kecil dari 0,10 yaitu $0.00 < 0,10$ maka dapat diartikan bahwa variabel X (Kampanye Humas berpengaruh terhadap variabel Y (Kesadaran Lingkungan).

Untuk akhirnya dapat digunakan sebagai model regresi dalam memprediksi variabel terikat, maka angka probabilitas atau (sig) harus $< 0,10$ karena angka probabilitas (sig) $0,00 < 0,10$ maka model regresi ini layak untuk digunakan dalam memprediksi atau mengukur Pengaruh Kampanye #SedekahOksigen Humas Proklim Pekayon Kota Bekasi Terhadap Peningkatan Kesadaran Lingkungan.

Tabel 4. Coefficients (Sumber: Hasil Uji SPSS versi 26)

Coefficients ^a					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
Model		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	9.105	2.849		3.196
	Kampanye Humas	.632	.049	.834	12.928

a. Dependent Variable: Kesadaran Lingkungan

Pengaruh Kampanye #SedekahOksigen Humas Proklim Pekayon Kota Bekasi Terhadap Peningkatan Kesadaran Lingkungan

(Amilya, et al.)

Untuk dapat mengetahui persamaan regresi yang bersifat signifikan dan garis regresi berbentuk linear, maka bisa didapatkan menggunakan rumus regresi linear $Y = a + bX$, hasil analisis sebagai berikut:

Berdasarkan dari hasil Coefficients pada tabel diatas, dapat dibuat persamaan regresi, sebagai berikut:

Rumus Regresi Linear

$$Y = a + bX$$

$$Y = 9,105 + 0,632X$$

Keterangan:

Y = Kesadaran Lingkungan

X = Kampanye Humas

a = nilai konstan dalam penelitian ini sebesar 9,105

b = nilai koefisien regresi dalam penelitian ini sebesar 0,632

berdasarkan rumus diatas, maka jika $X = 1$, sebagai berikut :

$$Y = 9,105 + 0,632 X$$

$$Y = 9,105 + 0,632 (1)$$

$$Y = 9,737$$

Hal ini menunjukkan bahwa jika nilai $X = 0$ maka $Y = 9,105$ namun. Jika X bertambah 1 maka $Y = 9,737$. Artinya setiap peningkatan Variabel Independen (X) sebesar 1, akan meningkatkan Kesadaran Lingkungan.

Uji Hipotesis

Untuk mengetahui adanya pengaruh signifikansi dari Kampanye Humas (X) terhadap Kesadaran Lingkungan (Y), maka dilakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan hasil uji t dengan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n(-2)}}{\sqrt{(1-r^2)}}$$

Keterangan:

r = koefisien korelasi antara variabel X dan Y

n = jumlah sampel (responden)

dengan demikian angka,

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ H_0 ditolak dan H_a diterima (memiliki pengaruh)

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ H_0 diterima dan H_a ditolak (tidak memiliki pengaruh)

Diketahui,

$$n = 75$$

$$r = 0,834$$

$$t = \frac{r\sqrt{n(-2)}}{\sqrt{(1-r^2)}}$$

$$t = \frac{0,834\sqrt{75}(-2)}{\sqrt{(1-0,834^2)}}$$

$$t = \frac{0,834\sqrt{(73)}}{\sqrt{(1-0,695)}}$$

$$t = \frac{0,834 \times 8,544}{\sqrt{0,305}}$$

$$t = \frac{7,123}{0,552}$$

$$t = 12,91$$

berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan, nilai t hitung yaitu 12,91. Sedangkan untuk t tabel dengan signifikansi 10% dapat dicari berdasarkan jumlah responden. Perhitungan uji hipotesis yang menggunakan rumus uji t yang telah dilakukan maka mendapatkan $df = n - 2 = 75 - 2 = 73$. Pada taraf signifikansi 10% (t tabel = 1,66), maka t hitung (12,91) > t tabel (1,66) dengan nilai signifikansi $\alpha = 0,1$. Hal ini menunjukkan ada pengaruh antara Kampanye Humas (X) yang berarti signifikan terhadap Kesadaran Lingkungan (Y), karena nilai t hitung > t tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti ada pengaruh antara Kampanye #SedekahOksigen Humas Proklam Pekayon Kota Bekasi terhadap Peningkatan Kesadaran Lingkungan.

