



Judul Skripsi:

**“Pengaruh Kampanye Greenpeace Indonesia Urban People Power (UPP)  
#PantangPlastik terhadap Sikap Ramah Lingkungan”**

**(Survei pada *Followers* Instagram @Greenpeaceid).**

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

Nama : Krisyanti

NIM : 1510411125



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”JAKARTA



Judul Skripsi:

**“Pengaruh Kampanye Greenpeace Indonesia Urban People Power (UPP)  
#PantangPlastik terhadap Sikap Ramah Lingkungan”**

**(Survei pada *Followers* Instagram @Greenpeaceid).**

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

Nama : Krisyanti

NIM : 1510411125



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 dirujuk telah dinyatakan dengan benar.

Nama : Krisyanti  
NIM : 1510411125  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Apabila di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan di proses dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 16 Januari 2019

Yang menyatakan,



Krisyanti

## PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi diajukan oleh :

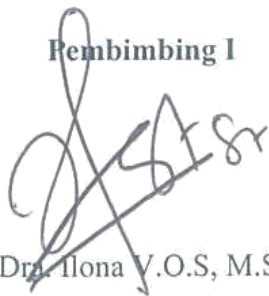
Nama : Krisyanti

NIM : 1510411

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul : PENGARUH KAMPANYE GREENPEACE  
INDONESIA URBAN PEOPLE POWER (UPP)  
#PANTANGPLASTIK TERHADAP SIKAP RAMAH  
LINGKUNGAN. (Survei pada *follower* Instagram  
@Greenpeaceid)

**Pembimbing I**



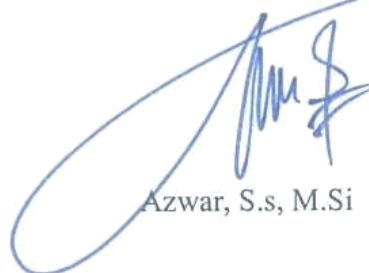
Dra. Ilona V.O.S, M.Si

**Pembimbing II**



Anjang Priliantini, S.I.Kom, M.A

**KETUA PROGRAM STUDI**



Azwar, S.s, M.Si

Ditetapkan : Jakarta

Tanggal Ujian : 16 Januari 2019

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI  
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

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

Nama : Krisyanti  
NIM : 1510411125  
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, peneliti 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 GREENPEACE INDONESIA URBAN PEOPLE POWER (UPP) #PANTANGPLASTIK TERHADAP SIKAP RAMAH LINGKUNGAN. (Suurvei pada *followers* Instagram @Greenpeaceid)**

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 : 16 Januari 2019

Yang menyatakan,

  
Krisyanti

**“Pengaruh Kampanye Greenpeace Indonesia Urban People Power (UPP)  
#PantangPlastik terhadap Sikap Ramah Lingkungan”  
(Survei pada *Followers* Instagram @Greenpeaceid)**

**KRISYANTI**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kampanye Greenpeace Indonesia Urban People Power (UPP) #PantangPlastik di media sosial Instagram terhadap sikap ramah lingkungan mengenai isu sampah plastik yang perlu mendapat perhatian masyarakat. (Survei pada *followers* Instagram @Greenpeaceid). Konsep dan model yang relevan dalam penelitian ini antara lain model kampanye Ostergaard, *public relations*, *Non-Government Organization* (NGO), media sosial dan sikap ramah lingkungan. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei. Populasi penelitian ini adalah pengikut Instagram @Greenpeaceid dengan jumlah 100 sampel. Teknik analisis pengaruh variabel Kampanye Greenpeace terhadap variabel Sikap Ramah Lingkungan menggunakan uji koefisien determinasi. Teknik pengujian data diproses menggunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 23. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat korelasi antara variabel Kampanye Greenpeace dengan variabel Sikap Ramah Lingkungan. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi diperoleh hasil adanya pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Dapat disimpulkan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti semakin besar pengaruh kampanye Greenpeace Indonesia #PantangPlastik di media sosial Instagram maka semakin besar perubahan pada sikap ramah lingkungan masyarakat.

