



**Skripsi :**

**PENGARUH KAMPANYE *#NOSTRAWMOVEMENT* KFC TERHADAP KESADARAN MASYARAKAT UNTUK TIDAK MENGGUNAKAN SEDOTAN PLASTIK (Survei pada Pengunjung Restoran KFC di Cinere Mall bulan Mei 2019)**

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

**Nama : Abel Tania Ramadhanti**

**NIM : 1510411100**



**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 : Abel Tania Ramadhanti

NIM : 1510411100

Program Studi : Ilmu Komunikasi

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

Jakarta, ~~25~~ Juli 2019



Abel Tania Ramadhanti

## PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Abel Tania Ramadhanti  
NRP : 1510411100  
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 KAMPANYE #NOSTRAWMOVEMENT KFC TERHADAP KESADARAN MASYARAKAT UNTUK TIDAK MENGGUNAKAN SEDOTAN PLASTIK (Survei pada Pengunjung KFC di Cinere Mall Depok pada Bulan Mei 2019)”.**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). dengan Hak Bebas Royalti ini, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan. Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya :

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal 25 Juli 2019

Yang menyatakan,



Abel Tania Ramadhanti

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi diajukan oleh :

Nama : Abel Tania Ramadhanti

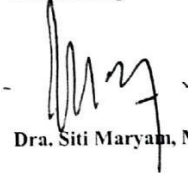
N I M : 1510411100

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : **Pengaruh Kampanye #NoStrawMovement KFC Terhadap Kesadaran Masyarakat Untuk Tidak Menggunakan Sedotan Plastik (Survei pada Pengunjung KFC di Cinere Mall Depok pada Bulan Mei 2019).**

Telah berhasil dipertahankan dihadapan 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 "Vetean" Jakarta.

**Pembimbing Utama**




Dra. Siti Maryam, M.Si

**Pembimbing Pendamping**



Rut Rismanta Silalahi, M.Si

**KETUA PROGRAM STUDI**



Azwar, S.S, M.Si

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 11 Juli 2019

**PENGARUH KAMPANYE #NOSTRAWMOVEMENT KFC TERHADAP  
KESADARAN MASYARAKAT UNTUK TIDAK MENGGUNAKAN  
SEDOTAN PLASTIK**

**(Survei pada pengunjung KFC di Cinere Mall Depok pada Bulan Mei 2019)**

**Abel Tania Ramadhanti**

**ABSTRAK**

Pencemaran lingkungan akibat sampah plastik ini menjadi masalah besar bagi dunia, termasuk Indonesia. Indonesia merupakan salah satu negara pengguna sedotan plastik tertinggi di dunia. Sedotan merupakan sampah plastik terbesar kelima di dunia, dan 6 juta batang berada di pantai dan laut. Menurut Komunitas Divers Clean Action (2017), tercatat 93 juta batang sedotan plastik digunakan setiap harinya yang bersumber dari restoran, minuman kemasan, dan sumber lainnya. Melihat masalah tersebut, KFC bersama komunitas Divers Clean Action mengadakan kampanye *#NoStrawMovement* yang bertujuan untuk mengurangi penggunaan sedotan plastik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya Pengaruh Kampanye *#NoStrawMovement* KFC Terhadap Kesadaran Masyarakat Untuk Tidak Menggunakan Sedotan Plastik dengan menggunakan model kampanye Ostergaard. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah pengunjung KFC di Cinere Mall Depok berjumlah 17.000 orang. Untuk mengetahui adanya hubungan dan pengaruh, peneliti menggunakan uji korelasi, uji koefisien determinasi dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hasil hipotesis penelitian membuktikan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, terdapat pengaruh yang masih rendah antara kampanye *#NoStrawMovement* KFC Terhadap Kesadaran Masyarakat Untuk Tidak Menggunakan Sedotan Plastik. Hal ini karena apabila tingkat kesadaran masyarakat sudah tinggi, maka masyarakat tidak akan lagi menggunakan sedotan plastik.