Hubungan Antar Variabel

Penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu variabel independent yang disebut sebagai variabel X (Kampanye #SedekahOksigen Humas Proklam) dan (Kesadaran Lingkungan), yang menggunakan metode penyebaran kuesioner atau angket yang dilakukan kepada 75 responden yaitu warga RW 11 Pekayon. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa mayoritas responden adalah perempuan sebanyak 55 orang dengan presentase 73,3% dan laki-laki sebanyak 20 orang dengan presentase 26,7%. Mayoritas umur responden berusia >30 tahun sebanyak 64 orang dengan presentase 85,3%.

1. Kampanye #SedekahOksigen Humas Proklam pada warga RW 11 Pekayon

Berdasarkan teori yang digunakan untuk mengukur variabel X (Kampanye Humas) ada beberapa indikator yaitu *Public Awareness*, *Public Informations*, *Public Education*, *Reinforce the Attitudes and Behavior*, dan *Behavior Modifications* (Ruslan, 2023). Berdasarkan hasil yang di dapat, dimensi tersebut mendapat respon tinggi (setuju). Hal ini dapat dilihat dari nilai rata-rata jawaban responden pada variabel X (Kampanye #SedekahOksigen Humas Proklam) sebesar 3,02.

Berdasarkan teori yang digunakan untuk mengukur variabel (X) Kampanye Humas pernyataan yang memiliki nilai data tertinggi berada pada dimensi *Public Awareness* yang memiliki pernyataan “Saya memahami bahwa aktivitas manusia berpengaruh terhadap kondisi lingkungan dan udara” yaitu sebanyak 3,32. Hal ini dapat disimpulkan bahwa warga mendapatkan paparan informasi melalui kampanye #SedekahOksigen baik dalam media sosial maupun dalam kehidupan sehari-hari terkait penurunan kualitas udara. Warga yang pernah melihat, mengikuti, atau terlibat dalam kampanye #SedekahOksigen cenderung memiliki kesadaran lingkungan yang lebih tinggi sehingga dapat selaras dengan aktivitas yang dilakukan dalam kehidupan sehari-hari dengan dampak lingkungan secara langsung.

2. Kesadaran Lingkungan warga RW 11 Pekayon

Berdasarkan teori yang digunakan dan hasil dalam penelitian yang telah dibuktikan bahwa variabel Y (Kesadaran Lingkungan) secara keseluruhan memiliki dimensi yaitu Pengetahuan Lingkungan, Sikap Lingkungan, Perilaku Lingkungan, dan Empati Lingkungan (Putra dkk, 2024). Berdasarkan hasil yang di dapat, dimensi tersebut mendapat respon tinggi (setuju). Hal ini dapat dilihat dari nilai rata-rata jawaban responden pada variabel Y (Kesadaran Lingkungan) sebesar 3,02.

Berdasarkan teori yang digunakan untuk mengukur variabel Y (Kesadaran Lingkungan) pernyataan yang memiliki nilai data tertinggi berada pada dimensi Empati Lingkungan yang memiliki pernyataan “Menurut saya pentingnya menjaga kesadaran terhadap lingkungan untuk menjaga kondisi lingkungan” yaitu sebesar 3,22. Hal ini dapat disimpulkan bahwa warga memahami peran kesadaran lingkungan sebagai langkah awal dalam upaya pelestarian lingkungan. Melalui kampanye #SedekahOksigen dapat berkontribusi dalam membentuk pemahaman warga bahwa tidak adanya kesadaran, upaya menjaga lingkungan tidak dapat berjalan secara optimal.

