



Sumber : google.com

Judul Skripsi :

**PENGARUH KAMPANYE #BYOT *BRING YOUR OWN TUMBLER*  
TERHADAP PERILAKU PEDULI LINGKUNGAN  
(Survei Pada *Followers* Instagram @starbucksindonesia)**

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

Nama : Ana Prima Larasati Nugraha

NIM : 1510411007



**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 : Ana Prima Larasati Nugraha

NIM : 1510411007

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bilamana pada kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan di proses dengan ketentuan yang terbatas.

Jakarta, 26 Januari 2019

Yang menyatakan,



Ana Prima Larasati Nugraha

## PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi diajukan oleh :

Nama : Ana Prima Larasati Nugraha

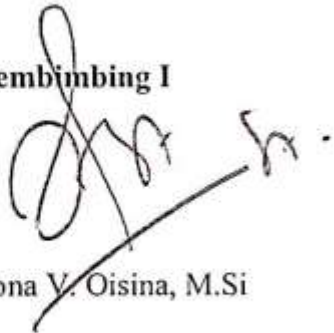
NIM : 1510411007

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul : PENGARUH KAMPANYE #BYOT *BRING YOUR OWN TUMBLER* TERHADAP PERILAKU PEDULI LINGKUNGAN (Survei Pada *Followers* Instagram @starbucksindonesia)

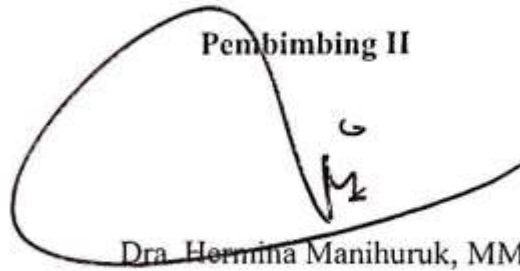
Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana, pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta.

Pembimbing I



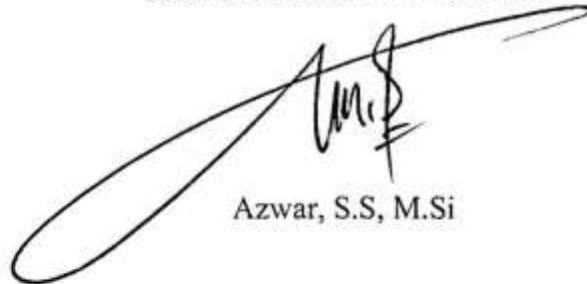
Dr. Ilona V. Oisina, M.Si

Pembimbing II



Dra. Hermina Manihuruk, MM.

KETUA PROGRAM STUDI



Azwar, S.S, M.Si

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 18 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 : Ana Prima Larasati Nugraha  
NIM : 1510411007  
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 #BYOT *BRING YOUR OWN TUMBLER* TERHADAP PERILAKU PEDULI LINGKUNGAN (Survei Pada *Followers Instagram @starbucksindonesia*).**

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.

Jakarta, 25 Januari 2019

Yang menyatakan,



**Ana Prima Larasati Nugraha**

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa yang telah melimpahkan kasih dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.

Skripsi yang berjudul Pengaruh kampanye #BYOT *Bring Your Own Tumbler* ini didedikasikan oleh peneliti demi memenuhi syarat untuk mendapatkan gelar sarjana Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan “Veteran” Jakarta. Peneliti juga berharap dengan memahami model serta konsep yang digunakan dalam penelitian ini, memiliki manfaat untuk dapat memperkaya dan memperluas pengetahuan mengenai pertukaran informasi di Instagram yang dapat digunakan oleh tenaga humas perusahaan atau organisasi untuk dapat mempengaruhi perilaku publik sasarannya.

Skripsi yang dibuat oleh peneliti ini masih jauh dari kata sempurna, sehingga peneliti menyadari bahwa dibutuhkan masukan, kritik, dan saran dari semua pihak kepada peneliti karena dari suatu kesalahan akan ada pelajaran yang dapat diambil sebagai pembelajaran yang lebih baik untuk kedepannya.

