

PENGARUH KAMPANYE KOMUNIKASI LINGKUNGAN “*RIVER CLEAN UP*” 40CEAN TERHADAP KESADARAN MASYARAKAT BALI UNTUK TIDAK MEMBUANG SAMPAH DI SUNGAI

TUGAS AKHIR



ASTI KARINA APRILIA PUTRI

1171903015

**PROGRAM KOMUNIKASI PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2019**

PENGARUH KAMPANYE KOMUNIKASI LINGKUNGAN “*RIVER CLEAN UP*” 4OCEAN TERHADAP KESADARAN MASYARAKAT BALI UNTUK TIDAK MEMBUANG SAMPAH DI SUNGAI

TUGAS AKHIR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi



ASTI KARINA APRILIA PUTRI

1171903015

**PROGRAM KOMUNIKASI PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2019**

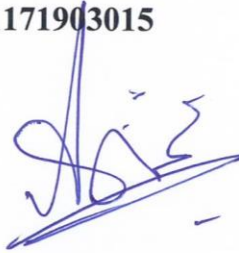
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : Asti Karina Aprilia Putri

NIM : 1171903015

Tanda Tangan :

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Asti', written over the colon of the 'Tanda Tangan' field.

Tanggal : 11 Maret 2019

HALAMAN PENGESAHAN

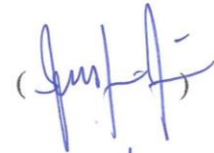
Tugas Akhir diajukan oleh:

Nama : Asti Karina Aprilia Putri
NIM : 1171903015
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Pengaruh Kampanye Komunikasi Lingkungan “River Clean Up” 4Ocean Terhadap Kesadaran Masyarakat Bali Untuk Tidak Membuang Sampah Di Sungai

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Prima Mulyasari Agustini, S.Sos., M.Si.



Penguji 1 : Dessy Kania, B.A., M.A



Penguji 2 : Mirana Hanathasia, S.Sos., M. Media Prac.



Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 11 Maret 2019

KATA PENGANTAR

Pertama-tama Penulis panjatkan puji dan syukur kepada Allah SWT sebagai Tuhan semesta alam karena atas berkat rahmat dan karunia-Nya, Skripsi yang berjudul: **“Pengaruh Kampanye Komunikasi Lingkungan *“River Clean Up”* 4Ocean Terhadap Kesadaran Masyarakat Bali Untuk Tidak Membuang Sampah di Sungai”** ini dapat selesai dengan tepat waktu serta telah dilancarkan dalam penyusunannya. Skripsi ini dibuat dan ditujukan sebagai syarat utama untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie. Selain itu, diharapkan Skripsi ini dapat berguna untuk meningkatkan kesadaran masyarakat untuk tidak membuang sampah sembarangan, khususnya di daerah sekitar sungai.

Seperti halnya “dibalik pohon yang kuat ada akar dan batang yang kokoh”, Skripsi ini didukung oleh orang-orang hebat yang tak henti-henti memberikan saran bagi Penulis. Untuk segala bantuan, dukungan dan semangat yang telah diberikan, Penulis hendak mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua Penulis, Bapak Abdul Syukur dan Ibu Rusmiati atas dukungan dan doanya setiap waktu.
2. Kakak dan Adik Penulis, dr. Asti Rahmita Putri dan Muhammad Reza Saputra atas semangat yang telah diberikan.
3. Dosen Pembimbing yang Penulis hormati, Ibu Dr. Prima Mulyasari Agustini, S.Sos., M.Si. atas waktu yang telah diberikan untuk membimbing Penulis hingga menyelesaikan skripsi ini.
4. Dosen Penguji 1 Miss Dessy Kania, B.A., M.A
5. Dosen Penguji 2 Ibu Mirana Hanathasia, S.Sos., M. Media Prac.
6. Semua Dosen Komunikasi Pemasaran Kelas Karyawan Universitas Bakrie, khususnya Ibu Merry Safarwati Putri, Bunda Virginia Josodipoero, Ibu Susi Yunarti, Ibu Ispawati Asri, dan Ibu Mirsa D. Novianti. Kuliah Ibu sangat berkesan membekas di hati Penulis.