3. Pengaruh Kampanye #SedekahOksigen Humas Proklilm Pekayon Kota Bekasi terhadap Kesadaran Lingkungan pada warga RW 11

Pada pernyataan variabel X (Kampanye #SedekahOksigen Humas Proklilm) dan Y (Kesadaran Lingkungan) dalam penelitian ini telah memenuhi standar validitas atau memenuhi syarat valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$. Uji reliabilitas pada variabel X (Kampanye #SedekahOksigen Humas Proklilm) menunjukkan nilai alpha hitung yang positif serta pada tingkat realibitas 0,80 s.d 1,00 dan variabel Y (Kesadaran Lingkungan) menunjukkan nilai alpha hitung yang juga positif serta pada tingkat reliabilitas 0,80 s.d 1,00. Maka jika dilihat pada alpha hitung dari variabel (X) dan (Y) kedua variabel tersebut dapat dikatakan sangat reliabel.

Untuk membuktikan adanya pengaruh Kampanye #SedekahOksigen Humas Proklilm terhadap Kesadaran Lingkungan, maka dilakukan uji hipotesis yang terdapat pada analisis regresi linear sederhana yaitu uji t. Uji t memiliki tujuan untuk menguji signifikansi nilai koefisien regresi, kriteria pengujian sebagai persyaratan hipotesis diterima adalah nilai t hitung $>$ t tabel.

Berdasarkan hasil dari hitungan penelitian ini maka didapatkan nilai t hitung 12,91 yang lebih besar dari nilai tabel 1,66. Karena t hitung lebih besar dari t tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga didapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh Kampanye #SedekahOksigen Humas Proklilm Pekayon Kota Bekasi terhadap Peningkatan Kesadaran Lingkungan. Berdasarkan perhitungan, kuatnya pengaruh dilihat dari perolehan nilai R yang disebut juga sebagai koefisien korelasi. Maka dari perolehan nilai R yang disebut juga sebagai koefisien korelasi. Maka dapat dibaca nilai R atau korelasi antara variabel pengaruh Kampanye #SedekahOksigen Humas Proklilm Pekayon kota Bekasi terhadap Peningkatan Kesadaran Lingkungan sebesar 0,834 yaitu diantara 0,800-1.000, maka dapat dikatakan bahwa koefisien korelasi antara variabel X (Kampanye #SedekahOksigen Humas Proklilm) terhadap variabel Y (Kesadaran Lingkungan) berpengaruh sangat tinggi atau kuat sekali.

Pada penelitian ini memiliki R square sebesar 0,632 yang artinya variabel Y dipengaruhi oleh variabel X, dalam penelitian ini dapat dikatakan Kampanye #SedekahOksigen Humas Proklilm Pekayon dipengaruhi sebesar 69,6% sementara sisanya 30,4% dipengaruhi oleh faktor lain diluar

variabel penelitian. Hasil penelitian ini, melalui kampanye #SedekahOksigen menunjukkan dapat meningkatkan pemahaman warga mengenai kesadaran lingkungan. Hadirnya kampanye #SedekahOksigen juga dapat mempengaruhi perilaku warga RW 11. Warga yang pernah melihat, mengikuti, atau mengetahui kampanye #SedekahOksigen ini cenderung selaras pada aktivitas yang dilakukan pada kehidupan sehari-hari. Namun, persepsi warga mengenai kegiatan aksi individu yang dilakukan secara konsisten dianggap belum cukup memberikan dampak yang signifikan, diperlukan dukungan dan peran pemerintah hingga perubahan sistem yang lebih luas.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kampanye humas terhadap kesadaran lingkungan, serta pembahasan yang telah diuraikan pada pembahasan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa kampanye humas yang dilakukan oleh humas proklam Pekayon Bekasi memiliki pengaruh yang signifikan. Hal ini terlihat dari nilai rata-rata responden pada variabel X (Kampanye #SedekahOksigen Humas Proklam) yang mencapai 3,02. Berdasarkan indikator yang digunakan, pernyataan 1 memiliki nilai tertinggi sebesar 3,32 yaitu bahwa warga mendapatkan paparan informasi melalui kampanye #SedekahOksigen baik dalam media sosial maupun dalam kehidupan sehari-hari terkait penurunan kualitas udara. Sementara itu, pernyataan dengan nilai terendah terdapat pada dimensi *behavior modifications* yaitu warga yang tidak ikut terlibat dalam kampanye tidak merasakan perubahan sikap secara langsung. Perubahan sikap warga tidak dapat terjadi dengan cepat hanya melalui paparan kampanye tetapi juga dipengaruhi oleh pengalaman, motivasi, hingga kesempatan untuk berpartisipasi secara langsung.

