



**PENGARUH KAMPANYE SAYA PILIH BUMI PROGRAM
JERSEY REBORN DI INSTAGRAM TERHADAP PARTISIPASI
MENDAUR ULANG LIMBAH FASHION KHALAYAK
(Survei Pada Followers @sayapilihbumi)**

LAPORAN TUGAS AKHIR SKRIPSI

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

AMELIA SRI MELATI

44222110076

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA
2024**

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Amelia Sri Melati

NIM : 44222110076

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Kampanye Saya Pilih Bumi Program Jersey
Reborn Di Instagram Terhadap Partisipasi Mendaur Ulang
Limbah Fashion Khalayak (Survei Pada Followers
@Sayapilihbumi)

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 23 Februari 2024



Amelia Sri Melati

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Amelia Sri Melati

NIM : 44222110076

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi ; Pengaruh Kampanye Saya Pilih Bumi Program Jersey
Reborn Di Instagram Terhadap Partisipasi Mendaur Ulang
Limbah Fashion Khalayak (Survei Pada Followers
@Sayapilihbumi)

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Strata 1 pada Program Studi Public Relations, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing : Dewi Sad Tanti, S.Sos., M.Ikom

NIDN : 0726067701

Ketua Penguji : Dr. Santa Margaretha Niken R., M.Si

NIDN : 0319027201

Penguji Ahli : Dr. Nurhayani Saragih, M.Si

NIDN : 0310016901

Jakarta, 23 Februari 2024

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si)

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS
AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Amelia Sri Melati

NIM : 44222110076

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Kampanye Saya Pilih Bumi Program Jersey
Reborn Di Instagram Terhadap Partisipasi Mendaur Ulang
Limbah Fashion Khalayak (Survei Pada Followers
@Sayapilihbumi)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 23 Februari 2024

Yang menyatakan,



Amelia Sri Melati

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan Laporan Skripsi berjudul, “PENGARUH KAMPANYE SAYA PILIH BUMI PROGRAM JERSEY REBORN DI INSTAGRAM TERHADAP PARTISIPASI MENDAUR ULANG LIMBAH FASHION KHALAYAK (Survei Pada Followers @sayapilihbumi)” dengan baik.

Penyelesaian Laporan Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan gelar Sarjana Strata 1 (S-1) Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Penyusunan Laporan Skripsi ini tidak akan terlaksana tanpa adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Dewi Sad Tanti, S.Sos., M.Ikom, selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir dan Dosen Pengampu mata kuliah Riset Komunikasi yang telah membimbing dan memberikan arahan kepada peneliti dalam penulisan serta penyusunan Laporan Skripsi ini.
2. Para responden penelitian yang telah bersedia untuk berpartisipasi dalam penelitian ini dengan meluangkan waktu mengisi kuesioner.
3. Alifiah Ghaniyyu Widyaningrum, S.IKom, M.IKom, selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing dan memberikan arahan kepada peneliti selama menjalani masa studi di Universitas Mercu Buana.

4. Dr. Farid Hamid, M. Si, selaku Ketua Program Studi Strata-1 Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan Dosen Pengampu mata kuliah Tugas Akhir yang membimbing dan memberikan arahan kepada peneliti dalam menyelesaikan Laporan Skripsi ini.
5. Dr. Santa Margaretha Niken Restaty, M.Si selaku Sekprodi Kampus Cabang yang telah bersedia menjadi Ketua Sidang dan meluangkan waktunya untuk menguji serta memberikan arahan dalam penyelesaian Laporan Skripsi ini.
6. Dr. Nurhayani Saragih, M.Si selaku Penguji Ahli yang telah meluangkan waktunya untuk menguji serta memberikan arahan dalam penyelesaian Laporan Skripsi ini.
7. Kurniawan Prasetyo, M.IKom selaku Sekprodi PR 1 yang telah mendukung dan membantu penyelesaian Laporan Skripsi ini.
8. Siti Muslichatul Mahmudah, M.Ikom selaku Sekprodi PR 2 dan Ketua Sidang Seminar Proposal yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan arahan dan masukan dalam penulisan serta menguji Laporan Skripsi ini.
9. Segenap Dosen Bidang Studi Public Relations pada Fakultas Ilmu Komunikasi di Universitas Mercu Buana yang telah memberikan banyak ilmu kepada peneliti selama perkuliahan berlangsung.
10. Segenap Staf Pegawai Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang turut serta mendukung dan membantu Laporan Skripsi ini.

