

ABSTRAK

Fauzi Abdurrahman (1174060026). Pengaruh Kampanye Pemanfaatan Ganja Untuk Kebutuhan Medis Di Indonesia Oleh Lingkar Ganja Nusantara Terhadap Sikap Bersosial Media Mengenai Ganja.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kampanye Pemanfaatan Ganja Untuk Kebutuhan Medis Di Indonesia Oleh Lingkar Ganja Nusantara Terhadap Sikap Bersosial Media Mengenai Ganja. Paradigma penelitian yang digunakan adalah positif dengan metode kuantitatif dan menggunakan riset survei atau kuesioner dan observasi sebagai metode pengumpulan data. Jumlah sampel pada penelitian adalah 100 orang responden yang ditentukan dengan rumus Lemeshow. Analisis hasil data yang digunakan adalah teknik analisis uji regresi linier sederhana, uji hipotesis, dan uji koefisien determinasi yang diolah menggunakan SmartPLS 3.

Penelitian menghasilkan persamaan regresi $Y = 5,344 + 0,790X$ dengan hasil uji Anova memperoleh hasil signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, yang artinya H_0 (tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara pengaruh kampanye ganja untuk kebutuhan medis di Indonesia oleh lingkaran ganja nusantara terhadap sikap bersosial media mengenai ganja) ditolak dan H_1 (terdapat pengaruh yang signifikan antara pengaruh kampanye ganja untuk kebutuhan medis di Indonesia oleh lingkaran ganja nusantara terhadap sikap bersosial media mengenai ganja) diterima.

Hasil regresi linear pada variabel pengaruh kampanye pemanfaatan ganja untuk medis terhadap sikap bersosial media memiliki tingkat hasil yang tinggi terhadap sikap bersosial media mengenai ganja yakni 85,9% melalui instagram serta 85,7% melalui televisi setuju terhadap kampanye pemanfaatan ganja untuk kebutuhan medis oleh LGN atau Lingkar Ganja Nusantara. Hal tersebut menunjukkan bahwa kampanye Lingkar Ganja Nusantara memiliki tingkat keberhasilan yang tinggi dalam mempengaruhi sikap masyarakat terhadap pemanfaatan ganja.

Kata Kunci: Kampanye, Sikap, Bersosial Media, Public Relations

ABSTRACT

Fauzi Abdurrahman (1174060026). *The Effect of Marijuana Utilization Campaign for Medical Needs in Indonesia by Lingkar Ganja Nusantara on Social Media Attitudes Regarding Marijuana.*

This study aims to determine the effect of the Marijuana Utilization Campaign for Medical Needs in Indonesia by Lingkar Ganja Nusantara on Social Media Attitudes Regarding Marijuana. The research paradigm used is positive with quantitative methods and uses survey research or questionnaires and observation as data collection methods. The number of samples in the study was 100 respondents determined by the Lemeshow formula. Analysis of the results of the data used is a simple linear regression analysis technique, hypothesis testing, and the coefficient of determination test which is processed using SmartPLS 3.

The study resulted in a regression equation $Y = 5.344 + 0.790X$ with the results of the Anova test obtaining a significance result of $0.000 < 0.05$, which means H_0 (there is no significant effect between the influence of cannabis campaigns for medical needs in Indonesia by the archipelago's cannabis circle on social media attitudes regarding cannabis) was rejected and H_1 (there was a significant influence between the influence of the cannabis campaign for medical needs in Indonesia by the archipelago's cannabis circle on social media attitudes about marijuana) was accepted.

The results of linear regression on the influence of the medical marijuana use campaign on social media attitudes have a high rate of return on social media attitudes about marijuana, namely 85.9% via Instagram and 85.7% through television agreeing to LGN's campaign for the use of marijuana for medical needs. or Indonesian Marijuana Circle. This shows that the Lingkar Ganja Nusantara campaign has a high success rate in influencing people's attitudes towards the use of marijuana.

Keywords: Campaign, Attitude, Social Media, Public Relations