Di sisi lain, kesadaran lingkungan sebagai variabel dependen (Y) juga menunjukkan hasil yang positif dengan nilai rata-rata sebesar 3,02. Berdasarkan indikator yang digunakan, pernyataan 12 yang memiliki nilai data tertinggi sebesar 3,22 yaitu bahwa warga memahami peran kesadaran lingkungan sebagai langkah awal dalam upaya pelestarian lingkungan. Sementara itu, pernyataan dengan nilai terendah terdapat pada dimensi perilaku lingkungan yaitu warga menjalankan aksi keberlanjutan secara konsisten dapat menjaga lingkungan dalam jangka panjang. Persepsi warga dalam aksi individu yang dilakukan secara konsisten dianggap belum cukup memberikan dampak yang signifikan. Meskipun warga memiliki pengetahuan dan kesadaran lingkungan yang baik tetapi belum tentu mereka meyakini bahwa melakukan aksi keberlanjutan akan secara langsung berdampak pada lingkungan. Keterbatasan waktu, sumber daya, hingga contoh keberhasilan aksi keberlanjutan yang konkret secara langsung dapat mempengaruhi penilaian responden.

Pada hasil uji hipotesis memperkuat temuan penelitian ini dengan menunjukkan adanya pengaruh kuat dan signifikan antara kampanye #SedekahOksigen humas proklam Pekayon terhadap kesadaran lingkungan. Hal ini dibuktikan melalui nilai t hitung sebesar 12,91 yang lebih besar dibandingkan dengan t tabel sebesar 1,66. Sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hasil penelitian ini, melalui kampanye #SedekahOksigen menunjukkan dapat meningkatkan pemahaman warga mengenai kesadaran lingkungan

DAFTAR PUSTAKA

- Azzahra, M., & Patrianti, T. (2024). Kampanye Digital Public Relations Kesadaran Remaja dalam Perubahan Iklim. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(1), 11521–11532.
- Berger, C. R., Roloff, M. E., & Roskos-Ewoldsen, D. R. (2021). *Kampanye komunikasi: Handbook ilmu komunikasi*. Nusamedia.
- Darma, B. (2021). *Statistika penelitian menggunakan SPSS (Uji validitas, uji reliabilitas, regresi linier sederhana, regresi linier berganda, uji t, uji F, R2)*. Guepedia.
- Erlianti, D., Gunarso, S., Rahmadiana, R., Furrie, W., Salman, D., Andamisari, D., ... & Bahriyah, E. N. (2024). *Buku Ajar Public Relations*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Fadia, T., Iranto, D., & Zahra, S. F. (2025). Pengaruh Pengetahuan Lingkungan, Kesadaran Lingkungan, dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumsi Berkelanjutan pada Generasi Z di DKI Jakarta. *Indonesia Economic Journal*, 1(2), 665-670.
- Fadli, A., & Sazali, H. (2023). Peran media sosial Instagram@ greenpeaceid sebagai media kampanye dalam menjaga lingkungan. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, 8(2), 209-222.
- Febriyanti, D., & Salsabila, A. Z. (2024). Strategi Kampanye Pandwara Group Melakukan Sanitasi Lingkungan Melalui Media Spsial TikTok Pada Akun @pandawaragroup. *Kultura: Jurnal Ilmu Hukum, Sosial, Dan Humaniora*, 2(1), 301–311
- Grogery, A. (2018). *Perencanaan dan Manajemen Kampanye Public Relations*. Jakarta: Erlangga.
- <https://bekasikota.go.id/>
- <https://kemenlh.go.id/>
- <https://mongabay.co.id/>
- <https://smartcity.bekasikota.go.id/>
- <https://www.thejakartapost.com/>
- Idrus, M. R. H., & Usi, U. A. N. (2024). Realisasi Penanganan Perubahan Iklim di Indonesia Melalui Implementasi Sustainable Development Goals (SDGs): Tujuan-13.1.3. *Indonesian Journal of International Relations*, 8(1), 77-100.
- Islamiyah, N. Q. A., Ni'amah, M., Susanto, M. A. D., & Fitriah, N. A. (2022). Tingkat kesadaran masyarakat dalam menjaga lingkungan di era pandemi Covid-19 di Kelurahan Warugunung, Kota Surabaya. *SOCIA: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 19(1), 1-12.
- Kardini, N. L., Sudomo, A., GS, A. D., Arifin, Z., & Sallu, S. (2023). *Manajemen Public Relation*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Kaseng, E.S. (2024). Kampanye Digital dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat terhadap Isu Lingkungan: Digital Campaign to Increase Public Awareness of Environmental Issues. *Journal of Marginal Social Research*, 1(1), 68-72.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management* (16th ed.). Global Edition. Pearson.
- Ninasari, A. ., & Suleyman, S. (2024). Seminar Kesadaran Lingkungan : Pengurangan Plastik dan Pengelolaan Sampah yang Berkelanjutan. *Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(3), 4083–4087.