Kata kunci : Kampanye, Kesadaran masyarakat, Model Kampanye Ostergaard

***THE INFLUENCE OF #NOSTRAWMOVEMENT KFC CAMPAIGN  
AGAINST PUBLIC AWARENESS NOT TO USE PLASTIC STRAW***

***(Survey on the visitors of KFC at Cinere Mall Depok in May 2019)***

***Abel Tania Ramadhanti***

**Abstract**

*Environmental pollution due to plastic waste is a big problem for the world, including Indonesia. Indonesia is one of the highest users of plastic straws in the world. Straws are the fifth largest plastic waste in the world, and 6 million rods are on the beach and sea. According to the Divers Clean Action Community (2017), recorded 93 million plastic straw rods are used every day sourced from restaurants, bottled drinks, and other sources. Looking at the problem, KFC with the Divers Clean Action Community held a #NoStrawMovement aimed at reducing the use of plastic straw. This research aims to determine whether or not the Influence of #NoStrawMovement KFC Campaign Against Public Awareness Not to Use Plastic Straw by using Ostergaard campaign model. The approach used in this research is quantitative. The population in this research is the visitors of KFC in Cinere Mall Depok amounted to 17,000 people. To identify relationships and influences, researchers use correlation tests, coefficient of determination and hypothesis testing. The results showed that the research hypothesis proved that  $H_0$  was rejected and  $H_a$  accepted, there was a low influence between the campaign #NoStrawMovement KFC Against Public Awareness Not to Use Plastic Straw. This is because if the level of public awareness level is high, then the community will no longer use plastic straw.*

***Keywords: Campaign, Public Awareness, Ostergaard Campaign Model***

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Adapun tujuan dari pembuatan skripsi ini adalah sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan studi Strata 1 Jurusan Ilmu Komunikasi Konsentrasi *Public Relations* FISIP UPN “Veteran” Jakarta yang berjudul **“PENGARUH KAMPANYE #NOSTRAWMOVEMENT KFC TERHADAP KESADARAN MASYARAKAT UNTUK TIDAK MENGGUNAKAN SEDOTAN PLASTIK” (Survei pada pengunjung KFC di Cinere Mall Depok pada Bulan Mei 2019).**

Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari bahwa selesainya skripsi ini tidak terlepas dari doa, dukungan, semangat serta bimbingan dari berbagai pihak, baik bersifat moril maupun materiil. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih antara lain kepada :

1. Dra. Siti Maryam, M.Si selaku Dosen Pembimbing 1 skripsi yang telah memberikan masukan dan arahan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi.
2. Rut Rismanta Silalahi, M.Si , selaku Dosen Pembimbing 2 skripsi yang telah memberikan arahan dalam teknik penulisan.
3. Dr. Wahidah R. Bulan , selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah mendukung dan mengarahkan peneliti sampai mengakhiri masa perkuliahan.
4. Azwar, S.S., M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
5. Seluruh Jajaran Dekanat, Bapak dan Ibu Dosen, serta *staff* FISIP Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta yang telah mendukung serta memfasilitasi mahasiswa melalui kebijakan-kebijakannya.

6. Dr. R. Dudy Heryadi, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
7. KFC Cinere Mall Depok yang telah memberikan kesempatan untuk menjadi tempat penelitian. Terima kasih peneliti ucapkan atas kesempatan dan kesediaannya dalam membantu melengkapi data penelitian ini.
8. Mama tercinta (Ibu Sri Handayani), Papa tersayang (Bpk. Heru Yatmoko), Kakak (Raga Utama Putra), Adik (Tresya Risky Ananda dan Anugrah Septiano Raffa), serta keluarga besar yang sangat berjasa membantu dalam hal materiil serta dengan sabarnya mendengar keluh kesah peneliti selama pengerjaan skripsi dan terus memberikan semangat serta doa yang tak ternilai dan tergantikan.
9. Sahabat-sahabat peneliti, Eby, Lala, Isna, Nida, Rando, Shilvy, Mila, Yuli, dan Almi yang telah memberikan doa, dukungan serta semangat selama proses pembuatan skripsi.
10. Teman seperjuangan, Fidel dan Rae yang selalu memberi semangat dan menjadi tempat berkeluh kesah selama pengerjaan skripsi.
11. Rekan terdekat peneliti Tito Nugroho, S.Sos dan keluarga yang selalu memberi dukungan dan semangat serta doa selama proses pengerjaan skripsi.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak luput dari berbagai kekurangan dan kesalahan. Peneliti mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan dan perbaikannya sehingga skripsi ini dapat memberikan manfaat serta bias dikembangkan lagi lebih lanjut.

Jakarta, 22 Juli 2019

Abel Tania Ramadhanti



## DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS.....	i
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....	ii
ABSTRAK .....	iv
Abstract.....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
I.1 Latar Belakang .....	1
I.2 Rumusan Masalah .....	6
I.3 Tujuan Penelitian .....	6
I.4 Manfaat Penelitian .....	6
I.5 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA.....	9
II.1 Penelitian Terdahulu .....	9
II.2 Konsep-Konsep Penelitian .....	12
II.2.1 Kampanye.....	12
II.2.2 Pengaruh Pesan Terhadap Keberhasilan Kampanye.....	14
II.2.3 Kesadaran .....	18
II.2.4 Masyarakat .....	19
II.2.5 Tingkat Kesadaran Masyarakat .....	20
II.3 Model Penelitian .....	22
II.3.1 Model Kampanye.....	22
II.4 Kerangka Berpikir.....	25

