

# GREENPEACE

Judul Skripsi:

Strategi Pesan Instagram “*Greenpeace*” sebagai Media Kampanye Pengurangan Sampah Plastik

Nama : Diah Ayu Wulandari

NIM : 1410411167



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL

“VETERAN” JAKARTA

2020

## PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Diah Ayu Wulandari

NIM : 1410411167

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jika dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 01 Juli 2020

Yang Menyatakan,



Diah Ayu Wulandari

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS SKRIPSI UNTUK  
KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta,  
Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Diah Ayu Wulandari

NIM : 1410411167

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:

**Strategi Pesan Instagram "Greenpeace" sebagai Media Kampanye Pengurangan Sampah Plastik**

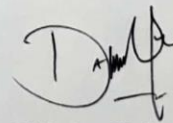
Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta berhak menyimpan, mengalih media atau formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Skripsi saya selama tetap mencantumkan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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 01 Juli 2020

Yang menyatakan,



Diah Ayu Wulandari

## PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi diajukan oleh :

Nama : Diah Ayu Wulandari

NRP : 1410411167

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Periklanan

Judul : Strategi Pesan Instagram "*Greenpeace*" sebagai Media

Kampanye Pengurangan Sampah Plastik

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Strata 1 (satu) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta.

Pembimbing Utama



(Dr. Retno Dyah Kusumastuti, M.Si)

Pembimbing Pendamping



(Dr. Priyono Sadjijo)

Plh. Ketua Program Studi,



(Intan Putri Cahyani, M.I.Kom)

# **Strategi Pesan Instagram “Greenpeace” sebagai Media Kampanye Pengurangan Sampah Plastik**

**Diah Ayu Wulandari**

## **Abstrak**

Penelitian ini berisikan mengenai bagaimana strategi pesan instagram Greenpeace dalam mengkampanyekan pengurangan sampah plastik. Penelitian ini dilakukan berdasarkan semakin meningkatnya masyarakat pengguna media sosial instagram dan meningkatnya penggunaan bahan plastik tiap tahunnya di Indonesia. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memanfaatkan sarana media sosial instagram dalam membantu pengurangan sampah plastik atau pengurangan penggunaan terhadap bahan plastik. Selain itu untuk mengetahui apa yang menjadi alasan Greenpeace (Non-Government Organization) yang bergerak dalam lingkungan ini, memanfaatkan media instagram sebagai media untuk melakukan kampanye atau aksi pengurangan sampah plastik. Penelitian ini dipaparkan dengan menggunakan metode kualitatif, data penelitian didapatkan dengan cara observasi dan wawancara yang dilakukan oleh peneliti secara langsung dengan narasumber, yaitu Digital Specialist, Juru Kampanye Urban dan *Volunteer* dari Greenpeace. Hasil dari penelitian ini adalah hasil dari wawancara terhadap narasumber dan seberapa efektif kah media sosial instagram dalam mengkampanyekan Pengurangan Sampah Plastik.

Kata kunci: Strategi Pesan, Model AISAS, Media Sosial Instagram, Kampanye Pengurangan Sampah Plastik

# **Strategy Message "Instagram Greenpeace" as a Media Campaign for Plastic Waste Reduction**

**Diah Ayu Wulandari**

## **Abstract**

This research contains about Greenpeace's Instagram message strategy in campaigning for plastic waste demand. This research was conducted based on the increasing number of Instagram social media users and the use of plastic materials every year in Indonesia. The purpose of this study is to use Instagram social media to help transport plastic or use plastic materials. In addition, to find out what is the reason for Greenpeace (Non-Governmental Organizations) working in this environment, use Instagram as a medium to campaign or encourage plastic waste relief. This study was presented using qualitative methods, research data obtained by observation and interviews conducted by researchers directly with speakers, namely Digital Specialists, Urban Campaigns and Volunteers from Greenpeace. The results of this study are the results of interviews with informants and are effective from social media whether in campaigning for Plastic Waste Reduction.

Keywords: Message Strategy, AISAS Model, Social Media Instagram, Plastic Waste Reduction Campaign

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia-Nya sehingga laporan skripsi ini berhasil diselesaikan. Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat dalam menyelesaikan Pendidikan Strata Satu Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta. Penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu peneliti dalam penyusunan skripsi, yaitu kepada:

1. Allah Subhanahu Wa Ta’ala, dan segenap keluarga saya.
2. Ibu Dr. Retno Dyah Kusumastuti, M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi Satu dan Bapak Dr. Priyono Sadjjo, M.Si selaku Dosen Pembimbing Dua. Terimakasih banyak atas segala bimbingan, saran dan masukan yang membangun sehingga proposal skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
3. Dr. R. Dudy Heryadi, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
4. Intan Putri Cahyani, M.I.Kom selaku Plh. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
5. Anggota Mapala Girigahana UPN Veteran Jakarta
6. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu namanya oleh penulis.

Demikian skripsi ini penulis buat, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan dapat memberikan kontribusi yang positif bagi pembaca. Atas perhatiannya penulis mengucapkan terima kasih.

Jakarta, 01 Juli 2020

Diah Ayu Wulandari

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b>	
<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</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>vii</b>

### **BAB 1**

#### **PENDAHULUAN**

I.1 Signifikasi Penelitian .....	1
I.2 Fokus Penelitian .....	3
I.3 Pertanyaan Penelitian .....	4
I.4 Tujuan Penelitian .....	4
I.5 Manfaat Penelitian .....	4
I.6 Sistematika Penelitian.....	5

### **BAB II**

#### **TINJAUAN PUSTAKA**

II.1 Penelitian Terdahulu .....	7
II.2 Konsep – Konsep Penelitian .....	10
II.2.1 Komunikasi .....	10
II.2.2 Periklanan.....	13
II.2.3 AISAS Model.....	19
II.2.4 Media Baru .....	20
II.2.5 Media Sosial .....	22
II.2.6 Instagram.....	25
II.2.7 Strategi Pesan .....	29



II.2.8 Kesadaran (Awareness).....	31
II.2.8.1 Kesadaran Lingkungan.....	33
II.2.8.2 Faktor-faktor yang memengaruhi kesadaran lingkungan.....	34
II.2.9 Bagan alur pikir.....	35

### **BAB III**

#### **METODOLOGI PENELITIAN**

III.1 Metode Pengumpulan Data.....	38
III.2 Penentuan Key Informan .....	39
III.3 Metode Penelitian .....	39
III.4 Teknik Analisis Data.....	40
III.5 Teknik Keabsahan Data .....	40
III.6 Waktu dan Lokasi Penelitian .....	40

### **BAB IV**

#### **PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN**

IV.1 Deskripsi Obyek Penelitian .....	41
IV.1.1 Tentang “Greenpeace Indonesia” .....	41
IV.1.2 Visi dan Misi.....	42
IV.1.3 Logo.....	42
IV.2 Deskripsi Subyek Penelitian .....	42
IV.3 Deskripsi Hasil Penelitian.....	43
IV.3.1 Konsep Meningkatkan Awareness “Greenpeace” .....	44
IV.3.2 Strategi Pesan Efektif “Greenpeace” .....	45
IV.3.3 Model AISAS “Greenpeace” .....	57
IV.4 Pembahasan Hasil Penelitian .....	61

### **BAB V**

#### **KESIMPULAN DAN SARAN**

V.1 Kesimpulan .....	68
V.2 Saran.....	68

**LAMPIRAN**  
**DAFTAR PUSTAKA**