



THE BODY SHOP

Judul Skripsi :

Pengaruh *Green Campaign #Bringbackourbottle* The Body Shop Terhadap Sikap Ramah Lingkungan (Survei Pada *Followers* Instagram The Body Shop Indonesia @thebodyshopindo)

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana (S-1) Ilmu Komunikasi

Nama : Iman Sunarya

NIM : 1810411099



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN
JAKARTA

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar :

Nama : Iman Sunarya

NRP : 1810411099

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Yang menyatakan,

A rectangular postage stamp with a yellow border. The stamp features the Garuda Pancasila emblem in the center. Text on the stamp includes 'SEPULUH RIBU RUPIAH' on the left, '10000' in large numbers, 'TEL. METERAL' and 'TEMPER' in the center, and 'GORIA IX01411099' at the bottom. A black ink signature is written over the stamp.

Iman Sunarya

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Iman Sunarya
NIM : 1801411099
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul : Pengaruh *Green Campaign #Bringbackourbottle* The Body Shop Terhadap Sikap Ramah Lingkungan (Survei Pada *Followers* Instagram The Body Shop Indonesia @thebodyshopindo)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan); dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalih media atau memformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis atau pencipta, serta sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 18 July 2022



Iman Sunarya

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Iman Sunarya

Nim : 1810411099

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Pengaruh *Green Campaign #Bringbackourbottle* The Body Shop Terhadap Sikap Ramah Lingkungan (Survei Pada *Followers* Instagram The Body Shop Indonesia @thebodyshopindo)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan tim penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta.

Pembimbing I



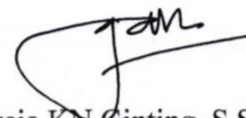
Dr. Fitria Ayuningtyas, S.Sos., M.Si

Penguji I



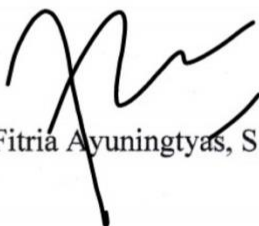
Dr. Radita Gora Tayibnafis, S.Sos., MM

Penguji II



Garcia KN Ginting, S.Sos., M.Si

Ketua Program Studi



Dr. Fitria Ayuningtyas, S.Sos., M.Si

Disahkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 7 juli 2022

**PENGARUH GREEN CAMPAIGN #BRINGBACKOURBOTTLE THE
BODY SHOP TERHADAP SIKAP RAMAH LINGKUNGAN (SURVEI
PADA FOLLOWERS INSTAGRAM THE BODY SHOP INDONESIA
@THEBODYSHOPINDO)**

Iman Sunarya

ABSTRAK

Berkembangnya industri kecantikan tidak disadari bahwa penyebaran sampah plastik berupa kemasan juga semakin meningkat. Masyarakat dirasa perlu untuk merubah perilaku ke arah yang lebih melestarikan lingkungan. Kajian ini mengungkapkan pengaruh yang dihasilkan oleh kampanye hijau (*green campaign*) yang dilakukan oleh The Body Shop terhadap sikap ramah lingkungan yang dilakukan oleh masyarakat selaku konsumen. Dalam *green campaign* yang dilakukan oleh The Body Shop tidak hanya sekedar untuk mempromosikan produk ke masyarakat melainkan the body shop juga mengajak masyarakat untuk ikut berpartisipasi dalam pelestarian lingkungan dimulai dari hal kecil yaitu memilih produk yang ramah lingkungan. Proses penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan dengan survei melalui kuesioner kepada 100 *followers @thebodyshopindo*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang besar dari *green campaign* yang dilakukan oleh The Body Shop terhadap sikap ramah lingkungan yang dilakukan oleh masyarakat dengan presentase pengaruh sebesar 84,6%. Masyarakat terpengaruhi untuk mulai berisikap ramah terhadap lingkungan disekitar dari hal yang terkecil.

Kata kunci: sikap ramah lingkungan, kampanye hijau.