II.5 Operasional Variabel.....	26
<b>II.6 Hipotesis</b> .....	28
BAB III .....	29
METODE PENELITIAN.....	29
III.1    Metodologi Penelitian.....	29
III.1.1    Pendekatan Penelitian.....	29
<b>III.1.2</b> Jenis Penelitian .....	29
<b>III.1.3</b> Metode Penelitian .....	30
<b>III.2</b> Populasi dan Sampel.....	30
<b>III.2.1</b> Populasi.....	30
<b>III.2.2</b> Sampel.....	31
<b>III.2.3</b> Teknik Penarikan Sampel.....	32
<b>III.3</b> Metode Pengumpulan Data .....	33
<b>III.3.1</b> Data Primer.....	33
<b>III.3.2</b> Data Sekunder .....	34
<b>III.4</b> Metode Analisis Data.....	34
<b>III.4.1</b> Uji Validitas .....	35
<b>III.4.2</b> Uji Reliabilitas.....	36
<b>III.4.3</b> Uji Korelasi .....	38
<b>III.4.4</b> Uji Pengaruh.....	39
<b>III.4.5</b> Uji Hipotesis.....	40
<b>III.5</b> Waktu dan Tempat Penelitian .....	41
BAB IV .....	42
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	42
<b>IV.1</b> Deskripsi Objek Penelitian .....	42
<b>IV.1.1</b> Profil PT Fast Food Indonesia Tbk (KFC).....	42
<b>IV.1.2</b> Visi dan Misi PT Fast Food Indonesia Tbk (KFC).....	43
<b>IV.1.3</b> Logo PT Fast Food Indonesia Tbk (KFC).....	44
<b>IV.2</b> Deskripsi Data.....	45
<b>IV.2.1</b> Karakteristik Responden.....	46
<b>IV.2.2</b> Hasil Jawaban Penelitian .....	47
<b>IV.2.3</b> Variabel X Kampanye <i>#NoStrawMovement</i> .....	47

<b>IV.2.4</b>	<b>Variabel Y Kesadaran Masyarakat.....</b>	<b>51</b>
<b>IV.2.5</b>	<b>Uji Korelasi.....</b>	<b>55</b>
<b>IV.2.6</b>	<b>Uji Koefisien Determinasi.....</b>	<b>56</b>
<b>IV.2.7</b>	<b>Uji Hipotesis.....</b>	<b>57</b>
<b>IV.3</b>	<b>Pembahasan Penelitian .....</b>	<b>59</b>
<b>BAB V.....</b>		<b>62</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>62</b>
<b>V.1</b>	<b>Kesimpulan .....</b>	<b>62</b>
<b>V.2</b>	<b>Saran .....</b>	<b>63</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>64</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>69</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kampanye Tolak Sedotan Plastik .....	3
Gambar 2 Poster Kampanye #NoStrawMovement KFC .....	4
Gambar 3 Model Kampanye Ostergaard .....	22
Gambar 4 Kerangka Berpikir .....	25

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian terdahulu .....	9
Tabel 2 Operasional Variabel .....	26
Tabel 3 Skala Likert .....	34
Tabel 4 Hasil Perhitungan Uji Validitas Variabel X.....	35
Tabel 5 Hasil Perhitungan Uji Validitas Variabel Y .....	35
Tabel 6 Tingkat Realibilitas Berdasarkan Nilai Alpha Cronbach's.....	37
Tabel 7 Hasil Uji Realibitas Variabel X Kampanye .....	37
Tabel 8 Hasil Uji Realibitas Variabel Y Kesadaran Masyarakat.....	38
Tabel 9 Nilai Koefisien Korelasi .....	39
Tabel 10 Rancangan Kegiatan.....	42
Tabel 11 Jenis Kelamin Responden.....	47
Tabel 12 Usia Responden.....	47
Tabel 13 Pekerjaan Responden.....	48
Tabel 14 Rataan Skor Kampanye <i>#NoStrawMovement</i> KFC.....	49
Tabel 15 Rataan Skor Kesadaran Masyarakat .....	50
Tabel 16 Nilai Koefisien Korelasi .....	63
Tabel 17 Hasil Analisis Uji Korelasi .....	63

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Form A5 .....	68
Lampiran 2	Form A2 .....	69
Lampiran 3	Surat Riset .....	69
Lampiran 4	Kuesioner Penelitian .....	70
Lampiran 5	Hasil Pernyataan Variabel X .....	75
Lampiran 6	Hasil Pernyataan Variabel Y .....	79
Lampiran 7	Biodata Diri .....	83
Lampiran 8	Hasil Turnitin.....	84