- Patrianti, T., Supangkat, G., & Aulia, R. N. (2023). Pesan Komunikasi Risiko untuk Menurunkan Emisi Gas Rumah Kaca di Program Kampung Iklim Pekayon Bekasi. *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis*, 7(2), 193-206.
- Pearse, M., & Gregory, A. (2025). *Planning and managing public relations campaigns* (6th ed.). Kogan Page.
- Priandono, T. E. (2023). *Modern Public Relations*. Prenada Media.
- Priliantini, A., Krisyanti, K., & Situmeang, I. V. (2020). Pengaruh kampanye# PantangPlastik terhadap sikap ramah lingkungan (survei pada pengikut Instagram@ GreenpeaceID). *Jurnal Komunika: Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, 9(1), 40-51.
- Putra, D. A., Fitralisma, G., & Fata, M. A (2024). Faktor Yang Mempengaruhi Kepedulian Masyarakat Terhadap Peningkatan Kapasitas Lingkungan Hidup Pada Dinas Lingkungan Hidup Kota Cirebon. *Jurnal Riset Manajemen, Bisnis, Akuntansi, Dan Ekonomi*, 3 (1), 1-27.
- Ramadhan, G (2022). Gerakan Sedekah Oksigen Sebagai Gerakan Lingkungan di Kota Tangerang. *Konferensi Nasional Ilmu Administrasi*
- Roflin, (2021). Populasi, Sampel, Variabel, Dalam Penelitian Kedokteran, 5
- Ruslan, Rosady. (2023) Kiat dan Strategi Kampanye *Public Relations*. Jakarta: PT Raja GrafindoPersada.
- Sari, B. W. N. (2020). Humas Pemerintah. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Setiawan, R., Khasanah, S. U., Setiawan, A., & Ferdinand, R. (2025). Semiotika Warna Dalam Kampanye Kesadaran Lingkungan di Indonesia.. *Chester: Art and Design Journal*, 1(1), 28-45.
- Strategi komunikasi lingkungan dalam kampanye minim sampah. *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis*, 7(1), 77-88.
- Sugiyono, (2021). Buku Metode Penelitian Pendidikan (kuantitatif,kualitatif,kombinasi R&D dan Penelitian Pendidikan). Dalam Penerbit Alfabeta Bandung. Alfabeta, Bandung.
- Sumarni, L., Yuningsih, S., Hasna, S., & Rohman, A. (2025). Public Relations Strategy Implementacy for Increasing Green Open Space by Expanding Protective Through the Climate Village Program. *Jurnal Studi Multidisipliner Berkelanjutan*, 9(7).
- Swarnawati, A., Yuningsih, S., Purnamasari, O., & Nurhayati, E. S. (2023).
- Venus, Antar. (2018). Manajemen Kampanye: Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi Publik. Simbiosis Rekatama Media
- Widjaja. W. A., (2010). Komunikasi: dan Hubungan Masyarakat,Bina Aksara,Jakarta.