11. Bapak R. Sondjaya Arifin dan Ibu Ida Farida selaku orang tua serta R. Aditya Indra Pati selaku Kakak, yang senantiasa memberikan dukungan dan doa untuk kelancaran peneliti dalam menyelesaikan Laporan Skripsi ini.
12. Diky Wahyudi Lubis, Sofia Muthiah, dan Putri Ariffa Ramadhini selaku pihak dari Saya Pilih Bumi yang telah membantu menyebarkan survei atau kuesioner penelitian kepada target responden.
13. Salsabila Gean Shanty, Najmin Khairani, Cicilia Rosalinda Ndoi, Farrahdina Khairunnisa Rahman, dan Dila Fitriani selaku teman-teman terdekat yang senantiasa memberikan motivasi dan semangat untuk menyelesaikan Penelitian Tugas Akhir Skripsi ini.
14. Segenap keluarga dan teman sejawat di dalam maupun di luar Universitas Mercu Buana yang telah memberikan dukungan kepada peneliti dalam menyusun Laporan Skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan Laporan Skripsi ini terdapat kekurangan dan masih jauh dari sempurna. Meskipun begitu, peneliti berharap agar penelitian ini dapat memberikan manfaat dan sumbangan pengetahuan di bidang ilmu komunikasi khususnya *public relations*, serta para pembaca.

Jakarta, 23 Februari 2024



Amelia Sri Melati

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS.....	iv
AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan Penelitian	15
1.4 Manfaat Penelitian	15
1.4.1 Manfaat Akademik	15
1.4.2 Manfaat Praktis	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1 Penelitian Terdahulu.....	16
2.2 Kajian Teori.....	23
2.2.1. Teori S-O-R (Stimulus-Organism-Response).....	23
2.2.2. Komunikasi Organisasi.....	26
2.2.3. Public Relations	27
2.2.4. Kampanye Public Relations.....	29
2.2.5. Media Komunikasi Public Relations	35
2.2.6. Komunikasi Lingkungan	38
2.2.7. Perubahan Perilaku	40
2.2.8. Partisipasi Khalayak	42
2.3 Hipotesis Teori.....	42

2.4 Kerangka Konsep Penelitian	43
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	44
3.1 Paradigma Penelitian	44
3.2 Metode Penelitian	45
3.3 Populasi dan Sampel	46
3.3.1. Populasi.....	46
3.3.2. Sampel	46
3.3.3. Teknik Penarikan Sampel	47
3.4 Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep	49
3.4.1 Definisi Konsep	49
3.4.2 Operasionalisasi Konsep.....	50
3.5 Teknik Pengumpulan Data	52
3.5.1 Data Primer	52
3.5.2 Data Sekunder.....	54
3.5.3 Uji Validitas dan Reliabilitas	54
3.6 Teknik Analisis Data	56
3.6.1 Analisis Koefisien Korelasi	58
3.6.2 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	59
3.6.3 Uji Koefisien Determinasi	60
3.6.4 Uji Hipotesis	60
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	62
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	62
4.1.1 Sejarah Singkat Saya Pilih Bumi	62
4.1.2 Visi dan Misi Saya Pilih Bumi	63
4.1.3 Aktivitas Saya Pilih Bumi	63
4.1.4 Struktur Organisasi	65
4.2 Hasil Penelitian	66
4.2.1. Gambaran Umum Responden Penelitian.....	66
4.2.2. Analisis Kuesioner.....	77
4.2.3. Hasil Nilai Rata-Rata Dimensi X dan Y	93
4.2.4. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	94
4.2.5. Uji Koefisien Korelasi	96
4.2.6. Uji Normalitas	97
4.2.7. Uji Linearitas	98

