



**KAMPANYE *PUBLIC RELATIONS* OLEH *GREENPEACE COMMUNITY*  
DALAM MERUBAH PERILAKU MASYARAKAT UNTUK  
MENGURANGI SAMPAH PLASTIK**

**SKRIPSI**

Skripsi Ini Disusun Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
Strata 1 (S-1) Komunikasi Bidang Studi Public Relations

Disusun Oleh:

Diana Delvia

44216010005

UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2020



**Fakultas Ilmu Komunikasi**  
**Universitas Mercu Buana**

**LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI**

Judul : Kampanye Public Relations Oleh Greenpeace Community  
Dalam Merubah Perilaku Masyarakat untuk Mengurangi  
Sampah Plastik

Nama : Diana Delvia

NIM : 44216010005

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, Agustus 2020

Mengetahui,

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Pembimbing

(Yuliawati, M.Ikom)



**LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI**

Judul Skripsi : Kampanye *Public Relations* oleh *Greenpeace Community*  
dalam Merubah Perilaku Masyarakat untuk Mengurangi  
Sampah Plastik

Nama : Diana Delvia  
NIM : 44216010005  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 19 Agustus 2020


Ketua Sidang,  
Dr. A. Rahman, HI, M.Si

  
(.....)

Penguji Ahli,  
Dr. Nurhayani Saragih

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA   
(.....)

Pembimbing,  
Yuliawati, M.Ikom

  
(.....)



**Fakultas Ilmu Komunikasi**  
**Universitas Mercu Buana**

**LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI**

Judul Skripsi : *Kampanye Public Relations* oleh *Greenpeace Community*  
dalam Merubah Perilaku Masyarakat untuk Mengurangi  
Sampah Plastik


Nama : Diana Delvia  
NIM : 44216010005  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Public Relations

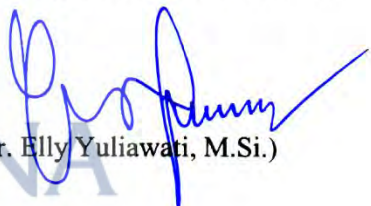
Jakarta, 21 Agustus 2020

Disetujui dan diterima oleh,

**Pembimbing**

**Ketua Bidang Studi Public Relations**

  
(Yuliyawati, M.Ikom)

  
(Dr. Elly Yuliyawati, M.Si.)

**Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi**

**Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi**

  
(Ponco Budi Sulistyono, M.Comn, Ph.D)

  
(Dr. Farid Hamid, M.Si)

## LEMBAR PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Diana Delvia  
NIM : 44216010005  
Bidang Studi : Public Relations  
Alamat : Komplek Taman Asri blok J 3 No. 13 RT 005 RW 012  
Kel. Gaga, Kec. Larangan, Tangerang 15154  
No. Tlp : 085773871825

Menyatakan bahwa skripsi ini yang berjudul: **Kampanye *Public Relations* Oleh Greenpeace *Community* Dalam Merubah Perilaku Masyarakat untuk Mengurangi Sampah Plastik** adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenakan sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan)

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 19 Agustus 2020



(Diana Delvia)

44216010005





MERCU BUANA

Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi Public Relations  
Diana Delvia  
44216010005

Kampanye *Public Relations* Oleh Greenpeace *Community* Dalam Merubah Perilaku Masyarakat untuk Mengurangi Sampah Plastik  
Bibliografi: 5 Bab 124 Hal + 8 Lampiran + 17 Buku + 8 Jurnal + 5 Internet

### ABSTRAK

Permasalahan sampah plastik saat ini sudah sangat mengkhawatirkan, bahkan sampai saat ini Indonesia masih tercatat sebagai negara dengan jumlah pencemaran sampah plastik ke laut terbesar kedua di dunia. Kemudian China memimpin urutan pertama dengan tingkat pencemaran sampah plastik ke laut terbesar sekitar 1,23-3,53 juta ton per tahun. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan bagaimana proses aktifitas kampanye PR yang dibuat oleh Greenpeace Indonesia dalam merubah perilaku masyarakat Indonesia untuk mau mengurangi jumlah penggunaan kantong plastik.

