

ABSTRAK

Kesadaran masyarakat global akan pentingnya pelestarian lingkungan hidup semakin meningkat, dipicu oleh kekhawatiran akan terjadinya bencana lingkungan hidup yang tidak hanya mengancam kesehatan manusia, namun juga kelangsungan hidup manusia dan keturunannya. Pencemaran udara yang disebabkan oleh penggunaan kendaraan pribadi merupakan salah satu penyebab pencemaran lingkungan. Hyundai hadir dengan mobil listrik yang cukup ekonomis di kelasnya. Hyundai melalui Ioniq 5 mengusung konsep periklanan hijau untuk iklan promosi produk Hyundai Ioniq 5. Maka dari itu, tujuan penelitian ini adalah melihat seberapa besar pengaruh periklanan hijau terhadap kesadaran lingkungan. Penelitian ini menggunakan metode berbagai macam uji variabel agar mendapatkan hasil yang akurat. Hasil dari penelitian ini akan dijabarkan secara terperinci berdasarkan hasil uji normalitas, uji linear, uji regresi sederhana, uji hipotesis, uji korelasi, dan uji koefisien determinasi. Pada bagian hasil akan dijelaskan secara deskriptif agar memudahkan bagi para pembaca. Berdasarkan hasil penelitian ini, terdapat pengaruh antara periklanan hijau Hyundai Ioniq 5 terhadap kesadaran lingkungan dengan persentase nilai hasil koefisien determinasi sebesar 58,8%. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat memperluas atau melanjutkan penelitian ini menggunakan variabel lain atau dengan objek yang lain.

Kata kunci: Periklanan Hijau, Kesadaran Lingkungan, Hyundai, Ioniq5