4.2.8. Uji Regresi Linier Sederhana.....	99
4.2.9. Uji Koefisien Determinasi	100
4.2.10. Uji Hipotesis (Uji t)	101
4.3 Pembahasan	102
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	117
5.1 Kesimpulan	117
5.2 Saran.....	119
5.2.1 Saran Akademis	119
5.2.2 Saran Praktis	119
DAFTAR PUSTAKA	121
LAMPIRAN.....	125



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 3.1 Operasionalisasi Konsep	51
Tabel 3.2 Interpretasi Tingkat Reliabilitas	56
Tabel 3. 3 Interpretasi Koefisien Korelasi.....	58
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	67
Tabel 4.2 Domisili Responden	67
Tabel 4.3 Rentang Usia Responden	68
Tabel 4.4 Pendidikan Terakhir yang Ditamatkan Responden	69
Tabel 4.5 Pekerjaan atau Status Responden	69
Tabel 4.6 Rata-Rata Pengeluaran Responden dalam Satu Bulan	70
Tabel 4.7 Hobi Responden	70
Tabel 4.8 Media Sosial Paling Sering Digunakan Responden.....	71
Tabel 4.9 Tujuan Penggunaan Media Sosial Responden	72
Tabel 4.10 Rentang Waktu Kepemilikan Akun Instagram Responden	73
Tabel 4.11 Rata-Rata Waktu Responden Akses Instagram	73
Tabel 4.12 Aktivitas Responden di Instagram.....	74
Tabel 4.13 Responden Lebih Menyukai Konten Lingkungan	75
Tabel 4.14 Responden Mengikuti Akun Lingkungan Lain	75
Tabel 4.15 Akun Lingkungan Lain yang Diikuti Responden.....	76
Tabel 4.16 Partisipasi Responden Dalam Kampanye Lingkungan di Instagram ..	76
Tabel 4.17 Responden Memberikan Like, Comment, dan Share pada Konten Lingkungan di Instagram	77
Tabel 4.18 Penggunaan Bahasa pada Konten Kampanye #JerseyReborn Tidak Membingungkan (Tidak Ambigu/Tidak Menimbulkan Makna Ganda)	78
Tabel 4.19 Pilihan Bahasa pada Konten Kampanye #JerseyReborn Bisa Mengajak Orang untuk Mendonasikan Jersey Layak Pakai	79
Tabel 4.20 Gambar atau Ilustrasi yang Digunakan pada Konten #JerseyReborn Sesuai dengan Pesan Kampanye	80
Tabel 4.21 Pilihan Huruf yang Digunakan pada Konten #Jerseyreborn Mudah Dibaca	81
Tabel 4.22 Kualitas Audio pada Konten Video #JerseyReborn Baik atau Jelas ...	81
Tabel 4.23 Isi Konten Video #JerseyReborn Sesuai dengan Pesan Kampanye	82
Tabel 4.24 Pesan Kampanye pada Konten #JerseyReborn Mampu Memunculkan Motivasi untuk Mendonasikan Jersey Layak Pakai	82
Tabel 4.25 Pesan Kampanye pada Konten #JerseyReborn Mampu Memunculkan Semangat untuk Meminimalisir Pembuangan Jersey Layak Pakai....	83
Tabel 4.26 Pesan Kampanye pada Konten #JerseyReborn Dikemas dengan Kreatif dan Inovatif	83
Tabel 4.27 Pesan Kampanye pada Konten #JerseyReborn Dikemas dengan Ringan dan Menarik	84