THE EFFECT OF GREEN CAMPAIGN #BRINGBACKOURBOTTLE THE BODY SHOP ON ENVIRONMENTAL FRIENDLY ATTITUDE (SURVEY ON THE BODY SHOP INDONESIA INSTAGRAM FOLLOWERS @THEBODYSHOPINDO)

Iman Sunarya

ABSTRACT

The development of the beauty industry is not realized that the spread of plastic waste in the form of packaging is also increasing. The community feels the need to change behavior in a direction that is more environmentally friendly. This study reveals the effect of the green campaign carried out by The Body Shop on environmentally friendly attitudes carried out by the community as consumers. The green campaign carried out by The Body Shop is not only to promote products to the public, but the body shop also invites the public to participate in environmental conservation starting from small things, namely choosing environmentally friendly products. This research process uses quantitative methods with surveys through questionnaires to 100 followers of @thebodyshopindo. The results of this study indicate that there is a large influence from the green campaign carried out by The Body Shop on environmentally friendly attitudes carried out by the community with an influence percentage of 84.6%. People are influenced to start being friendly to the environment around them from the smallest things.

Keyword: green campaign, awarness.

Kata Pengantar

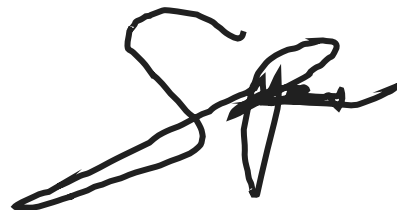
Puji dan sukur penulis panjatkan kepada kehadiran tuhan yang maha esa atas segala rahamat serta karunia-NYA, peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini dengan sebaik – baiknya. Penelitian ini diajukan dalam memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana ilmu komunikasi di fakultas ilmu sosial dan ilmu politik universitas pembangunan nasional ‘veteran’ jakarta. Proses penelitian ini dilakukan dengan sungguh – sungguh serta mendapatkan bimbingan dari dosen – dosen yang berpengalaman dalam proses penelitian.

Tanpa adanya bimbingan serta dukungan dan doa dari berbagai pihak, maka dari itu peneliti ingin mengucapkan terimakasih kepada pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini, penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Dr. fitria Ayuningtyas S.Sos, M.Si selaku dosen pembimbing 1 dan Garcia KN Ginting S.Sos, M.Si selaku dosen pembimbing 2. Saya ucapkan banyak terimakasih untuk segala bantuan serta bimbingan yang telah diberikan kepada peneliti sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.
2. Kedua orang tua yang senantiasa memberika doa yang terbaik dalam proses penelitian ini peneliti ucapkan terimakasih yang sebanyak – banyaknya.
3. Teman – teman yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu tanpa mengurangi rasa hormat dan terimakasih kepada semuanya, peneliti banyak memberikan terimakasih karena telah memberikan semangat

Akhir kata peneliti mengharapkan penelitian ini dapat menjadi manfaat untuk berbagai pihak yang membaca.

Jakarta, 7 juli 2022



Iman sunarya

DAFTAR ISI

| | |
|---|-----------|
| Abstrak | |
| Halaman Judul..... | i |
| Pernyataan Orisinalitas | ii |
| Pernyataan Persetujuan Publikasi Skripsi Untuk Kepentingan Akademis | iii |
| Lembar Pengesahan | iv |
| Kata Pengantar | vii |
| Daftar Isi | viii |
| BAB 1 PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Perumusan Masalah | 5 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 5 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 5 |
| 1.5 Sistematika Penulisan | 6 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 8 |
| 2.1 Penelitian Terdahulu | 8 |
| 2.2 Konsep Penelitian | 14 |
| 2.2.1 Green Campaign..... | 14 |
| 2.2.1.1 Pengertian..... | 14 |
| 2.2.1.2 Faktor Penting Dalam Green Campaign | 16 |
| 2.2.1.3 Hambatan Green Campaign | 18 |
| 2.2.2 Sikap Ramah Lingkungan | 20 |
| 2.2.2.1 Pengertian..... | 20 |
| 2.2.2.2 Faktor Yang Mempengaruhi | 21 |
| 2.2.2.3 Tahapan | 22 |
| 2.3 Teori Penelitian..... | 24 |
| 2.3.1 Teori Atribusi | 24 |
| 2.3.1.1 Pengertian..... | 24 |
| 2.3.1.2 Tahapan | 25 |
| 2.4 Kerangka Berpikir | 26 |
| 2.5 Rumusan Masalah..... | 27 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN | 29 |