Penelitian ini menggunakan konsep-konsep yang terkait dengan teori Kampanye *Public Relations* dan juga teori Perubahan Perilaku (*Behavioral Change*). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma *post positivisme*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data wawancara mendalam dengan 2 narasumber dari pihak Greenpeace Indonesia dan 2 narasumber yang merupakan target sasaran dari program kampanye Greenpeace Indonesia.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa ternyata Kampanye *Public Relations* Greenpeace Indonesia #PantangPlastik ini sedikit banyak sudah sampai sekaligus bisa diterima dengan baik oleh sebagian besar target *audience* mereka. Namun dalam aspek perubahan perilaku, Kampanye *Public Relations* Greenpeace Indonesia ini belum benar-benar bisa merubah perilaku masyarakat untuk mau mengurangi jumlah pemakaian dan juga jumlah produksi sampah plastik mereka.

**Kata Kunci:** *Kampanye Public Relations, Perilaku, Perubahan Perilaku (Behavioral Change)*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan berkat Rahmat, Hidayah, serta Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan judul **“KAMPANYE *PUBLIC RELATIONS* OLEH *GREENPEACE COMMUNITY* DALAM MERUBAH PERILAKU MASYARAKAT UNTUK MENGURANGI SAMPAH PLASTIK”**.

Penulis menyadari dalam penyusunan proposal skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Yuliawati, S.Sos, M.Ikom, selaku Dosen Pembimbing penulis.
2. Ibu Dr. Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom, selaku Dosen Mata Kuliah Tugas Akhir penulis.
3. Bapak Prof. Dr. Ngadino Surip, MS, selaku Rektor Universitas Mercu Buana Meruya.
4. Bapak Ponco Budi Sulisty, M.Comn, Ph.D, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Meruya.
5. Bapak Dr. Abdul Rahman HI, M.Si, selaku Wakil Dekan Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Mercu.
6. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si, selaku Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Meruya.
7. Ibu Dr. Elly Yuliawati, M.Si, selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Mercu.
8. Dosen-dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Meruya yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.
9. Karyawan dan Staff Perpustakaan Universitas Mercu Buana Meruya.
10. Narasumber pada penelitian ini, Bp. Muharram Atha Rasyadi sebagai pihak dari Greenpeace Indonesia, Kak Ibar Furqonul Akbar sebagai pihak dari



- volunteer GP Youth Greenpeace Indonesia*, dan juga Stephan Alexander dan Tasya Kintan sebagai pihak dari khalayak sasaran kampanye Greenpeace Indonesia yang sudah memberikan waktu dan juga ketersediaannya dalam menjalankan dan menjawab proses wawancara yang dilakukan oleh penulis.
11. Kedua orangtua penulis, Bapak Samidi dan Ibu Warningsih, sekaligus kedua kakak penulis yang selalu memberikan kasih sayang, dukungan serta doa untuk keberhasilan penulis dalam menyelesaikan penyusunan proposal skripsi ini.
  12. Sahabat di kampus sekaligus teman seperjuangan penulis, *Rolling Home* yang dengan sabar meluangkan waktunya untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penulis.
  13. Sahabat penulis semasa SMA, yang tidak henti-hentinya menyemangati dan mendoakan penulis, Bella, Endah, Danti, Stephan, Dhindi, dan Gradiva. Juga Inu, Vivi, Alda, Vio dan Natasya. Terima kasih.
  14. Seluruh teman-teman Universitas Mercu Buana Meruya angkatan 2016 yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
  15. Kepada dua grup yang sudah memotivasi penulis, yang membuat penulis senantiasa semangat untuk terus menjalankan proses perkuliahan penulis selama ini, EXO dan Monsta X, terima kasih.

Penulis menyadari proposal skripsi ini tidak luput dari berbagai kekurangan. Penulis mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan dan perbaikannya sehingga akhirnya laporan proposal skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi bidang pendidikan dan penerapan dilapangan serta bisa dikembangkan lagi lebih lanjut.

Jakarta, 19 Agustus 2020

Penulis

**(Diana Delvia)**

**NIM 44216010005**



## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI .....	iii
LEMBAR PERYATAAN KARYA SENDIRI.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Fokus Penelitian.....	6
1.3. Tujuan Penelitian .....	8
1.4. Manfaat Penelitian .....	8
1.4.1. Manfaat Teoritis/Akademik.....	8
1.4.2. Manfaat Praktis .....	8
1.4.3. Manfaat Sosial .....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	10
2.1. Penelitian Terdahulu .....	10
2.2. Kajian Teoritis .....	15
2.2.1. Komunikasi .....	15
2.2.1.1. Fungsi Komunikasi .....	16
2.2.1.2. Tujuan Komunikasi.....	16
2.2.1.3. Level Capaian Komunikasi.....	17
2.2.2. <i>Public Relations</i> .....	18
2.2.2.1. Fungsi <i>Public Relations</i> .....	18