Tabel 4.28 Sebagian Konten Kampanye #JerseyReborn di Akun Instagram @Sayapilihbumi Berkolaborasi dengan Komunitas atau Organisasi Lingkungan yang Berpengaruh	85
Tabel 4.29 Pesan Kampanye #JerseyReborn Menekankan Isu Limbah Fashion Berbahaya.....	85
Tabel 4.30 Susunan Penyajian antara Gambar dan Tulisan pada Konten #JerseyReborn di Akun Instagram @sayapilihbumi Menarik	86
Tabel 4.31 Pesan dari Setiap Konten Kampanye #JerseyReborn Mengarahkan Orang untuk Mendonasikan Jersey Layak Pakai	86
Tabel 4.32 Akun Instagram @sayapilihbumi Memberikan Informasi yang Dapat Dipercaya	87
Tabel 4.33 Akun Instagram @sayapilihbumi Efektif untuk Menyebarkan Pesan Kampanye #JerseyReborn.....	88
Tabel 4.34 Saya Mengetahui Adanya Donasi Jersey Layak Pakai melalui Konten Kampanye #JerseyReborn di Akun Instagram @sayapilihbumi.....	89
Tabel 4.35 Konten Kampanye #JerseyReborn di Instagram @sayapilihbumi Meningkatkan Pengetahuan Saya mengenai Isu Limbah Fashion Berbahaya.....	89
Tabel 4.36 Saya Menyukai Pesan Kampanye #JerseyReborn di Akun Instagram @sayapilihbumi	90
Tabel 4.37 Kampanye #JerseyReborn di Akun Instagram @sayapilihbumi Meningkatkan Motivasi Saya untuk Membaca dan Mencari Tahu Informasi Seputar Isu Limbah Fashion Berbahaya.....	90
Tabel 4.38 Konten Kampanye #JerseyReborn di Akun Instagram @sayapilihbumi Menginspirasi Saya untuk Mendonasikan Jersey Layak Pakai.....	91
Tabel 4.39 Saya Senang Membagikan Konten Kampanye #JerseyReborn di Akun Instagram @sayapilihbumi agar Orang Lain Dapat Berpartisipasi Mendonasikan Jersey Layak Pakai	92
Tabel 4.40 Uji Validitas Variabel X.....	95
Tabel 4.41 Uji Validitas Variabel Y	95
Tabel 4.42 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X dan Variabel Y	96
Tabel 4.43 Hasil Uji Koefisien Korelasi	97
Tabel 4.44 Hasil Uji Normalitas.....	98
Tabel 4.45 Hasil Uji Linearitas	99
Tabel 4.46 Hasil Uji Linier Regresi Sederhana.....	99
Tabel 4.47 Hasil Uji Koefisien Determinasi	100
Tabel 4.48 Hasil Uji Hipotesis	102

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 17 Tujuan Pembangunan Berkelanjutan.....	4
Gambar 1.2 Jumlah Pengguna Media Sosial di Indonesia.....	5
Gambar 1.3 Akun Instagram Saya Pilih Bumi.....	6
Gambar 1.4 Peresmian Program Jersey Reborn.....	8
Gambar 1.5 Konten Informasi Jersey Reborn.....	9
Gambar 1.6 Konten Contoh Hasil Produk Daur Ulang Jersey Reborn.....	10
Gambar 1.7 Konten Total Donasi Jersey Reborn.....	11
Gambar 2.1 Model Kampanye Ostergaard.....	31
Gambar 2.2 Kerangka Konsep Penelitian.....	43
Gambar 4.1 Logo Saya Pilih Bumi.....	63
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Saya Pilih Bumi.....	65
Gambar 4.3 Contoh Konten Bahasa Kampanye Tidak Membingungkan.....	79
Gambar 4.4 Contoh Konten Menginspirasi Untuk Berpartisipasi.....	92
Gambar 4.5 Diagram Perbandingan Skor Variabel X.....	93
Gambar 4.6 Diagram Perbandingan Skor Variabel Y.....	94
Gambar 4. 7 Model Temuan.....	116



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	125
Lampiran 2. Tabulasi Profil Responden.....	134
Lampiran 3. Tabulasi Data Variabel X dan Variabel Y	151
Lampiran 4. Hasil Olah Data	157
Lampiran 5. Tabel Nilai t	165
Lampiran 6. Penyebaran Kuesioner	168
Lampiran 7. Curriculum Vitae	169



UNIVERSITAS
MERCU BUANA