7. 4Ocean Jembrana Bali yang dengan segala ketulusan hati membantu Penulis dalam penelitian ini. Terimakasih yang tak henti-hentinya Penulis ucapkan kepada Bapak Andi Rachmansyah selaku *Director of Operations* 4Ocean Bali. Serta kepada Pak Mufti (*Manager* 4Ocean Bali), Pak Haji Imron (*Chief* 4Ocean Jembrana) dan Mas Sudirman (Admin 4Ocean Jembrana). Tak lupa juga kepada semua *staff* yang bekerja di 4Ocean Jembrana Bali yang sudah menyambut dan menerima Penulis dengan sangat hangat.
8. Seluruh masyarakat RT 4, Lingkungan Terusan yang telah bersedia menjadi responden dalam penelitian ini.
9. Sahabat seperjuangan Penulis yaitu, Okta, Wulan, Putri dan Fajar. Terimakasih atas bantuan dan semangat yang telah diberikan.
10. Sahabat Penulis yang tak hentinya memberikan semangat yaitu, Viany, Oliv, Rizka, Mute, Dini, Aisyah, dan Shanas. Semoga kita semua sukses dalam berkarya kedepannya.
11. Keluarga Kelas Karyawan Marketing Communication B. Terimakasih atas 1,5 tahunnya. Semoga kebahagiaan selalu menyertai kita semua.

Semoga Skripsi ini dapat berguna bagi penelitian selanjutnya dan tujuan Penulis agar lingkungan terus dijaga kelestariannya dapat terwujud kedepannya. Ingatlah bahwa bumi bukan milik nenek moyang kita, tetapi titipan dari anak cucu kita.

Jakarta, Februari 2019

Asti Karina Aprilia Putri

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Asti Karina Aprilia Putri
NIM : 1171903015
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Pengaruh Kampanye Komunikasi Lingkungan “*River Clean Up*” 4Ocean Terhadap Kesadaran Masyarakat Bali Untuk Tidak Membuang Sampah Di Sungai

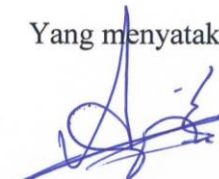
beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 11 Maret 2019

Yang menyatakan,



(Asti Karina Aprilia Putri)

PENGARUH KAMPANYE KOMUNIKASI LINGKUNGAN “RIVER CLEAN UP” 4OCEAN TERHADAP KESADARAN MASYARAKAT BALI UNTUK TIDAK MEMBUANG SAMPAH DI SUNGAI

ASTI KARINA APRILIA PUTRI

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kampanye komunikasi lingkungan “*River Clean Up*” oleh 4Ocean Bali terhadap kesadaran masyarakat untuk tidak membuang sampah sembarangan di sungai. Terdapat dua variabel di dalam penelitian ini, yaitu variabel X kampanye komunikasi lingkungan “*River Clean Up*” dengan dimensi: media, informasi, pendidikan, dan mobilisasi sosial; dan variabel Y kesadaran masyarakat untuk tidak membuang sampah sembarangan di sungai dengan dimensi: pengetahuan, sikap, dan tindakan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan metode survei yang disebar kepada 135 responden, yaitu warga RT 4 Lingkungan Terusan yang tinggal di pinggiran sungai Ijo Gading Jembrana Bali. Berdasarkan hasil penelitian, variabel kampanye komunikasi lingkungan “*River Clean Up*” memiliki kontribusi yang signifikan yaitu mempengaruhi kesadaran masyarakat untuk tidak membuang sampah sembarangan di sungai sebanyak 64,3%. Sisanya, sebanyak 35,7% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar dari penelitian ini. Sehingga bisa disimpulkan bahwa kampanye komunikasi lingkungan “*River Clean Up*” berpengaruh positif terhadap kesadaran masyarakat untuk tidak membuang sampah sembarangan di sungai.

Kata Kunci: Komunikasi Lingkungan, Kesadaran Masyarakat, 4Ocean, Kampanye, Sampah.

***THE EFFECT OF ENVIROMENTAL COMMUNICATION CAMPAIGN
“RIVER CLEAN UP” BY 4OCEAN ON BALI COMMUNITY AWARENESS
TO NOT THROW AWAY TRASH TO THE RIVER***

ASTI KARINA APRILIA PUTRI

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of enviromental communication campaign “River Clean Up” 4Ocean on Bali community awareness to not throw away trash to the river. There are two variables in this research, variable X is enviromental communication campaign “River Clean Up” by 4Ocean (media, information, education, and social mobilization) and variable Y is awareness to not throw away trash to the river (knowledge, attitude, and action). This research is a descriptive with quantitative approach by using survey method that is distribute to 135 respondents living in RT 4 Lingkungan Terusan next to Ijo Gading River, Jembrana Bali. According to the result of this research, enviromental communication campaign “River Clean Up” by 4Ocean has a significant contribution of 63,3% in an effort to the awareness to not throw away trash to the river. While, 35,7% is influenced by other factors out of this research. So it can be concluded that the environmental communication campaign "River Clean Up" has a positive effect on public awareness to not throw away trash to the river.