Akhir kata, peneliti berharap semoga Tuhan Yang Maha Kuasa akan membalas segala perhatian, kebaikan, dan bimbingan, serta seluruh bantuan dari pihak-pihak yang memiliki peran besar dalam pembuatan skripsi ini. Dan semoga skripsi ini dapat berkontribusi di dalam bidang *Public Relations*.

Jakarta, Januari 2019



**Ana Prima Larasati Nugraha**

## UCAPAN TERIMA KASIH

Tidak lupa dalam kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada beberapa pihak yang telah membantu baik dukungan serta doa yang telah diberikan selama proses penulisan skripsi ini. Dalam penyusunan skripsi ini peneliti menyadari tanpa dukungan dari beberapa pihak, peneliti tidak dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya. Maka peneliti ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

- 1) Dr. Iona V. O. S. M.si & Dra. Hermina S, MM selaku pembimbing skripsi yang telah membantu dan membimbing peneliti dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Terimakasih atas bimbingan, saran, masukan, dan waktu yang senantiasa diberikan kepada peneliti sehingga proses penelitian skripsi ini dapat terselesaikan dengan benar dan terarah.
- 2) Kak Witanti dan Mas Windhi, selaku dosen pembimbing akademik, yang telah membina peneliti dan membimbing selama peneliti menempuh pendidikan di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
- 3) Azwar, S.S., M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi yang menyemangati dan memberikan pengaruh positif terhadap mahasiswa/i Ilmu Komunikasi.
- 4) Dr. Kusumajanti, sebagai Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, yang telah memfasilitasi dengan segala kebijakan-kebijakan yang telah dibuat mengenai sarana dan prasarana dengan baik.
- 5) Keluarga tercinta, papa, mama, dan Putri yang telah membantu peneliti dalam segala aspek, memberi segala dukungan, dan kasih sayang mereka kepada peneliti agar mampu melaksanakan skripsi ini.
- 6) Syafiatul Munawaroh, Aulia Jasmine, Febyanti Syafitri, Claudya Stevany, Noviya Ferdina, Ania Krisna Dewi, Krisyanti, Firda Amalia, Ivanriadi Trilaksono, dan Adjie Muhammad selaku teman dekat yang selalu menjadi *supporters* setia yang peduli dan sangat baik kepada peneliti selama perkuliahan dan dalam mengerjakan penelitian ini.

- 7) Kevin Misael Visiano yang menjadi *special supporter* bagi peneliti dan selalu bersedia membantu selama perkuliahan hingga peneliti akhirnya menyelesaikan penelitian ini.
- 8) Gilang R. Pambudi dan Yosua Perdana Abadi selaku teman seperjuangan skripsi yang telah menghibur dan membantu peneliti dalam penelitian yang dilakukan.
- 9) Hanan dan para personil Hellens yaitu Andre, Igar, Mabar, Ary, dan Satrio yang telah membantu peneliti dan sudah mendukung peneliti pada saat melakukan penelitian ini.
- 10) Teman - teman Ilmu Komunikasi angkatan 2015 yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu namanya yang selalu saling mendukung.
- 11) Teman-teman HIMAIKOM periode 2016/2017 dan periode 2017/2018 yang selalu mendukung selama perkuliahan dan saat peneliti melakukan penelitian.

# **PENGARUH KAMPANYE #BYOT *BRING YOUR OWN TUMBLER* TERHADAP PERILAKU PEDULI LINGKUNGAN**

**(Survei Pada *Followers* Instagram @starbucksindonesia)**

**Ana Prima Larasati Nugraha**

## **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besaran pengaruh kampanye #BYOT *Bring Your Own Tumbler* terhadap perilaku peduli lingkungan pada *followers* Instagram @starbucksindonesia. Model yang relevan pada penelitian ini adalah model kampanye Ostergaard. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Populasi penelitian ini adalah pengikut atau *followers* Instagram @starbucksindonesia dengan jumlah sampel 100 responden. Teknik analisis pengaruh variabel X terhadap variabel Y menggunakan uji koefisien determinasi. Teknik pengujian data diproses menggunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 23. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa korelasi variabel X dengan variabel Y memiliki hubungan yang kuat. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi diperoleh hasil adanya pengaruh variabel X terhadap variabel Y sebesar 45,5%. Hasil tersebut ditunjang dengan hasil uji signifikansi hipotesis yaitu  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti kampanye #BYOT *Bring Your Own Tumbler* berpengaruh terhadap perilaku peduli lingkungan *followers* Instagram @starbucksindonesia.