**Kata Kunci :** Kampanye Greenpeace Indonesia, *Non-Government Organization*, Sikap Ramah Lingkungan

***"The Effect of Greenpeace Indonesia Urban People Power Campaign #PantangPlastik on Environmentally Friendly Attitudes" (Survey of @Greenpeaceid Instagram Followers)***

**KRISYANTI**

**ABSTRACT**

*The purpose of this research is to determine the effect of the Greenpeace Indonesia Urban People Power (UPP) campaign #PantangPlastik on Instagram on environmental friendliness. (Survey on @Greenpeaceid Instagram followers). The concepts and models that relevant in this research are Ostergaard's campaign model, public relations, Non-Government Organization (NGO), social media and environmentally friendly attitudes. This research was conducted using a quantitative research approach. The research method used is the survey method. The population of study for the research are the followers of Greenpeace Indoneia (@Greenpeaceid) on Instagram. To make the sampling selection scientific, the researcher employed non probability sampling that does not provide the same opportunity for element or member of the population to be selected as a sample. The result of this research are  $H_0$  denied and  $H_a$  accepted, it means the greater the effect of the Greenpeace Indonesia Urban Power People (UPP) campaign #PantangPlastik, towards environmental friendliness*

**Key Word:** *The Greenpeace Indonesia Campaign, Non-Government Organization, Environmentally Friendly Attitudes*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini disusun karena salah satu persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan strata I Jurusan Ilmu Komunikasi konsentrasi *public relations* FISIP Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta yang berjudul **“Pengaruh Kampanye Greenpeace Indonesia Urban People Power (UPP) #PantangPlastik terhadap Sikap Ramah Lingkungan” (Survei pada Followers Instagram @Greenpeaceid)**

Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari sepenuhnya bahwa selesainya skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, semangat, serta bimbingan dari berbagai pihak, baik bersifat moril maupun materil, oleh karena itu, peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih antara lain kepada:

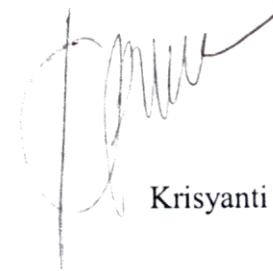
1. Kedua orang tua penulis yang doanya tidak pernah putus dan selalu memberikan dukungan serta semangat agar dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Dr. Ilona V. Oisina S.MSi & Anjang Priliantini, S.I.Kom, M.A selaku pembimbing skripsi yang telah membantu dan membimbing peneliti dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas bimbingan, saran, masukan, dan waktu yang senantiasa diberikan kepada peneliti sehingga proses penelitian skripsi ini dapat terselesaikan dengan benar dan terarah.
3. Ibu Kusumajanti selaku dosen yang baik hati untuk membimbing peneliti selama penyelesaian penelitian ini. Terima kasih atas waktu dan kesabaran membimbing peneliti sehingga peneliti mendapatkan banyak masukan untuk kebaikan penelitian.
4. Azwar, S.S, M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi yang menyemangati dan memberikan pengaruh positif terhadap mahasiswa/I Ilmu Komunikasi



6. Ramzy Faidhul Allaam selaku teman hidup, terima kasih karena selalu mendukung dan menemani peneliti dengan sabar yang mengetahui proses penelitian dari awal hingga akhir.
7. Muhammad Adjie, Syafiatul Munawaroh, Firda Amalia, Larasati Nugraha, Noviya Ferdina, Aulia Jasmine, Febyanti Syafitri, Claudya Stevany, Ania Krisna Dewi, dan Ivanriadi Trilaksono sebagai sahabat dan teman seperjuangan yang sangat memahami proses penelitian ini dari awal sampai akhir, terima kasih kalian.
8. Serta semua pihak yang telah terlibat dan tidak dapat disebutkan namanya satu persatu. Semoga kalian semua selalu dalam lindungan Allah SWT, Aamiin.

Penyusunan skripsi ini disusun dengan sebaik-baiknya. Akhir kata semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua. Aamiin.

Jakarta, 7 Januari 2019



Krisyanti

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>i</b>
<b>PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
I.1 Latar Belakang .....	1
I.2 Rumusan Masalah .....	10
I.3 Tujuan Penelitian.....	10
I.4 Manfaat Penelitian.....	10
I.5 Sistematika Penulisan .....	11
<b>BAB II KAJIAN KONSEP DAN TEORI .....</b>	<b>12</b>
II.1 Penelitian Terdahulu.....	12
II.2 Landasan Konsep .....	15
II.2.1 Hubungan Masyarakat (Humas) .....	15
II.2.2 <i>Non Government Organization (NGO) / Lembaga Swadaya</i> Masyarakat.....	18
II.2.3 Kampanye.....	20
II.2.4 Media Sosial .....	22
II.2.5 Sikap Ramah Lingkungan .....	24
II.3 Model Kampanye .....	27
II.4 Kerangka Berpikir .....	31
II.5 Operasionalisasi Variabel .....	34
II.6 Hipotesis .....	35
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>36</b>
III.1 Metodologi Penelitian.....	36
III.1.1 Pendekatan Penelitian .....	36
III.1.2 Jenis Penelitian .....	36
III.1.3 Metode Penelitian .....	37
III.2 Populasi dan Sampel.....	37