Keywords: Enviromental Communication, People Awareness, 4Ocean, Campaign, Trash.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR GRAFIK	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Teoretis	9
1.4.2Manfaat Praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Tinjauan pustaka terkait dengan penelitian sebelumnya	10
2.2 Tinjauan pustaka terkait dengan kerangka konsep	19
2.3 Kerangka Konsep	25
2.4 Hipotesis	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	27
3.1 Metode Penelitian	27
3.2 Populasi dan Sampling	27
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	29
3.4 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Variabel	30

3.5 Teknik Analisis Data	32
3.6 Teknik Pengujian Keabsahan Data.....	32
3.7 Keterbatasan Penelitian	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	34
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	34
4.2 Hasil Penelitian.....	39
4.2.1 Karakteristik Responden	39
4.2.2 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	41
4.2.2.1 Deskripsi Variabel Kampanye Komunikasi Lingkungan <i>River Clean Up</i> oleh 4Ocean	42
4.2.2.2 Deskripsi Variabel Kesadaran Tidak Membuang Sampah di Sungai	53
4.2.3 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	60
4.2.3.1 Uji Validitas.....	60
4.2.3.2 Uji Realibilitas.....	61
4.2.4 Hasil Pengujian Regresi Linear	62
4.2.4.1 Uji R^2	62
4.2.4.2 Uji F.....	63
4.2.4.3 Uji T.....	64
4.2.4.4 Regresi Linear Sederhana	64
4.3 Pembahasan	65
4.3.1 Kampanye Komunikasi Lingkungan <i>River Clean Up</i> oleh 4Ocean.....	65
4.3.2 Kesadaran Masyarakat Untuk Tidak Membuang Sampah Sembarangan di Sungai	68
4.3.3 Pengaruh Kampanye Komunikasi Lingkungan <i>River Clean Up</i> oleh 4Ocean Pada Kesadaran Masyarakat Untuk Tidak Membuang Sampah Sembarangan di Sungai	70
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	73
5.2 Saran	75
5.2.1 Akademis	75
5.2.2 Praktis	76
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN.....	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Hasil Foto Justin Hofman di Sumbawa.....	2
Gambar 1.2 Rich Horner ketika menyelam di perairan Nusa Penida, Bali.....	2
Gambar 1.3 Gelang 4Ocean	4
Gambar 1.4 Kegiatan <i>River Clean Up</i> 4Ocean di Bali	5
Gambar 2.1 Rumus Slovin	28
Gambar 4.1 Pinggiran Sungai Ijo Gading Dekat Dermaga 4Ocean	35
Gambar 4.2 Kantor 4Ocean Jembrana Bali.....	35
Gambar 4.3 Kegiatan <i>River Clean Up</i> di Sungai Ijo Gading.....	36
Gambar 4.4 Twitter 4Ocean.....	37
Gambar 4.5 Instagram 4Ocean.....	38
Gambar 4.6 Facebook 4Ocean Jembrana Bali	38
Gambar 4.7 Youtube 4Ocean.....	39

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 Hasil Pra Riset 1	7
Grafik 1.2 Hasil Pra Riset 2	7
Grafik 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	40
Grafik 4.2 Usia Responden	40

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tinjauan Pustaka Terkait Penelitian Sebelumnya.....	13
Tabel 3.1 Populasi dan Sampel	28
Tabel 3.2 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Variabel.....	30
Tabel 4.1 Deskripsi Responden dalam Dimensi Media	42
Tabel 4.2 Deskripsi Responden dalam Dimensi Informasi.....	44
Tabel 4.3 Deskripsi Responden dalam Dimensi Pendidikan	47
Tabel 4.4 Deskripsi Responden dalam Dimensi Mobilisasi Sosial	49
Tabel 4.5 Deskripsi Variabel Kampanye Komunikasi Lingkungan <i>River Clean Up</i> oleh 4Ocean	52
Tabel 4.6 Deskripsi Responden dalam Dimensi Pengetahuan.....	53
Tabel 4.7 Deskripsi Responden dalam Dimensi Sikap	55
Tabel 4.8 Deskripsi Responden dalam Dimensi Tindakan	57
Tabel 4.9 Deskripsi Variabel Kesadaran Masyarakat Untuk Tidak Membuang Sampah Sembarangan di Sungai	59
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas.....	60
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kampanye Komunikasi Lingkungan <i>River Clean Up</i> oleh 4Ocean	62
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kesadaran Masyarakat Untuk Tidak Membuang Sampah di Sungai	62
Tabel 4.13 Hasil Uji R^2	62
Tabel 4.14 Hasil Uji F	63
Tabel 4.15 Hasil Uji T	64
Tabel 4.16 Regresi Linear Sederhana	64

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Hasil Pra Riset.....	82
LAMPIRAN 2 Kuesioner Penelitian	84
LAMPIRAN 3 Hasil Output SPSS	88