**Kata Kunci:** Kampanye Hubungan Masyarakat, Perilaku Peduli Lingkungan, Gelas minum, Starbucks, Instagram.



# **THE EFFECT OF #BYOT BRING YOUR OWN TUMBLER CAMPAIGN ON ENVIRONMENTAL CARE BEHAVIOR**

**(A SURVEY TO INSTAGRAM FOLLOWERS OF @starbucksindonesia)**

**Ana Prima Larasati Nugraha**

## ***Abstract***

*This research aims to know the magnitude of influence from #BYOT Bring Your Own Tumbler campaign on Instagram followers of @starbucksindonesia's environmental care behavior. The model used in this research is the Ostergaard campaign model. The research was conducted using a quantitative research approach. The research method used is the survey method. The population is Instagram followers of @starbucksindonesia with a sample of 100 respondents. The analysis technique for the effect of X variable on the Y variable using the coefficient of determination test. Data testing techniques were processed using the SPSS (Statistical Product and Service Solution) version 23. The results of this research indicate that the correlation of X variable with Y variable is strong. Based on the results of the calculation on the coefficient of determination, the results of the influence of X variable on variable Y is 45,5%. Thus result supported by the hipotesis signification test which Ho is rejected and Ha is accepted means that #BYOT Bring Your Own Tumbler campaign took effect on the greater the influence of information exchange about agriculture on Instagram followers of @starbucksindonesia's environmental care behavior.*

**Keywords :** *Public Relations Campaign, Environmental care Behavior, Tumbler, Starbucks, Instagram.*

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ii</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Sistematika Penulisan.....	9
<b>BAB II</b> .....	<b>11</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>11</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Konsep-Konsep Penelitian .....	14
2.2.1 <i>Public Relations</i> .....	14
2.2.2 Kampanye .....	16
2.2.3 Pemahaman Perilaku Peduli Lingkungan .....	18
2.2.4 Instagram .....	19
2.3 Model Kampanye .....	25
2.4 Kerangka Berpikir .....	28
2.5 Tabel Operasionalisasi .....	30
2.6 Hipotesis Peneliti.....	32
<b>BAB III</b> .....	<b>33</b>
<b>METODE PENELITIAN</b> .....	<b>33</b>

3.1 Metodologi Penelitian .....	33
3.1.1 Pendekatan Penelitian .....	33
3.1.2 Jenis Penelitian .....	33
3.1.3 Metode Penelitian .....	33
3.2 Populasi dan Sampel .....	34
3.2.1 Populasi.....	34
3.2.2 Sampel .....	35
3.3 Metode Pengumpulan Data .....	36
3.3.1 Data Primer .....	36
3.3.2 Data Sekunder.....	37
3.4 Teknik Analisis Data .....	38
3.4.1 Pretest.....	38
3.4.2 Uji Korelasi.....	40
3.4.3 Koefisien Determinasi .....	41
3.4.4 Uji Hipotesis .....	41
3.4.5 Hasil Pre-Test .....	42
3.5 Waktu dan Tempat Penelitian .....	45
<b>BAB IV .....</b>	<b>47</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>47</b>
4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	47
4.1.1 Sejarah Starbucks <i>Coffee</i> Indonesia.....	47
4.1.2 Visi dan Misi Starbucks <i>Coffee</i> Indonesia.....	49
4.2 Hasil Penelitian.....	51
4.2.1 Karakteristik Responden.....	51
4.2.2 Data Analisis Variabel X .....	53
4.2.3 Data Analisis Variabel Y .....	67
4.3 Teknik Analisis Data .....	74
4.3.1 Uji Korelasi.....	74
4.3.2 Koefisien Determinasi .....	76
4.3.3 Uji Hipotesis .....	77
4.4 Pembahasan .....	78