| | |
|---|-----------|
| 3.1 Objek Penelitian..... | 29 |
| 3.2 Jenis Penelitian | 29 |
| 3.3 Populasi dan Sampel..... | 29 |
| 3.4 Metode Analisa Data | 30 |
| 3.5 Operasional Variabel | 32 |
| 3.6 Metode Analisa Data | 33 |
| 3.7 Waktu dan Lokasi Penelitian | 37 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 40 |
| 4.1 Deskripsi Objek Penelitian | 40 |
| 4.2 Hasil Penelitian | 45 |
| 4.2.1 Karakteristik Responden | 45 |
| 4.2.2 Data Variabel X..... | 47 |
| 4.2.3 Data Variabel Y | 56 |
| 4.2.4 Uji Korelasi | 62 |
| 4.2.5 Uji Regresi..... | 63 |
| 4.2.6 Koefisien Determinasi | 64 |
| 4.2.7 Uji Hipotesis..... | 65 |
| 4.3 Pembahasan | 66 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN..... | 70 |
| 5.1 Kesimpulan | 70 |
| 5.2 Saran | 71 |
| 5.2.1 Saran Akademis..... | 71 |
| 5.2.2 Saran Praktis | 71 |
| DAFTAR PUSTAKA | 72 |
| Lampiran | 73 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 1 Daftar Penelitian Terdahulu | 8 |
| Tabel 2 Kerangka Berpikir | 26 |
| Tabel 3 Skala Likert | 32 |
| Tabel 4 Operasional Variabel | 32 |
| Tabel 5 Hasil Uji Validitas Variabel X | 34 |
| Tabel 6 Hasil Uji Validitas Variabel Y | 34 |
| Tabel 7 Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Cronbach's Alfa..... | 35 |
| Tabel 8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X | 36 |
| Tabel 9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y | 36 |
| Tabel 10 Koefisien Determinasi..... | 38 |
| Tabel 11 Jadwal Rencana Kegiatan Penelitian | 39 |
| Tabel 12 Hasil Perhitungan Uji Korelasi | 62 |
| Tabel 13 Hasil Perhitungan Uji Regresi | 63 |
| Tabel 14 Hasil Perhitungan Determinasi Koefisien..... | 64 |
| Tabel 15 Hasil Perhitungan Uji Hipotesis..... | 65 |

Daftar Grafik

| | |
|---|----|
| Grafik 1 Jenis Kelamin Responden | 45 |
| Grafik 2 Usia Responden | 46 |
| Grafik 3 Status Pekerjaan Responden | 46 |
| Grafik 4 Pernyataan 1 | 47 |
| Grafik 5 Pernyataan 2 | 48 |
| Grafik 6 Pernyataan 3 | 48 |
| Grafik 7 Pernyataan 4 | 49 |
| Grafik 8 Pernyataan 5 | 50 |
| Grafik 9 Pernyataan 6 | 50 |
| Grafik 10 Pernyataan 7 | 51 |
| Grafik 11 Pernyataan 8 | 51 |
| Grafik 12 Pernyataan 9 | 52 |
| Grafik 13 Pernyataan 10 | 53 |
| Grafik 14 Pernyataan 11 | 53 |
| Grafik 15 Pernyataan 12 | 54 |
| Grafik 16 Pernyataan 13 | 54 |
| Grafik 17 Pernyataan 14 | 55 |
| Grafik 18 Pernyataan 15 | 56 |
| Grafik 19 Pernyataan 16 | 57 |
| Grafik 20 Pernyataan 17 | 57 |
| Grafik 21 Pernyataan 18 | 58 |
| Grafik 22 Pernyataan 19 | 58 |
| Grafik 23 Pernyataan 20 | 59 |
| Grafik 24 Pernyataan 21 | 59 |
| Grafik 25 Pernyataan 22 | 60 |
| Grafik 26 Pernyataan 23 | 60 |
| Grafik 27 Pernyataan 24 | 61 |
| Grafik 38 Pernyataan 25 | 61 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|---|
| Gambar 1 <i>Followers</i> The Body Shop | 2 |
|---|---|