2.2.2.2. Tujuan <i>Public Relations</i> .....	19
2.2.3. Program <i>Public Relations</i> .....	20
2.2.3.1. Pentingnya Perencanaan <i>Public Relations</i> .....	22
2.2.4. Kampanye <i>Public Relations</i> .....	23
2.2.4.1. Jenis-jenis Kampanye <i>Public Relations</i> .....	24
2.2.4.2. Pesan Kampanye <i>Public Relations</i> .....	25
2.2.4.3. Pelaku Kampanye <i>Public Relations</i> .....	26
2.2.4.4. Tujuan Kampanye <i>Public Relations</i> .....	27
2.2.4.5. Teknik Kampanye <i>Public Relations</i> .....	27
2.2.4.6. Media Kampanye <i>Public Relations</i> .....	29
2.2.5. Perilaku ( <i>Behaviour</i> ).....	30
2.2.5.1. Bentuk Perilaku.....	30
2.2.5.2. Proses Pembentukan Perilaku .....	31
2.2.6. Perubahan Perilaku ( <i>Behaviour Change</i> ).....	32
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>34</b>
3.1. Paradigma Penelitian .....	34
3.2. Metode Penelitian .....	35
3.3. Subyek Penelitian.....	35
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.4.1. Data Primer .....	36
3.4.2. Data Sekunder .....	37
3.5. Teknik Analisis Data.....	37
3.6. Teknik Pemeriksa Keabsahan Data.....	38
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>39</b>
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	39
4.1.1. Sejarah Greenpeace.....	39
4.1.2. Greenpeace Indonesia .....	39
A. Misi dan Prinsip Utama.....	40
1. Misi Greenpeace Indonesia (Asia Tenggara).....	40
2. Prinsip Utama Greenpeace.....	40

B. Logo .....	40
C. Kampanye Greenpeace Indonesia .....	41
4.1. Hasil Penelitian .....	42
4.2.1. Kampanye <i>Public Relations</i> Greenpeace Indonesia .....	43
A. Perencanaan.....	43
B. Pelaksanaan .....	46
C. Evaluasi .....	53
D. Perubahan Perilaku Masyarakat Terkait Kampanye #PantangPlastik.....	54
E. Kurangnya Informasi Masyarakat Terkait Kampanye #PantangPlastik .....	58
4.2. Pembahasan.....	59
4.3.1. Teori Kampanye <i>Public Relation</i> .....	60
4.3.2. Perubahan Perilaku Masyarakat dalam Pengurangan Jumlah Sampah Plastik.....	61
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	64
5.1. Kesimpulan .....	64
5.2. Saran .....	66
5.2.1. Akademis .....	66
5.2.2. Praktis .....	66
DAFTAR PUSTAKA .....	67
LAMPIRAN I SURAT IZIN PENELITIAN.....	70
LAMPIRAN II SURAT BALASAN IZIN PENELITIAN.....	71
LAMPIRAN III PEDOMAN WAWANCARA.....	72
LAMPIRAN IV TRANSKRIP WAWANCARA I.....	76
LAMPIRAN V TRANSKRIP WAWANCARA II.....	88
LAMPIRAN VI TRANSKRIP WAWANCARA III.....	96
LAMPIRAN VII TRANSKRIP WAWANCARA IV .....	103
LAMPIRAN VIII <i>CURRICULUM VITAE</i> .....	110

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo Greenpeace .....	41
Gambar 4.2 Contoh Kampanye Hutan Greenpeace Indonesia .....	41
Gambar 4.3 Contoh Kampanye Iklim dan Energi Terbarukan Greenpeace Indonesia.....	41
Gambar 4.4 Contoh Kampanye Laut Greenpeace Indonesia.....	42
Gambar 4.5 Contoh Kampanye Sampah Plastik #PantangPlastik .....	42
Gambar 4.6 <i>Direct Dialogue Campaigner (Street Fundraiser)</i> .....	49
Gambar 4.7 Kegiatan <i>Telefundraising</i> oleh Tim Greenpeace Indonesia.....	49
Gambar 4.8 Tampilan <i>website</i> donasi <i>online</i> .....	50
Gambar 4.9 Kegiatan Aksi Langsung Greenpeace Indonesia.....	51
Gambar 4.10 Postingan Kampanye #PantangPlastik di Sosial Media.....	52

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	10
--------------------------------------	----