<b>BAB V.....</b>	<b>81</b>
<b>PENUTUP.....</b>	<b>81</b>
5.1 Kesimpulan.....	81
5.2 Saran.....	82
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>83</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>87</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu I.....	11
Tabel 2. Penelitian Terdahulu II.....	12
Tabel 3. Penelitian Terdahulu III .....	13
Tabel 4. Operasionalisasi Variabel X.....	30
Tabel 5. Operasionalisasi Variabel Y.....	31
Tabel 6. Data Skala Likert .....	37
Tabel 7. Cronbach Alpha's .....	40
Tabel 8. Jumlah Responden Pre-Test.....	42
Tabel 9. Uji Validitas Variabel X Kampanye #BYOT Bring Your Own Tumbler .....	42
Tabel 10. Uji Validitas Variabel Y. Perilaku Peduli Lingkungan.....	44
Tabel 11. Uji Reliabilitas Variabel Kampanye #BYOT <i>Bring Your Own Tumbler</i> .....	45
Tabel 12. Uji Reliabilitas Variabel Perilaku Peduli Lingkungan.....	45
Tabel 13. Periode Waktu Penelitian.....	46
Tabel 14. Jenis Kelamin Responden .....	52
Tabel 15. Usia Responden.....	52
Tabel 16. Mengikuti Instagram Starbucks Indonesia (@starbucksindonesia).....	53
Tabel 17. Pernyataan 1 .....	53
Tabel 18. Pernyataan 2 .....	54
Tabel 19. Pernyataan 3 .....	55
Tabel 20. Pernyataan 4 .....	55
Tabel 21. Pernyataan 5 .....	56
Tabel 22. Pernyataan 6.....	56
Tabel 23. Pernyataan 7.....	57
Tabel 24. Pernyataan 8.....	58
Tabel 25. Pernyataan 9.....	58
Tabel 26. Pernyataan 10.....	59
Tabel 27. Pernyataan 11 .....	59
Tabel 28. Pernyataan 12.....	60
Tabel 29. Pernyataan 13.....	61
Tabel 30. Pernyataan 14.....	61
Tabel 31. Pernyataan 15.....	62
Tabel 32. Pernyataan 16.....	62
Tabel 33. Pernyataan 17 .....	63
Tabel 34. Pernyataan 18.....	63

Tabel 35. Pernyataan 19 .....	64
Tabel 36. Pernyataan 20 .....	65
Tabel 37. Pernyataan 21 .....	65
Tabel 38. Pernyataan 22 .....	66
Tabel 39. Pernyataan 23 .....	66
Tabel 40. Pernyataan 24 .....	67
Tabel 41. Pernyataan 25 .....	68
Tabel 42. Pernyataan 26 .....	68
Tabel 43. Pernyataan 27 .....	69
Tabel 44. Pernyataan 28 .....	69
Tabel 45. Pernyataan 29 .....	70
Tabel 46. Pernyataan 30 .....	71
Tabel 47. Pernyataan 31 .....	71
Tabel 48. Pernyataan 32 .....	72
Tabel 49. Pernyataan 33 .....	72
Tabel 50. Pernyataan 34 .....	73
Tabel 51. Pernyataan 35 .....	74
Tabel 52. Koefisien Korelasi.....	75
Tabel 53. Hasil Perhitungan Uji Korelasi .....	75

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Negara - Negara Pemasok Sampah Plastik Terbanyak di Dunia .....	2
Gambar 2. Negara-negara pengguna Instagram terbanyak di Dunia .....	4
Gambar 3. Konten Kampanye #BYOT .....	6
Gambar 4. Logo Instagram .....	20
Gambar 5. Model Kampanye Ostergaard.....	25
Gambar 6. Kerangka Berpikir .....	29
Gambar 7. Jumlah Followers Instagram Starbucks Indonesia .....	34
Gambar 8. Logo Starbucks Tahun 2011-sekarang .....	49

## **DAFTAR LAMPIRAN**

**Lampiran A** Kuisisioner dan Lampiran Hasil Kuisisioner

**Lampiran B** Tabel R dan Tabel T

**Lampiran C** Riwayat Hidup