III.2.1	Populasi.....	37
III.2.2	Sampel .....	38
III.3	Metode Pengumpulan Data.....	39
III.3.1	Data Primer .....	39
III.3.2	Data Sekunder .....	40
III.4	Teknik Analisis Data .....	41
III.4.1	Pre-test .....	41
III.4.1.1	Uji Validitas.....	41
III.4.1.2	Uji Reliabilitas.....	42
III.4.1.3	Uji Korelasi .....	42
III.4.1.4	Koefisien Determinasi.....	43
III.4.1.5	Uji Hipotesis .....	43
III.5	Hasil Pre-Test.....	44
III.5.1	Hasil Uji Validitas .....	44
III.5.2	Hasil Uji Reliabilitas.....	46
III.6	Waktu dan Lokasi Penelitian .....	48
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>49</b>
IV.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	49
IV.1.1	Sejarah Greenpeace .....	49
IV.2	Hasil Penelitian .....	51
IV.2.1	Karakteristik Responden.....	51
IV.2.2	Analisis Pernyataan Variabel X: Kampanye #PantangPlastik .....	55
IV.2.3	Analisis Pernyataan Variabel Y: Sikap Ramah Lingkungan.....	71
IV.3	Teknik Analisis Data .....	80
IV.3.1	Uji Korelasi.....	80
IV.3.2	Koefisien Determinasi .....	81
IV.3.3	Uji t.....	82
IV.4	Pembahasan.....	83
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP.....</b>	<b>88</b>
V.1	Kesimpulan .....	88
V.2	Saran .....	89
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>90</b>
	<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Infografis Sampah Plastik .....	2
Gambar 2. Infografis Negara-negara Pengguna Instagram .....	5
Gambar 3. Penggunaan Instagram di Indonesia.....	6
Gambar 5. Model Ostergaard .....	29
Gambar 6. Instagram @Greenpeaceid.....	37
Gambar 7. Logo Greenpeace .....	49

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu .....	12
Tabel 2. Penelitian Terdahulu .....	13
Tabel 3. Pernyataan Terdahulu .....	14
Tabel 4. Variabel X.....	34
Tabel 5. Variabel Y.....	35
Tabel 6. Data Skala Likert .....	40
Tabel 7. Jumlah Responden Pre-test.....	44
Tabel 8. Uji Validitas Variabel X .....	44
Tabel 9. Uji Validitas Variabel Y .....	46
Tabel 10. Uji Reliabilitas Variabel X.....	47
Tabel 11. Uji Reliabilitas Variabel Y .....	47
Tabel 12. Waktu Penelitian.....	48
Tabel 13. Jenis Kelamin Responden .....	52
Tabel 14. Usia Responden .....	52
Tabel 15. Pekerjaan Responden.....	53
Tabel 16. Domisili Responden.....	54
Tabel 17. Mengikuti Instagram @Greenpeaceid .....	54
Tabel 18. Pernyataan 1.....	56
Tabel 19. Pernyataan 2.....	56
Tabel 20. Pernyataan 3.....	57
Tabel 21. Pernyataan 4.....	58
Tabel 22. Pernyataan 5.....	58
Tabel 23. Pernyataan 6.....	59
Tabel 24. Pernyataan 7 .....	60
Tabel 25. Pernyataan 8.....	60
Tabel 26. Pernyataan 9 .....	61
Tabel 27. Pernyataan 10 .....	62
Tabel 28. Pernyataan 11.....	62
Tabel 29. Pernyataan 12 .....	63
Tabel 30. Pernyataan 13.....	64
Tabel 31. Pernyataan 14.....	64
Tabel 32. Pernyataan 15.....	65
Tabel 33. Pernyataan 16.....	66
Tabel 34. Pernyataan 17 .....	66
Tabel 35. Pernyataan 18.....	67
Tabel 36. Pernyataan 19.....	68
Tabel 37. Pernyataan 20.....	68
Tabel 38. Pernyataan 21.....	69
Tabel 39. Pernyataan 22 .....	70
Tabel 40. Pernyataan 23.....	70
Tabel 41. Pernyataan 1.....	72
Tabel 42. Pernyataan 2.....	72

Tabel 43. Pernyataan 3.....	73
Tabel 44. Pernyataan 4.....	74
Tabel 45. Pernyataan 5.....	74
Tabel 46. Pernyataan 6.....	75
Tabel 47. Pernyataan 7.....	75
Tabel 48. Pernyataan 8.....	76
Tabel 49. Pernyataan 9.....	76
Tabel 50. Pernyataan 10.....	77
Tabel 51. Pernyataan 11.....	77
Tabel 52. Pernyataan 12.....	78
Tabel 53. Pernyataan 13.....	79
Tabel 54. Koefisien Korelasi.....	80
Tabel 55. Hasil Perhitungan Uji Korelasi.....	80